

Cuba: Campaña contra violencia desmonta imaginarios machistas

Por Sara Más
farias@enet.cu

La Habana, diciembre (Especial de SEMIac).- Es directa, desenfadada y atrae con mensajes y diseños dinámicos a la población juvenil. La nueva campaña cubana por la no violencia contra las mujeres les habla a los hombres jóvenes y les dice sin rodeos que el piropo callejero es acoso y atrasa.

La campaña tiene por protagonista a un cromañón, personaje de la prehistoria que viaja al día de hoy y cuestiona al joven moderno por sus prácticas machistas atrasadas y que creía ya inexistentes, como el control y el acoso a las mujeres. Evolucionata, les dice, por haberse quedado atrás en la cadena evolutiva.

Bajo el eslogan de Evolucionata, manejará tres lemas de apoyo en sus mensajes: "El acoso te atrasa", "El control te atrasa" y "El machismo te atrasa", en sintonía con la campaña Basta que lidera Oxfam en Latinoamérica.

Aunque inició su convocatoria con contenidos, videos y mensajes compartidos en las redes sociales desde días antes, Evolucionata tuvo una presentación inusual el 29 de noviembre en una gran fiesta juvenil en el Pabellón Cuba, céntrico espacio cultural de la capital cubana.

La campaña se presentó como parte de la Jornada Cubana por la No Violencia hacia las Mujeres y las Niñas, que coordina el Centro Oscar Arnulfo Romero (OAR) junto a la Federación de Mujeres Cubanas, el Centro Nacional de Educación Sexual y el Centro de Estudios de la Juventud, con el apoyo de Oxfam, la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (Cosude) y las embajadas de Canadá, Noruega y los Países Bajos en Cuba.

El público asistente y el que ha conocido los mensajes por internet se empieza a identificar con Evolucionata, que estará vigente hasta 2022 con la intención de ayudar a modificar las creencias asociadas al control de los hombres sobre el cuerpo de las mujeres, un imaginario de fuerte arraigo entre jóvenes cubanos.

"Las personas jóvenes encontraron una imagen de campaña pensada y construida también desde sus saberes y experiencias cotidianas. Una imagen que, sobre todo, quiere conectar con ellas desde una situación que apela al humor para hacerlas pensar y reflexionar sobre esos constructos culturales que naturalizan el acoso hacia las mujeres", comentó a SEMIac José Raúl Acosta, comunicador y parte del equipo creativo.

Agregó que Evolucionata se propone influir en las juventudes de 18 a 24 años y en un primer momento cuestiona las situaciones de acoso que a diario sufren las mujeres en espacios privados y públicos.

Decir piropos y hacer silbidos a una mujer en la calle es normal para 77 por ciento de los hombres cubanos, indica el informe de Oxfam "Rompiendo moldes:

transformar imaginarios y normas sociales para eliminar la violencia”, uno de los insumos que utilizó el grupo creativo que concibió Evolucionaria.

Con su estreno, la campaña empezó a generar también un debate que evidencia la necesidad de cambiar muchos preceptos y criterios sobre un acto como el piropo, naturalizado y defendido a capa y espada por generaciones de cubanas y cubanos que lo catalogan de lisonja y parte de la idiosincrasia y cultura nacionales, y no lo perciben como un acto de acoso callejero.

En la lista de comentarios en [Cubadebate](#), medio digital cubano, El Guaso fue uno de los alarmados: “como estoy viendo las cosas, perderemos el piropo, esa hermosa costumbre de nuestro país. Las más bellas canciones tienen como componente el piropo. Estamos importando el concepto de acoso sexual que tienen los países desarrollados y no vemos que perdemos cosas de nuestra identidad”.

De inmediato hubo reacciones como la de Firefly, concluyente en su criterio. “No veo la necesidad de defender el machismo de nuestra identidad. Un piropo, por muy creativo y hermoso que sea, si a la mujer no le gusta, es acoso. Si intentas imponerte, es acoso. Si le reclamas una sonrisa o palabra de agradecimiento por algo que no disfrutó, estas siendo abusivo”, sostuvo.

En tanto, otra forista ripostaba: “Un piropo no es cultura cubana. Nos han hecho creer que es así. Como mujer y joven no necesito lisonjas para sentirme bien. Y menos de un extraño en la calle que no me conoce y que invade mi espacio, porque mi cuerpo es mi espacio, para decirme algo. No, el piropo no es cultura ni para hombres ni para mujeres. Ni desde hombres ni desde mujeres. Aquí se trata de respetar la otredad”.

En opinión de la periodista Mayra García Cardentey, del equipo creador de Evolucionaria, “el diálogo que se está generando es muy interesante, es un buen inicio”.

García Cardentey reitera a SEMIac que el piropo se ha arraigado como parte de la identidad del cubano, cuando en verdad se trata de “malas prácticas que se han aprendido y aprehendido y han ido anclando dentro de la idiosincrasia, pero no son parte de nuestra identidad”.

La campaña tuvo en cuenta otros imaginarios relacionados con el control del cuerpo y las relaciones sociales de las mujeres, identificados por el estudio de Oxfam y el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (Clacso) en varios países, incluido Cuba.

Entre otras ideas, están las de intervenir en cómo se visten las mujeres, quiénes son sus amistades, a dónde salen y otros mecanismos de control masculino.

También conceptos esenciales relativos al machismo, presentes en las juventudes, sobre todo, por el modelo de mujer de éxito en las jóvenes en la actualidad, explicó Máster en Desarrollo Social y directora de la revista universitaria Alma Mater.

“Incluiremos el uso de las nuevas tecnologías, soporte al cual se están traspasando relaciones de poder mediante el control de las redes sociales, las pesquisas sobre las amistades que se aceptan, los comentarios que se hacen, el control de celulares, contraseñas y otros actos de ese tipo”, apuntó.

También han puesto la mirada en nuevos soportes comunicativos, en particular las comunidades y redes sociales, imprescindibles para la convocatoria juvenil. En los primeros 10 días, el sitio de [Evoluciona](#) en Facebook había alcanzado 1000 Me gusta e interacciones con 15.000 personas.

Además de las juventudes, el equipo creativo de Evolucionaria ha identificado otros públicos clave como organizaciones juveniles y religiosas, medios de comunicación, las redes de articulación y activismo, así como los espacios de socialización de esas juventudes.

“Se estarían potenciando mensajes y públicos estratégicos cada año. La idea es que primero las juventudes identifiquen esas forma de violencia, después se las cuestionen y, por último, que modifiquen sus comportamientos y actitudes”, concluyó.

Disponible:

<http://www.redsemlac-cuba.net/violencia/campa%C3%B1a-contra-violencia-desmonta-imaginarios-machistas.html>