

LECTURA

En busca de una estrategia que funcione

Khalida Brohi nació en un pueblo rural de Pakistán. Cuando era pequeña, su padre y su madre, de 14 años, decidieron abandonar su aldea rural y trasladarse a una ciudad donde sus hijos pudieran ir a la escuela. Aunque Brohi asistió a la escuela en pueblos y ciudades pakistaníes más grandes, su padre conservó una casa en su aldea rural para mantener a la familia conectada a sus raíces. A medida que crecía, Brohi se dio cuenta de que tenía oportunidades que se le negaban a sus compañeros en su patria rural. Brohi se inquietó y empezó a buscar formas de mejorar la vida de las mujeres y las niñas en Pakistán, un viaje que ha tenido muchos giros y vueltas. En una charla presentada en una conferencia de TED en 2014, dijo:

“Procedo de una tribu indígena de las montañas de Baluchistán llamada Brahui. Brahui, o Brohi, significa habitante de la montaña, y también es mi lengua. Gracias a las reglas muy estrictas de mi padre sobre la conexión con nuestras costumbres, tuve que vivir una hermosa vida de canciones, culturas, tradiciones, historias, montañas y muchas ovejas. Pero entonces, vivir en dos extremos entre las tradiciones de mi cultura, de mi pueblo, y luego la educación moderna en mi escuela no era fácil. Era consciente de que yo era la única niña que gozaba de tanta libertad, y era culpable de ello. Mientras iba a la escuela en Karachi y Hyderabad, muchas de mis primas y amigas de la infancia se casaban, algunas con hombres mayores, otras en intercambio, algunas incluso como segundas esposas. Pude ver cómo la hermosa tradición y su magia se desvanecían ante mí cuando vi que el nacimiento de una niña se celebraba con tristeza, cuando se decía a las mujeres que tuvieran la paciencia como principal virtud”.

Estas constataciones dolieron a Brohi, pero primero se sintió movida a actuar cuando supo que una amiga había sido víctima de un “crimen de honor”. Brohi lo explica: “El crimen de honor es una costumbre en la que hombres y mujeres son sospechosos de mantener relaciones antes o fuera del matrimonio, y son asesinados por su familia por ello. Normalmente el asesino es el hermano, el padre o el tío de la familia”. Los que practican el crimen de honor creen que cuando una mujer tiene una relación prohibida con un hombre, trae la vergüenza a su familia, y el honor de la familia solo puede ser restaurado matándola. Las Naciones Unidas creen que en Pakistán se producen al menos 1,000 asesinatos por “honor” de este tipo al año, pero probablemente muchos más no se denuncian.

Tras la muerte de su amiga, Brohi empezó a intentar concienciar sobre la práctica de los crímenes de honor. Cuando su familia consiguió una computadora, Brohi encontró la forma de amplificar su voz. Al ser una de ocho hermanos, solo podía utilizar la computadora unos minutos al día, pero le abrió un mundo nuevo. Creó una campaña en línea llamada Campaña DESPIERTA contra los Asesinatos de Honor y se puso en contacto con simpatizantes en Gran Bretaña, Estados Unidos y Australia. Miembros de los medios de comunicación prestaron atención al movimiento de Brohi y ella organizó concentraciones y huelgas para hablar en favor de los derechos de las mujeres. Pero pronto se enteró de que la gente de su comunidad en Baluchistán se sentía insultada por sus esfuerzos por desafiar costumbres centenarias. Su padre recibió cartas anónimas, el automóvil de la familia fue apedreado y Brohi recibió una amenaza de muerte. Finalmente se quedó en Karachi por su seguridad y empezó a pensar de forma diferente sobre cómo proteger y empoderar a las mujeres en su patria. En su charla, continuó explicando:



Proyecto de capacitación de las mujeres Sughar

Mujeres sostienen bordados que crearon con la Fundación Sughar, una organización que ofrece a las mujeres pakistaníes oportunidades de empoderamiento socioeconómico.

CRÉDITOS: Fundación Sughar

Mujeres sostienen bordados que crearon con la Fundación Sughar, una organización que ofrece a las mujeres pakistaníes oportunidades de empoderamiento socioeconómico.

En Karachi, cuando tenía 18 años, pensé que era el mayor fracaso de toda mi vida. Estaba desolada. Como adolescente, me culpaba de todo lo que había pasado. Y resulta que, cuando empezamos a reflexionar, nos dimos cuenta de que en realidad era culpa mía y de mi equipo.

Había dos grandes razones por las que nuestra campaña había fracasado estrepitosamente. Una de ellas, la primera razón, es que nos estábamos oponiendo a los valores fundamentales de las personas. Estábamos diciendo no a algo que era muy importante para ellos, desafiando su código de honor e hiriéndoles profundamente en el proceso. Y la segunda, que fue muy importante para mí aprender . . . era que no estábamos incluyendo a los verdaderos héroes que deberían luchar por sí mismos. Las mujeres de los pueblos no tenían ni idea de que estábamos luchando por ellas en las calles. Cada vez que volvía, me encontraba a mis primas y amigas con pañuelos en la cara y les preguntaba: “¿Qué ha pasado?”. Y ellas decían: “Nuestros esposos nos pegan”. ¡Pero estamos trabajando en las calles por ustedes! Estamos cambiando las políticas. ¿Cómo no va a repercutir eso en sus vidas?

