

Representación de la (no)maternidad en usuarias de redes sociales: el caso de “#madres perrunas”

Representations of (non-)motherhood among social media users: the case of ‘#madres perrunas’

Alicia Rey Arriagada¹

Amalia Ortiz de Zárate²

Recibido: 6 de marzo de 2026. Aceptado: 10 de julio de 2026.

Received: March 6, 2026. Approved: July 10, 2026.

RESUMEN

Este trabajo presenta los resultados de un estudio cuyo objetivo es analizar la representación discursiva de la maternidad, elaborada por un grupo de usuarias de las redes X e Instagram que se autoidentifican como “madres perrunas”. A través de una entrevista estandarizada aplicada a un grupo de 20 mujeres sin hijos/as, se logró determinar la significación que este grupo de entrevistadas propone acerca de la maternidad, ahondando en las razones que esgrimen para no tener hijos biológicos y generar, en cambio, vínculos materno afectivos con sus mascotas. Se concluye que, a pesar de que en principio las entrevistadas se plantean contrarias a reproducir un modelo de maternidad hegemónica, es posible detectar la continuidad de un modelo tradicional de maternidad bajo una nueva denominación discursiva.

Palabras claves: Maternidad, Representación, Discurso, Redes Sociales.

ABSTRACT

This article is in line with gender studies, referring to the analysis of motherhood and discursive representations, configured around this matter. In this sense, this work is the result of a study that addresses the ways of representing it, prepared by a group of Twitter and Instagram users who call themselves “dog mothers.” From the use of a standardized interview, it was possible to obtain among the main findings, the significance of motherhood in the life of this group of women, the presence of the traditional model of motherhood in this new configuration called “dog mother” and the reasons put forward by this group of women for not having biological children and for generating emotional maternal ties with their pets.

Keywords: Maternity, Representation, Discourse, Social Networks.

1 Chilena. Doctora. Facultad de Comunicación, Historia y Ciencias Sociales, Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile. Correo electrónico: arey@ucsc.cl

2 Chilena. Doctora. Instituto de Lingüística y Literatura, Universidad Austral de Chile. Valdivia, Chile. Correo electrónico: aortizdezarate@uach.cl

Introducción

El tránsito de la maternidad como destino biológico hacia la maternidad como elección, puede ser considerado como una de las conquistas políticas y culturales más relevantes en la lucha por reivindicar la autonomía de las mujeres en la toma de decisiones reproductivas y, por ende, en la definición de su rol en la sociedad. La idea, ya planteada por Simone de Beauvoir, de que la maternidad es una construcción social impuesta a las mujeres a través de la historia, en la actualidad, ha abierto numerosos caminos para construir y deconstruir el “ser mujer”, explorando, problematizando y superando los anclajes de sentido impuestos sobre este “segundo sexo” desde el matenar. En este contexto, la maternidad como un signo, es decir, como una construcción cultural cargada de sentido, ha sido sometida a un amplio proceso de discusión y resignificación, hecho que manifiesta el carácter retórico de esta figura, en la medida en que se entiende ya no como una esencia, sino que como un código que comunica y al mismo tiempo oculta las relaciones de poder predominantes del sistema de género en un momento y en una cultura determinadas (Buchanan, 2013; O’Brien, 2020).

Lo anterior sustenta la necesidad de abordar críticamente este código a partir de la comunicología. La investigación en este ámbito ha sido amplia y variada, abarcando desde estudios críticos que apuntan a cuestionar el rol de los medios -especialmente de la televisión- como portadores de representaciones tradicionales de maternidad- hasta el uso de estos mismos dispositivos como agentes de participación y cambio desde el activismo feminista, fundamentalmente a través del uso de distintas redes sociales (Adisson et al, 2009; Arnold, 2013; Barnett, 2016; Basden y Martin, 2016; Feasey, 2012; Fischer, 2014; Mackenzie 2020; Oliver-Powell, 2022). En todos estos casos, estamos en presencia de indagaciones que exploran las tensiones y contradicciones entre la maternidad entendida como el potencial que cada mujer tiene respecto de sus propias capacidades reproductivas y de cuidado, y la maternidad como institución, “que tiene como objetivo asegurar que ese potencial, y todas las mujeres, permanezcan bajo el control masculino” (Rich, 1995, p. 32).

En esta línea, surge el interés por investigar acerca de la conformación de modos alternativos para significar la (no)maternidad³ en general y, en el ámbito particular de este estudio, en el entorno mediático que configuran las redes sociales. Para ello, en las siguientes líneas se propone examinar la representación de una maternidad no-humana a través de redes sociales, tomando como objeto de análisis la conformación de perfiles de internautas que se identifican con el nombre de “madre perruna”. Se trata de usuarias de redes sociales –en el caso especial de nuestro estudio, la red

3 La utilización del sintagma “(no)maternidad” en el desarrollo de este artículo responde a una determinación analítica que consideramos útil explicitar. Como el lector observará en el curso de este trabajo, aunque las entrevistadas se auto reconocen como madres y -por tanto- utilizan vocabulario referido al campo semántico de lo materno para caracterizar el vínculo con sus respectivas mascotas. En términos conceptuales, este trabajo operacionaliza el término maternidad como una institución histórica y culturalmente construida, tal como se define en el marco teórico (Rich, 1995; Lagarde, 2005; Montecino, 1991) y no como un autorreconocimiento identitario de las sujetas. A partir de este nivel analítico, la experiencia de las entrevistadas se constituye efectivamente como una forma de (no)maternidad, en el sentido institucional del concepto, ya que no implica reproducción biológica ni se inscribe en las estructuras de organización del cuidado regulada por dicha institución, pese a ser vivida y nombrada por las propias sujetas como una experiencia plenamente materna tanto en el plano afectivo como simbólico. En tal sentido, la categoría analítica no pretende anular ni corregir el vocabulario nativo de las entrevistadas, sino que más bien sitúa su propia experiencia en relación al sistema de significación que organiza el fenómeno estudiado.

social X⁴ e Instagram- que asumen en la construcción de su perfil la etiqueta⁵ #mamaperruna, describiéndose con atributos que las asocian a sus perros en funciones maternales.

En el ámbito de los estudios en comunicación digital, la "retórica de hashtag" es un campo emergente, cuya tesis general apunta a que las etiquetas no sólo son herramientas para marcar y categorizar contenido, sino que también pueden llegar a ser objetos de posicionamiento político (Booten, 2019). En este sentido, al utilizar etiquetas, las usuarias pueden unirse a comunidades virtuales y presentar una versión particular de sí mismas, en el entendido de que las redes sociales son espacios de performance donde las internautas pueden actuar y construir diferentes identidades y narrativas (De Kosnik, 2016). Sin embargo, una concepción retórica del hashtag plantea que éstos no sólo funcionan como herramientas para la auto representación en línea, sino que también pueden llegar a ser recursos para el activismo político, por lo que pueden ser utilizados para crear conciencia sobre problemas sociales importantes, promover la justicia social o movilizar a las personas a tomar acciones concretas a favor de una causa (De Kosnik & Feldman, 2016).

A nuestro entender, esta acción de autonombrarse "madre-perruna" daría cuenta de un incipiente proceso de resignificación de lo maternal, en la medida en que existiría una transferencia del sentido del maternar a otro ser que no es humano, proyectando esta experiencia a un ámbito que no es, necesariamente, de carácter biológico-reproductivo. Esto eventualmente podría indicar, a su vez, posicionamientos reflexivos más elaborados respecto de la maternidad como institución. En tal sentido, la hipótesis de este estudio plantea que el hashtag #madresperruna agrupa a un tipo de sujeto no-madre que al mismo tiempo –y a partir del fenómeno de representación en el cual se suplanta al hijo- está performativamente maternando, dado que su potencial maternal se traslada a un "hijo transespecie", reelaborándolo y resignificándolo. No obstante, esta resignificación no necesariamente implica un posicionamiento político consciente y activo a favor, por ejemplo, de la no-maternidad como parte de las reivindicaciones feministas de las luchas de género.

¿Cómo se describe la figura de una "madre perruna" en las publicaciones o interacciones de redes sociales? ¿Qué aspectos o características se asocian a la maternidad cuando se trata de animales de compañía? ¿Existe alguna diferencia en la forma en que se representa la maternidad de un animal doméstico en comparación con la maternidad de un ser humano en las publicaciones de estas usuarias? ¿Qué emociones o conceptos se desea transmitir al utilizar la metáfora de "madre perruna"? ¿Qué recompensas o satisfacciones encuentran al construir vínculos materno-afectivos con sus mascotas en lugar de tener hijos biológicos? Para abordar estas cuestiones, se estudió la representación de la maternidad construida por este grupo de usuarias autodenominadas "madres perrunas", empleando como corpus de análisis información recopilada mediante una entrevista estandarizada que constó de preguntas abiertas y cerradas. El objetivo de estas preguntas fue entender cómo un grupo de usuarias de X e Instagram representaba la maternidad a través del concepto de "madre perruna", así como los distintos significados asociados a esta representación. Posterior-

4 Conocida a la fecha de este estudio como Twitter.

5 La etiqueta o "hashtag" es un conjunto de caracteres precedidos por una almohadilla (#) que sirve para agregar información a un mensaje en redes sociales tales como Twitter o Instagram.

mente, se procedió al análisis de estos datos mediante el enfoque teórico-metodológico del Análisis de Discurso (A.D.), el cual se emplea como una herramienta para comprender y estudiar los aspectos sociales a través del análisis del lenguaje (Iñiguez Rueda, 2003).

En las páginas que siguen se dará un breve estado de la cuestión sobre la (no) maternidad y su relación con las reivindicaciones feministas y de género, para -posteriormente- describir el abordaje metodológico utilizado en el análisis del corpus de estudio. Finalmente, se presenta y discuten los resultados ordenados por dimensiones.

Estado de la cuestión: Inflexiones de la (no)maternidad

La no maternidad activa es un fenómeno cultural y mediático relativamente reciente, que ha dado forma a tendencias y posicionamientos políticos globales. Es el caso, por ejemplo, de aquellas mujeres que, en diferentes latitudes y a partir de la negación a la maternidad, se agrupan e identifican con el nombre de “NoMo”, derivado del acrónimo inglés “Not Mothers”. El término se asocia a una variedad de nombres que, desde el mundo angloparlante, se emplean comúnmente para significar la condición de no-maternidad, varios de ellos sin traducción directa al español⁶. El concepto alcanzó popularidad a partir el trabajo de Joy Day, autora inglesa del texto *Living the life unexpected: how to find hope, meaning and a fulfilling future without children* (2016), y fundadora de Gateway Women, organización que conecta a mujeres sin hijos a través del mundo.

Si bien en el contexto anglosajón es común el uso del término *childfree* para referirse a las mujeres sin hijos, es a partir de la década de los 70 que las mujeres comienzan a reclamar la libertad de asumir la ausencia de maternidad no sólo como un “no puedo”, sino que también como un “no quiero ni ahora ni nunca” (Meruane, 2018, p.25). En este sentido, la denominación “NoMo” apunta a integrar tanto a aquellas mujeres que por razones de infertilidad no podían ser madres como a todas quienes no deseaban serlo⁷.

Frente al argumento que sostiene que los grupos “NoMo” están compuestos por mujeres egoístas que sólo piensan en sí mismas, poniendo como prioridad su realización profesional o su estatus económico, son ellas quienes, por una parte, aceptan dicha proposición sosteniendo que efectivamente es así y no tiene nada de malo desear ser protagonista de su propia existencia, en tanto que otras revierten el mismo argumento para afirmar que lejos de ser una elección

6 En esta línea, junto a las denominaciones tradicionales de “childless” y “childfree”, es posible encontrar derivaciones que apuntan a sensibilidades identitarias particulares, tales como “CBC” (“childfree-by-choice”), “CNCB” (“childless-not-by-choice”), “DINKS” (“double-income-no-kids”), “PANKS” (“professional-aunt-no-kids”), “GINKS” (“Green-inclinations-no-kids”), entre otras.