. . . Las políticas de un país no siempre afectan necesariamente a las comunidades tribales y rurales. Fue devastador, como si no pudiéramos hacer nada al respecto. Y descubrimos que hay una enorme brecha cuando se trata de las políticas oficiales y la verdad real sobre el terreno.

Así que esta vez dijimos: vamos a hacer algo diferente. Vamos a utilizar la estrategia, y vamos a volver y pedir disculpas. Sí, pedir disculpas. Volvimos a las comunidades y les dijimos que estamos muy avergonzados de lo que hicimos. Estamos aquí para disculparnos y, de hecho, estamos aquí para compensarles. ¿Cómo lo haremos? Vamos a promover tres de sus principales culturas. Sabemos que son la música, la lengua y el bordado.

Nadie nos creyó. Nadie quería trabajar con nosotros. Nos costó mucho convencer y discutir con estas comunidades hasta que aceptaron que íbamos a promocionar su lengua haciendo un folleto con sus historias, fábulas y cuentos antiguos de la tribu, y promocionaríamos su música haciendo un CD con las canciones de la tribu, y algunos toques de tambor. Y la tercera, que era mi favorita, era que promocionaríamos sus bordados haciendo un centro en el pueblo donde las mujeres vendrían todos los días a hacer bordados . . .

Así que este fue el modelo que realmente resultó —muy sorprendente. A través del bordado promovíamos sus tradiciones. Íbamos al pueblo. Movilizábamos a la comunidad. Haríamos un centro en el interior donde 30 mujeres vendrían durante seis meses para

aprender sobre el valor añadido del bordado tradicional, el desarrollo empresarial, las habilidades para la vida y la educación básica, y sobre sus derechos y cómo decir no a esas costumbres y cómo erigirse en líderes para sí mismas y para la sociedad. Al cabo de seis meses, pondríamos a estas mujeres en contacto con préstamos y con mercados en los que pudieran convertirse en empresarias locales de sus comunidades.

Pronto llamamos a este proyecto Sughar. Sughar es una palabra local utilizada en muchísimas lenguas de Pakistán. Significa mujeres hábiles y seguras de sí mismas. Creo sinceramente que para crear mujeres líderes solo hay que hacer una cosa: hacerles saber que tienen lo que hace falta para ser líderes. Estas mujeres que ven aquí tienen grandes habilidades y potencial para ser líderes. Todo lo que teníamos que hacer era eliminar las barreras que las rodeaban, y eso es lo que decidimos hacer.

Pero entonces, mientras pensábamos que todo iba bien, que una vez más todo era fantástico, nos encontramos con nuestro siguiente contratiempo: muchos hombres empezaron a notar los cambios visibles en su mujer. Habla más, toma decisiones... Dios mío, se ocupa de todo en la casa. Dejaron de acudir a los centros, y esta vez, dijimos, vale, es hora de la estrategia dos. Fuimos a la industria de la moda en Pakistán y decidimos investigar sobre lo que ocurre allí. Resultó que la industria de la moda en Pakistán es muy fuerte y crece día a día, pero hay menos contribución de las zonas tribales y a las zonas tribales, especialmente de las mujeres.

Así que decidimos lanzar la primera marca de moda propia de mujeres tribales, que ahora se llama Nomads. Y así las mujeres empezaron a ganar más, empezaron a contribuir más económicamente a la casa, y los hombres tuvieron que pensárselo de nuevo antes de decirles que no cuando venían a los centros.¹

En 2013, Sughar empezó a construir salones de cemento en pueblos pakistaníes, con la ayuda del sitio web de viajes TripAdvisor. Invitan a otras organizaciones sin fines de lucro a compartir los espacios para la capacitación y la educación.

¹ Khalida Brohi, "How I work to protect women from honor killings," discurso presentado en TEDGlobal 2014, octubre de 2014, sitio web de TED, modificado por última vez en 2014, consultado el 25 de agosto de 2015.

Preguntas de contexto

1. ¿Por qué dice Khalida Brohi que el fracaso de su campaña inicial en Internet fue culpa suya? ¿Qué aprendió de esa experiencia?
2. ¿Por qué podría haber sido importante para Brohi pedir disculpas a las comunidades rurales a las que intentaba ayudar?
3. ¿En qué se diferenciaba el proyecto Sughar de Brohi de su campaña DESPIERTA? ¿Qué contratiempos encontró con el proyecto Sughar y cómo los superó? ¿Cómo pudo cambiar la situación de las mujeres en sus familias?
4. La violencia contra las mujeres, incluso el asesinato a manos de un miembro masculino de la familia, no se limita a Pakistán; de hecho, ocurre en todo el mundo. En su ensayo "La guerra más larga", Rebecca Solnit escribe sobre la violencia contra las mujeres y reconoce que, aunque existen diferencias en la forma en que se produce, toda violencia contra las mujeres consiste en "intentar silenciar y castigar a las mujeres por reclamar voz, poder y el derecho a participar".² ¿Cómo se utiliza la violencia como herramienta para limitar la capacidad de participación de alguien?
5. ¿Cómo podría saber más sobre la violencia contra las mujeres en su propia comunidad? ¿Cómo podría elegir desafiar esta violencia?

² Rebecca Solnit, *Los hombres me explican cosas* (Nueva York: Haymarket Books, 2014), 32.