7 Como cabría esperar, esta voluntad se ha expresado de forma desigual a lo largo del mundo. En el caso europeo, por ejemplo, el auge de agrupaciones como la citada Gateway Women ha permitido la masificación de un tipo de mujer que exige como sujeto ciudadano su derecho a la esterilización, pues está convencida que su lugar en la sociedad no es el de madre y están seguras de que no se arrepentirán (Day: 2016). En América Latina, en tanto, destaca el mediático caso de Ailín Cubelo Naval, argentina de 22 años, quien en 2020 consiguió ser esterilizada pese a la oposición médica. Es interesante notar que, aunque en Argentina este tipo de intervenciones es legal y debiera realizarse sin mayores inconvenientes a petición de la solicitante, Ailín debió recurrir a dos ginecólogos para solicitar el procedimiento de ligadura de trompas antes de ser aceptado.

marcada por el egoísmo, se trataría de una apuesta que no se basa en la felicidad que un niño traerá a la vida de la madre, sino más bien en poner como centro a ese ser humano no nacido e impedir que habite en un planeta que no presenta las mejores condiciones para ello (las llamadas “Green-inclinations-no-kids” o “sin hijos por inclinación ecológica”). A lo anterior se agregan las pocas garantías que la sociedad ofrece a las madres, ante el alto nivel de exigencia (en comparación al hombre) frente a la conciliación de tareas domésticas, laborales y familiares, todo lo cual contribuye a que muchas mujeres no opten por la maternidad. Al respecto, hace mucho sentido lo que plantea Inmaculada Alcalá (2015), cuando recuerda que:

Nos encontramos con una sociedad actual en la que se sigue dirigiendo a las mujeres hacia la maternidad como autenticación de su propia feminidad. Existe todo un arsenal de publicaciones que promueven una maternidad más como un objetivo vital de éxito que como una opción libre y responsable de la propia mujer (p. 66).

De este modo, quienes componen el grupo de las no-madres contravienen el principio básico de la maternidad institucionalizada, en tanto que experiencia de vida obligatoria para lograr la completa realización de la mujer, rompiendo con la representación tradicional del binomio mujer/madre, largamente concebido como el centro del rol femenino. Recordemos que, para Marcela Lagarde (2005), esta clásica representación dual de la mujer estructura una parte importante de lo que denomina “el cautiverio de la madresposa”, cuya conformación central está basada en dos características básicas relacionadas con la mujer: por una parte, su sexualidad ligada a la reproducción y, por otra, la relación de dependencia que se establece con otro a partir de su labor procreadora:

Ser madre y ser esposa consiste para las mujeres en vivir de acuerdo con las normas que expresan su ser -para y de- otros, realizar actividades de reproducción y tener relaciones de servidumbre voluntaria, tanto con el deber encarnado en los otros, como con el poder en sus más variadas manifestaciones. (Lagarde, 2005, p. 363)

Tomando lo anterior en consideración, es posible pensar el fenómeno de las “NoMo” como una instancia que podría favorecer la expresión de esta reivindicación de género en el plano de la comunicación mediática. Gran parte del trabajo desplegado por Day (2016) consiste, precisamente, en dirigir la reflexión de sus lectoras sobre la representación que los medios realizan de la maternidad para cuestionar y resignificar su funcionamiento en la construcción de la subjetividad femenina. En este sentido, el posicionamiento del término “NoMo” en la esfera pública responde más a un trabajo de divulgación en la prensa tradicional y en redes sociales, antes que a la reflexión teórica y académica. De aquí que resulte pertinente analizar de forma crítica las derivas que la no-maternidad como opción y representación ha adoptado en distintos entornos mediáticos, especialmente en el caso hispanoparlante, donde las condiciones culturales aún dificultan el desarrollo y expresión de alternativas a la maternidad institucional.

En este sentido, el fenómeno cultural de las mujeres que no desean ser madres puede ser pensado como parte de un continuum de resistencias contrahegemónicas, que intentan subvertir las prácticas institucionalizadas que permean amplias capas de la sociedad, para situarse en el

margen con una voz que apela al derecho de disentir y, con ello, a generar nuevas prácticas socio-culturales. Lo anterior, basados en la definición de hegemonía entregada por Raymond Williams (2005) quien sostiene que se trataría de:

Un conjunto de significados y valores que, en la medida en que son experimentados como prácticas, aparecen como recíprocamente confirmantes. Constituye, por lo tanto, un sentido de realidad para la mayoría de las personas en la sociedad, un sentido de absoluto, porque es una realidad experimentada más allá de la cual es muy difícil moverse para la mayoría de los miembros de tal sociedad, en la mayoría de las áreas en las que vive (p. 36).

Si recurrimos al argumento que asegura que “la articulación de elementos dentro de un discurso hegemónico tiene lugar en el conflictivo terreno del poder y la contingencia, e incluirá siempre momentos de fuerza y represión” (Giacaglia, 2002, p. 155), entonces en esta lógica de relaciones de poder y de fuerza, sostenemos que quienes se autorepresentan desde la no-maternidad pueden situarse frente al orden que hasta el día de hoy ostenta mayor atribución y legitimidad, el orden heteropatriarcal, entendido como una estructura social genérica de poder, basada en un modo de dominación, cuyo paradigma es el hombre. Como sabemos, este sistema asegura la supremacía del hombre y de lo masculino por sobre una supuesta inferioridad previa de las mujeres y de lo femenino (Lagarde, 2005).

En opinión de Françoise Heritier (2007), las razones que subyacen a este orden de cosas están dadas como “una consecuencia directa del hecho de que los hombres consideran a las mujeres como un *recurso* que les pertenece para poder reproducirse. La relación masculino/femenino es jerarquizada por este motivo” (p. 116). En la misma línea, Marta Rivas (2004), sostiene que la explicación de esta superioridad masculina estaría fundada en la capacidad reproductiva de las mujeres, que a su vez las aparta del mundo público, al ser la maternidad y la crianza el supuesto objetivo principal de sus vidas y configurarse ésta en el espacio de lo privado y de lo íntimo:

las mujeres inmersas en la reproducción biológica se han mantenido en el ámbito doméstico preservando la especie como condición de su naturaleza anatómica sin requerir otros espacios de expresión dado que sus funciones prioritarias son proveer del cuidado y protección de la prole en la intimidad de las relaciones familiares y la domesticidad, es decir, en el mantenimiento y fomento de la división sexual del trabajo. (Rivas, 2004, p. 566)

Si bien a partir del empleo remunerado la mujer asume una doble presencia, tanto en el ámbito público como en el privado, según Judith Astelarra (1990) se trataría de una presencia condicionada, pues no se produce en igualdad debido a la dualidad de trabajo que sigue asumiendo la mujer, el menor salario que percibe y el menor reconocimiento laboral. Al poner en tensión este ordenamiento, que ha logrado instalarse en la sociedad como un hecho naturalizado, también es válido cuestionar la voz del Estado como configurador de sentido y de representaciones y, en el caso de las mujeres no madres, como un organismo configurador de políticas públicas/gubernamentales. En este sentido, como sintetiza Lina Meruane (2018), la figura de los hijos bien puede ser pensada como una especie de dispositivo cultural, social, político y económico para traer a las

mujeres de vuelta a casa en un momento en que los Estados necesitan que haya estructuras que puedan hacerse cargo de lo que antaño fue responsabilidad estatal, particularmente la familia con una madre puertas adentro. Para Meruane (2018), la presencia de los hijos y la vivencia de maternidades sobre exigidas con presencia permanente sería la forma más eficaz de eliminar a las mujeres del mundo público. Resulta, por lo mismo, clave abordar no sólo la dimensión material, sino que también simbólica de la maternidad en este contexto de definición y re-definición de la mujer y de lo femenino en el espacio público.

Sobre este punto, cabe señalar que la producción significativa es siempre un proceso histórico dinámico y culturalmente situado, articulado con el campo de relaciones de poder que pugnan por definir el ordenamiento social en un momento determinado. Al interior de este entramado también muta el modo en que se piensa y nombra a los sujetos que habitan en él y las formas en las cuales los cuerpos se configuran y re-configuran, pues “el cuerpo se construye socialmente a partir de la vida cultural” (Cachorro, 2008, p.26) y, por tanto, se transforma como una elección de vida. En palabras de Giddens (1997, citado en Di Bella, 2017, p. 143) “el yo y el cuerpo, invadidos profundamente por los sistemas abstractos de la modernidad, se convierten en lugares de una diversidad de opciones nuevas de estilos de vida”.

Bajo estas premisas, las mujeres que no desean tener hijos conforman a la vez un grupo que se sitúa de forma excéntrica con respecto de la subjetividad femenina hegemónica, entre otras prácticas, a través de su representación o puesta en signo, de forma privada, pero también pública y colectiva.⁸ Se trata entonces de un tipo de mujer que posee el potencial de plantear un modo diferente de habitar su tiempo histórico, lo cual a su vez acarrea nuevas formas de operar con otros/as sujetos/as, con nuevas tecnologías y con otros discursos para poder configurar diferentes modos de sentir y pensar la cultura, replanteando los patrones de la sociedad en la cual están insertas y, a la vez, construyendo diversas subjetividades.

Lo antes dicho sucede, por ejemplo, a partir de la desnaturalización de la imagen mítica de la maternidad, entendida como un signo culturalmente significativo que centra el ser mujer desde el sema de la maternidad, y en cuya elaboración se entrecruzan elementos psicológicos, sociales, históricos, políticos, sexuales, económicos, etc. (Martínez, 1992, citado en Schramm, 2007).

Desde esta perspectiva, se entiende que la maternidad “no tiene un origen, sino una construcción discursiva histórica” que la significa de determinada forma en cada cultura, sociedad y persona (Montecino, 1991), por lo que la noción de instinto materno puede entenderse como “convertir el deseo de tener hijos, en el marco del modelo arcaico dominante de representación, en una pulsión puramente fisiológica, análoga a la pulsión llamada incontrolable de la necesidad sexual masculina” (Heritier, 2007, p. 334), que por lo demás conlleva otros efectos.

8 Seguimos, en esto, al concepto expresado por Cachorro (2008), quien define “subjetividad” como “una formación resultante de una invaginación del mundo externo que habita un sujeto” (p.10). Como señala Paula Sibilia (2008) “la subjetividad es necesariamente embodied, encarnada en un cuerpo; también es siempre embedded, embebida en una cultura intersubjetiva” (p.20). Es decir, los eventos del mundo externo traspasan la piel para dialogar con el yo y conectar ambas esferas.

En esta línea, las no-madres cuestionarían el mito de la maternidad a partir de construir una subjetividad polémica, al estructurarse en relación a los otros como un agente de la acción política de su propia vida, activando y generando nuevas prácticas de posicionamiento para lo femenino en el ámbito de la vida social, ya que, por una parte, y tal como ya se ha discutido, la configuración de la subjetividad de las mujeres no-madres confronta a un modo de pensar institucionalizado y con mayor legitimidad, como es la figura del Estado, a su vez también conformador de mitos. Por otra parte, también se enfrenta al discurso médico, el cual posee protocolos (aunque no siempre escritos) que deciden cuándo y de qué forma una mujer puede –por ejemplo– ser esterilizada, asumiendo en tales decisiones elementos axiológicos vinculados también a la normatividad religiosa.

Metodología

Diseño y descripción del corpus

La metodología aplicada en este trabajo se inscribe en un paradigma de carácter cualitativo descriptivo, que busca identificar tendencias de un grupo o población a partir del supuesto de que “el mundo social es un mundo construido con significados y símbolos, lo que implica la búsqueda de esta construcción y sus significados” (Ruiz, 2003, p. 31).

Bajo este marco, el corpus de estudio estuvo conformado por datos de primer orden (Sierra Bravo, 1999), obtenidos a partir de la aplicación de una entrevista estandarizada, compuesta de preguntas abiertas y cerradas, y al posterior análisis de las respuestas entregadas. Las preguntas formuladas tuvieron como objetivo central conocer los modos de representación de la maternidad, elaborados por un grupo de usuarias de X e Instagram a partir de la noción de “madre perruna”. El posterior análisis de los datos se realizó bajo la aplicación de Análisis de Discurso (A.D.), entendiendo este tanto como un acercamiento teórico-metodológico al objeto de estudio así como “un medio para llevar a la práctica el lenguaje a modo de eje de comprensión y estudio de los procesos sociales” (Iñiguez Rueda, 2003, p. 83).

Categorías de análisis

De acuerdo a Sierra Bravo (1999), antes de recolectar los datos de primer orden se deben establecer las categorías analíticas para un posterior análisis, que resulte ordenado y fiable. En tal sentido, las categorías a partir de las cuales fueron estructuradas las preguntas de la entrevista, estuvieron centradas en torno a tres dimensiones: 1) la significación que las participantes del grupo en estudio construyen sobre el código “maternidad”, 2) la presencia del modelo institucional de maternidad en la conformación de la identidad “madre perruna” y 3) las razones que esgrime este grupo de mujeres para no tener hijos biológicos y generar vínculos materno afectivos con sus mascotas.

El análisis discursivo se aplicó sobre un corpus previamente estructurado en torno a tres dimensiones categoriales, establecidas de acuerdo con los objetivos del estudio y en consonancia con el paradigma cualitativo descriptivo adoptado (Sierra Bravo, 1999). Esta decisión metodoló-

gica, coherente con un enfoque de corte hipotético-deductivo en el que las categorías analíticas anteceden y orientan la recolección del material empírico, no excluye, sino que complementa la apertura interpretativa propia del A.D.: las dimensiones temáticas estructuran el corpus, pero es el análisis discursivo el que permite acceder a los modos en que ese corpus produce sentido, revela tensiones y genera significaciones que trascienden la mera descripción temática.

En este sentido, el análisis consistió en identificar una serie de operaciones discursivas aparecidas en las respuestas de las entrevistadas. En primer lugar, se trabajó con los campos semánticos estructurados en torno a los términos centrales de este estudio —"maternidad", "cuidado", "responsabilidad", "amor"—. La finalidad de tal ejercicio metodológico se centró en establecer las redes de significación que las sujetas construyen en relación a dichos conceptos y las asociaciones valorativas que los acompañan. En segundo lugar, se analizaron las estrategias metafóricas a partir de las cuales las entrevistadas representan su vínculo con las mascotas en términos maternos, posicionando nuestra atención en la productividad semántica de formaciones léxicas emergentes tales como "perrihijos" o "maternidad perruna", puesto que condensan en un solo signo la tensión entre la apropiación y la resignificación del código materno. En tercer lugar, se examinaron las estrategias de predicación valorativa presentes en el corpus, es decir, los modos en que las sujetas asignan cualidades, jerarquías y cargas afectivo valorativas a los distintos elementos asociados a la maternidad —tanto biológica como "perruna"—, lo cual contribuyó a revelar los sistemas de valores que organizan la representación del fenómeno estudiado. A su vez, este conjunto de operaciones permitió organizar el análisis temático en las tres dimensiones descritas en este apartado.

Descripción de la muestra

La muestra utilizada fue de tipo no probabilística, correspondiente a participantes voluntarias, también denominada "autoseleccionada, ya que las personas se proponen como participantes en el estudio o responden a una invitación" (Battaglia, 2008b, citado en Hernández, *et. al.*, 2014; pp. 386-387). En base a esta elección de tipo de muestra, se revisaron las publicaciones correspondientes a los años 2020, 2021 y 2022, tanto de la plataforma X como de Instagram en las que se usara el #mamaperruna, para luego delimitar la selección en base a dos criterios: 1) que los perfiles de usuaria no registraran publicaciones referidas a hijos o hijas o alguna evidencia sobre maternidad y 2) que en sus redes sociales tuvieran la opción de recibir mensajes para luego contactarlas y enviarles la entrevista.

Posterior a esta revisión, se invitó a responder el instrumento de recogida de datos a 92 usuarias (24 en X y 68 en Instagram). Siguiendo los criterios propuestos por Hernández *et. al.* (2014) en torno a los tamaños referenciales a muestreos de tipo cualitativo para entrevistas (20 a 30 casos), la muestra final estuvo conformada por las respuestas de las primeras 20 sujetas (10 de cada red social) que atendieron al llamado propuesto. Cada una de las participantes firmó un consentimiento informado, en el cual se explicitó el tema de estudio, los objetivos de este trabajo, así como también la anonimización de los datos.

En nuestro caso, la convocatoria a participar de este estudio se generó en una red social de segundo orden, entendiendo ésta como aquella compuesta de grupos de personas que “no están determinadas por un área geográfica, grupo social, identidad de grupo, relaciones de parentesco o barrio urbano” (De Colsa, González & Servin, 2013, p. 22), sino que más bien se definen por gustos e intereses comunes que se comparten vía online.

La caracterización de las entrevistadas se focalizó en dos aspectos fundamentales: mujeres entre 25 y 35 años, profesionales, chilenas.

Resultados por dimensión

Los resultados fueron sistematizados a partir de las tres dimensiones o categorías sobre las que se organizó la entrevista.

Dimensión 1: Significación que las participantes del grupo en estudio construyen sobre el código “maternidad”.

Las respuestas de las sujetas apuntaron básicamente a dos núcleos de referencia: 1) concepto de maternidad y 2) características atribuidas al rol materno.

En relación al primero de ellos, se registró un importante número de opiniones que manifiestan que la maternidad es “algo mágico” y un hecho relevante en la trayectoria de vida de las mujeres, el cual se asocia a conceptos tales como “altos grados de responsabilidad”, “entrega”, “amor” y “compromiso”, los que además se reforzaron con la idea de “perpetuidad” (“*Creo que es un rol muy importante, formar a otro ser es una labor muy noble y exige mucha responsabilidad*”, “*Responsabilidad por sobre todo, amor, comprensión, dedicación, paciencia y un montón de otras virtudes que se desarrollan más con esta nueva etapa de vida*”). Esto se suma a respuestas que apuntan al “abandono de los hijos” como principal atributo negativo en relación a la maternidad, que se refuerza a través de la crítica y la culpabilización. Más de la mitad de las entrevistadas afirma que en orden de importancia, el abandono es una de las acciones que una madre debe evitar. En la misma línea, se consignaron afirmaciones que definen “maternidad” como “opción”, particularizándola con adjetivos como “deseada”, “responsable” y “compartida” (“*Creo que la maternidad tiene que ser deseada y con responsabilidad compartida*”, “*No es algo deseado en este momento, ni tampoco siento que sea necesario...*”).

Por otra parte, hubo aseveraciones que apuntaron directamente al hecho de no haber pensado nunca en la maternidad, no sentirla necesaria, no desearla, no considerarla como una prioridad o descartarla como una opción de vida, pues presentaría más desventajas que elementos a favor en la trayectoria biográfica de algunas mujeres. Las respuestas marcan una clara tendencia en torno a los obstáculos que generan los hijos/as en relación al desarrollo profesional de las mujeres, a las demandas de carácter económico y a las exigencias de tipo emocional que generan las labores de crianza (“*El compromiso y apoyo en el caso de tener un hijo es mayor, muy diferente*

en temas monetarios, proyecciones, en el tiempo de demanda. Un hijo es para toda la vida, no así un perro”, “Es una responsabilidad 24/7 los 365 días del año”).

En cuanto al núcleo de referencia correspondiente a características asociadas al rol materno, cualidades tales como “empatía”, seguida de “independencia” y “preocupación” fueron identificadas por las entrevistadas como positivas y prioritarias en la conformación de la maternidad. En un tercio de las respuestas también se nombra el adjetivo “proveedora” dentro de las cualidades importantes que debe poseer una mujer para la mejor ejecución del rol materno.

Finalmente, en cuanto a los requerimientos de las mujeres madres, las entrevistadas mencionan como necesario proveerles de tiempo y espacio personal, de colaboración en las labores de crianza y educación en torno a las mismas, de respeto a las horas de descanso, así como de orientación en las labores de crianza, entre lo más importante.

Dimensión 2: Presencia del modelo institucional de maternidad en la configuración “madre perruna”.

Las entrevistadas conceptualizan esta condición de forma positiva, refiriéndose a ella como un “regalo de la vida”. Se afirma que ser “madre perruna” es una experiencia de mucho aprendizaje, que les ha permitido ser mejor persona, y la asocian con atributos como “amor”, “protección” y “cuidado de un otro indefenso”, homologando la existencia de la mascota a la de un hijo o hija. Para tales descripciones fueron utilizadas, por ejemplo, frases tales como “mi perro es como un hijo” o “mi perro es parte de mi familia” y vocablos del tipo “perrihijos”. Esto se relaciona con afirmaciones de las entrevistadas que sostienen que la tenencia responsable de un perro es una especie de “ensayo en las labores de crianza”, lo cual les ayudará a tomar la decisión a posteriori de ser madres o de no serlo, pues en opinión de algunas de las entrevistadas es un tema aún no resuelto (*“Para mí la maternidad perruna ha sido una gran experiencia, de mucho aprendizaje, cambio de rutina, de entregar amor y cuidado sin esperar nada a cambio”).*

Desde una perspectiva discursiva, nos resulta significativa la productividad semántica de las formaciones léxicas que el corpus recogido pone en circulación en torno a esta dimensión. Vocablos tales como “perrihijos” o sintagmas del tipo “maternidad perruna” no se posicionan solo como una etiqueta descriptiva, sino más bien como producciones simbólicas que actúan en dos planos de forma simultánea: por una parte, transfieren el código semántico de la maternidad -con toda su carga afectiva y valorativa- hacia un vínculo que excede los límites de la reproducción biológica. En tanto que, por otra, al efectuar esta operación, las sujetas revelan que dicho código permanece intacto en su estructura profunda, vale decir, que la resignificación opera sobre una superficie denotativa sin alterar -sustancialmente- los atributos que articulan el imaginario materno: el cuidado, la protección, la entrega incondicional, la responsabilidad hacia un ser dependiente. En este sentido, la metáfora de la “madre perruna” no se instala de forma subversiva ante el modelo institucional de maternidad, sino que más bien lo desplaza hacia un nuevo objeto, conservando y reproduciendo sus valores constitutivos. Esta tensión entre novedad denotativa y continuidad semántica constituye uno de los hallazgos más relevantes del análisis discursivo realizado.

Resulta de interés, por otra parte, algunas de las opiniones que sostiene que la adopción de una mascota es una decisión individual e independiente, a diferencia de lo ocurrido con la maternidad, la cual debería ser idealmente compartida (*“La maternidad perruna la decides tú, sí o sí, pero creo que la maternidad humana tiene que ser deseada y con responsabilidad compartida para que la madre pueda seguir desarrollándose y no pierda sus libertades”*).

Dimensión 3: Razones para no tener hijos biológicos y generar vínculos materno-afectivos con sus mascotas.

Dentro de las razones más importantes, las entrevistadas destacan que la presencia de uno o varios hijos en la vida de la mujer coarta su libertad, su independencia y su desarrollo profesional, debido a las labores de cuidado y de crianza que implica la maternidad. Procesos que son identificados como altamente demandantes en términos de tiempo y de dinero. En relación con los primeros, aparece mencionada la falta de espacio individual de las madres al llegar a casa después del trabajo, producto de los requerimientos de los niños. Entre los segundos, se consignan el coste económico asociado al pago de educación formal, a la comida y a atender solicitudes de compras tales como celular o televisor.

Las respuestas también apuntaron a los altos grados de responsabilidad que implica la crianza de un hijo para que este se desarrolle de manera íntegra, sana y feliz, lo cual -a juicio de algunas entrevistadas- es una tarea que trasciende a la vida de la madre y repercute en una estructura social mayor, para lo cual no se sienten preparadas ni dispuestas (*“... es una responsabilidad que trasciende más allá de mi tiempo en la tierra y que repercute en la sociedad, por lo que en cierta manera escapa de mi control y mi voluntad...”*)

Ante tales desafíos, las sujetas sostienen que una mascota no posee grandes expectativas acerca de su “mamá perruna” y que se trata de una forma sana de canalizar amor recíproco, pues la crianza no tendría límites de especie. Describen esta relación como un sentimiento puro, simple e incondicional, en el cual los niveles de exigencia son menores, tanto en dedicación horaria como en costos económicos (*“Tengo un hijo, perro porque los gastos de crianza son bajos comparados a un bebé humano”, “Creo que una mascota exige un poco menos de responsabilidad e implica menos gastos y menos atención”, “El compromiso y apoyo en el caso de tener un hijo es mayor, muy diferente en temas monetarios, en proyecciones y en el tiempo de demanda”*).

Conclusiones

América Latina es la región que presenta el mayor involucramiento en redes sociales a nivel global. En este ámbito, Chile posee 3,65 millones de usuarios de X, de los cuales el 42% son mujeres, en tanto que, de los 10,95 millones de usuarios de Instagram en el país, el 53% corresponde a este grupo (Agencia Digital, Chile, 2023). Estos datos reafirman la importancia de abordar el estudio de los discursos conformados por ciertos grupos al interior de estas redes sociales.

El estudio de las maternidades y de la representación de las mujeres se ha desarrollado en base a una dualidad compartida entre hechos biológicos y culturales, los cuales a la vez han determinado su rol en la comunidad a partir de construcciones discursivas histórico-sociales. En esta línea nos pareció relevante averiguar acerca de las representaciones de la maternidad de un grupo de mujeres no madres, que a la vez se declaran madres de una mascota. Es interesante constatar que, en sus relatos, el significado de la maternidad se configuró como un hecho trascendente que traspasa a la familia nuclear para generar impacto en núcleos sociales mayores, incluso para las sujetas que no consideran la maternidad como una opción necesaria en la trayectoria de vida de una mujer. La negativa a la maternidad biológica en la mayoría de las mujeres entrevistadas estaría dada por no asumir la responsabilidad que conlleva la reproducción, pero no por negar la maternidad como sentido, por lo que efectivamente habría una transferencia de significación hacia otras relaciones de carácter afectivo. En palabras de Lagarde (2005) "Los otros, son personas, pero no solo. La maternidad puede convertir en los otros, también a instituciones, organizaciones, actividades y causas en las que participan y a las que asumen las mujeres" (p.249).

En este sentido, nos parece relevante destacar un hallazgo que dice relación con la dimensión performativa que adquiere la (no)maternidad en el grupo estudiado. El análisis de los datos, demuestra que las entrevistadas no se limitan solo a rechazar la maternidad biológica, sino que -en paralelo- despliegan una serie de prácticas y representaciones de carácter materno cultural, orientadas hacia sus mascotas, tal como lo ilustran expresiones aparecidas de forma recurrente en el corpus: "mi perro es como un hijo", "mi perrihijos" o la descripción de la tenencia responsable de un animal como un "ensayo en las labores de crianza".

Este desplazamiento del potencial maternal hacia un "hijo transespecie" —tal y como fue esbozado en la hipótesis de este trabajo— constituye una forma de resignificación discursiva que merece ser leída en su propia complejidad. No se trata solo de una negación de la maternidad, sino más bien de su reelaboración en un registro simbólico y también afectivo, que desborda los límites de la reproducción biológica. Discursivamente, esta reelaboración del concepto, opera mediante estrategias de predicación valorativa que transfieren al vínculo con la mascota los mismos atributos que organizan el imaginario materno hegemónico —cuidado, protección, entrega, responsabilidad hacia un ser dependiente— dotando así de legitimidad afectiva y simbólica a una experiencia que el modelo institucional no reconoce como maternidad. La imagen de la "madre perruna" se configura a modo de una identidad híbrida, en la que coexisten tanto el distanciamiento respecto de la maternidad biológica institucionalizada como la apropiación performativa de sus prácticas y afectos más constitutivos.

En esta misma línea, uno de los hallazgos que nos parece importante comentar dice relación con la aparición de elementos del modelo tradicional o institucionalizado de maternidad, ligado a un tipo de familia biparental y a grados importantes de auto exigencia, vinculado al modelo de "crianza intensiva"⁹. Lo anterior parece indicar que el binomio mujer/madre, apegado a la figura

9 Por "crianza intensiva" (intensive mothering) entendemos un modelo de maternidad regido por altas expectativas y presiones culturales sobre las mujeres para ser madres "perfectas" que dedican todo su tiempo y esfuerzo a la crianza de sus hijos. Esto implica estar siempre disponibles, supervisar todas las actividades de los hijos, participar

mariana que traza la representación de la maternidad en Hispanoamérica, conformado a su vez por atributos tales como la abnegación, la bondad y la devoción, sigue vigente incluso en aquellas mujeres que se niegan a concebir.

En cuanto a la tenencia de mascotas en reemplazo de hijos biológicos, el grupo de entrevistadas destaca el hecho de que tanto las mascotas como los hijos tienen en común procesos ligados a la enseñanza y a los cuidados. Sin embargo, en opinión de las participantes de este estudio, una de las diferencias radicales estaría marcada por la manutención económica menos demandante en el caso de una mascota. En estas afirmaciones nos parece percibir una dimensión económica constitutiva al significado de la maternidad, la cual institucionalmente, no sólo se construye desde una biología y una identidad de género, sino también desde una economía que a su vez se estructura con otras dimensiones significantes. Esto habla, probablemente, de los aspectos más vulnerables de la maternidad, relacionados con elementos materiales que permiten expresar los miedos de las mujeres ante la precariedad económica y los llamados fenómenos de “feminización de la pobreza”.

Cabe señalar que este trabajo se desarrolló bajo un corpus de entrevistas acotadas vía online, en un momento histórico marcado por el teletrabajo, lo que aumentó la interconexión y disminuyó las relaciones interpersonales cara a cara en pro de relaciones mediatizadas, hecho que pudo afianzar los vínculos afectivos con las mascotas al interior de los hogares.

Finalmente, consideramos necesario enfatizar una reflexión de carácter metodológico que este estudio abre como problema y que estimamos pertinente exponer como proyección para investigaciones futuras. En el transcurso de este análisis, se evidenció una permanente tensión entre las categorías analíticas empleadas - particularmente la noción de “(no)maternidad”- y el vocabulario con el cual las entrevistadas describen su experiencia, las cuales en varios casos recurren sin complejidad conceptual al término “maternidad” para describir el vínculo que poseen con sus mascotas. Creemos que esta tensión, lejos de transformarse en una carencia del análisis, señala la riqueza semántica del fenómeno en estudio, lo cual pone énfasis en una pregunta que el análisis que estructura este trabajo no logra agotar: ¿el autorreconocimiento como “madre perruna” constituye una resignificación genuina del concepto de maternidad -es decir, una alteración de su contenido valorativo y de sus estructuras institucionales- o más bien representa una extensión de sus fronteras semánticas que conserva intacto ese contenido bajo una nueva denominación? A nuestro juicio, nos parece que esta interrogante podría ser profundizada y abordada desde anclajes metodológicos de corte más bien inductivos, que centren la atención en las categorías nativas y los procesos de significación emergentes.

En esta dirección, resultaría de especial interés replicar este tipo de estudio en un corpus extendido a mujeres no madres que ya no se encuentren en edad fértil, a fin de explorar las historias biográficas de larga duración de estas configuraciones identitarias. Esto permitiría, a su vez, no solo contrastar los hallazgos aquí presentados, sino también avanzar hacia una comprensión más situada y procesual de las transformaciones contemporáneas en torno al cuidado, la maternidad y la subjetividad femenina.

activamente en su desarrollo, inscribirlos en múltiples actividades extracurriculares, garantizar una nutrición y salud impecables, y promover logros académicos y bienestar emocional excepcionales (Cf. Verniers et al, 2022)

Bibliografía

Libros

- Addison, H., Roth, E. & Goodwin-Kelly, M. K. (Eds.). (2009) *Motherhood Misconceived. Representing the Maternal in U.S. Films*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Arnold, S. (2013) *Maternal Horror Film: Melodrama and Motherhood*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Astelarra, J. (comp.) (1990) *Participación política de las mujeres*. Madrid: Siglo XXI
- Barnett, B. (2016) *Motherhood in the media. Infanticide, Journalism and the Digital Age*. New York, NY: Routledge.
- Basden, L. & Martin, B. (Eds.). (2016) *Taking the village online: mothers, motherhood, and social media*. Bradford, ON: Demeter Press.
- Feasey, R. (2012) *From Happy Homemaker to Desperate Housewives Motherhood and Popular Television*. Londres: Anthem Press.
- Fischer, L. (2014) *Film, motherhood, Genre*. Princeto, NJ: Princeton University Press.
- Heritier, F. (2007) *Masculino/Femenino II*, Primera Edición, México, Fondo de Cultura Económica
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014) *Metodología de la Investigación*, México D.F., Edit. Mc. Graw Hill
- Keller, J. (2016) *Making Activism Accessible: Exploring Girls' Blogs as Sites of Contemporary Feminist Activism*, en C. Mitchell y C. Rentschler (Eds.) *Girlhood and the Politics of Place*. Brooklyn NY, Berghahn Books.
- Lagarde, M. (2005) *Los Cautiverios de las Mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*, Cuarta Edición, México, Ediciones UNAM
- Mackenzie, J. (2020) *Language, Gender and Parenthood Online: Negotiating Motherhood in Mumsnet Talk*. New York, NY: Routledge.
- Meruane, L. (2018) *Contra Los Hijos*. Primera Edición, Santiago de Chile, Ediciones Random House.
- Montecino, S. (1991) *Madres y Huachos. Alegorías del Mestizaje Chileno*, 5ta. ed. amp. y aum., Santiago de Chile, Editorial Dos Siglos.
- Oliver-Powell, M. (2022) *Pepsi and the Pill: Motherhood, Politics and Film in Britain and France, 1958–1969*. New York, NY: Berghahn Books.
- Ruiz, J. I. (2003) *Metodología de la Investigación Cualitativa*, 5ª. Edición, Bilbao, Thomson Editores.
- Sibilia, P. (2008) *La intimidad como espectáculo*, 1ª Edición. Bs. Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Sierra Bravo, R. (1999) *Técnicas de Investigación Social. Teoría y Ejercicios*, 13ª. Ed., Madrid, Ediciones Paraninfo.
- Williams, R. (2005) *Culture and materialism*, London, Verso.

Artículos

- Alcalá, I. (2015) "Feminismos y maternidades en el siglo XXI", *Revista Internacional de Éticas Aplicadas*, N° 18, pp. 63-81

- Booten, K. (2019) *Hashtag Rhetoric: #AllLivesMatter and the Production of Post-Racial Affect*, en A. De Kosnik & K. P. Feldman (Eds.), *#identity: Hashtagging Race, Gender, Sexuality, and Nation*, pp. 183-194.
- Cachorro, G. (2008) *Cuerpo y subjetividad: Rasgos, configuraciones y proyecciones*, en Jornadas de Cuerpo y Cultura de la UNLP, 15 al 17 de mayo de 2008, Argentina. Consulta 2 de marzo de 2026: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.697/ev.697.pdf
- De Colsa Llantada, M., González Gil, L. & Servin Arroyo, A. (2013) *Redes sociales: la nueva era en la investigación interpretativa*. Ciudad de México: Versión. Estudios de Comunicación y Política, pp. 19-32
- De Kosnik, A. (2016) *Is Twitter a Stage?: Theories of Social Media Platforms as Performance Spaces*, en A. De Kosnik & K. P. Feldman (Eds.), *#identity: Hashtagging Race, Gender, Sexuality, and Nation*, pp. 19-38.
- De Kosnik, A., & Feldman, K. P. (2016) *Introduction: The Hashtags We've Been Forced to Remember*, en A. De Kosnik & K. P. Feldman (Eds.), *#identity: Hashtagging Race, Gender, Sexuality, and Nation*, pp. 1-14.
- Di Bella, D. (2017) *El Cuerpo como territorio*, Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, N° 64, pp.137-152.
- Iñiguez Rueda, L. (2003) *El análisis del discurso en las ciencias sociales: variedades, tradiciones y práctica*, en L. Iñiguez Rueda, *Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales*, Barcelona, Editorial UOC (Universitat Oberta Catalunya), pp. 83-124
- Rivas, M. (2004) *Sexualidad, género y subjetividad femenina*, en M. E. Ruiz Velasco, *Anuario de Investigación 2003. Educación y Comunicación UAM-X*. Consulta 21 de abril de 2021: https://publicaciones.xoc.uam.mx/DescripcionLibro.php?id_libro=37
- Schramm, N. (2007) *¿Mujeres en conflicto con la maternidad? La entrega de un hijo en adopción o transgresión de un ideal materno*, *Revista de Psicología*, N°16(1), 147-169. Consulta 21 de abril de 2021: DOI 10.5354/0719-0581.2007.18456
- Verniers, C., Bonnot, V. & Assilamehou-Kunz, Y. (2022) *Intensive mothering and the perpetuation of gender inequality: Evidence from a mixed methods research*. *Acta Psychologica*, Volume 227. 103614. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103614>