

Treinta experiencias exitosas para redistribuir, reducir,  
reconocer, remunerar o representar el trabajo de cuidados

---

# Campaña #YoMeOcupo . los ayudadores, iniciativa Spotlight, Argentina.

---



---

## Campaña #YoMeOcupo- los ayudadores, iniciativa Spotlight, Argentina

---

País o localidad donde se implementa: Argentina

Instancias responsables de su implementación: Iniciativa Spotlight de Argentina, una alianza de la Unión Europea y las Naciones Unidas para poner fin a las violencias contra niñas y mujeres.<sup>8</sup>

### Problema específico que atiende y las personas destinatarias de la acción o política

Esta campaña pone en el centro de la escena la figura del varón “ayudador”, en referencia a los varones que sí se ocupan de realizar las tareas del hogar, pero solo lo hacen si se lo piden o esperan a que le den indicaciones, invitando a los hombres a compartir el trabajo doméstico que mayoritariamente recae en las mujeres. La campaña #YoMeOcupo quiere promover la conversación entre varones acerca de su rol en casa y busca visibilizar el impacto que tiene en las mujeres la carga mental que implica pensar, planificar y coordinar las tareas del hogar y de cuidado, informaron desde la organización.

La coordinadora de Spotlight en Argentina, Valeria Serafinoff, expresó:

Hay que hablar de carga mental porque para revertir una situación y resolver un problema primero hay que visibilizarlo. Es necesario que las mujeres reconozcan que parte de su agotamiento cotidiano tiene que ver con esa carga, pero también que los varones se involucren en tratar de definir esquemas más equitativos en la distribución de tareas vinculadas con el hogar” [...] “Para una sociedad más igualitaria, los varones deben dejar de tener un papel de ayudador y ocuparse de forma activa de las tareas del hogar y de cuidado. (Télam digital, 2020)

En el spot, cuatro mujeres colapsan mientras se encargan de alguna tarea del hogar. Es en ese momento en que aparecen sus parejas, listos para ayudar. “¿Por qué no me dijiste?”, “Tenés que pedirme, yo no puedo adivinar”, son algunas de las intervenciones de los cuatro protagonistas. Las ideas centrales de la campaña son:

- Ser ayudador no alcanza.

---

8 Más información sobre la iniciativa en <https://www.un.org/es/spotlight-initiative/>

- Los ayudadores no tienen una actitud proactiva en las tareas del hogar y de cuidados.
- Son las mujeres mayoritariamente quienes se encargan de la planificación y ejecución de las tareas mencionadas.
- En lugar de ayudar, ocuparse en igual proporción (50% de la carga de trabajo). #YoMeOcupo consta de una serie de spots y materiales para redes sociales que apelan a escenas cotidianas abordadas desde el humor con el propósito de reflejar lo naturalizado que está en la sociedad que las tareas en el hogar y de cuidados sean responsabilidad de las mujeres. “La iniciativa ha sido ideada por la consultora de género, diversidad y comunicación inclusiva @BridgethegapLat” (El País, 2020).

### Resultados esperados y obtenidos con la acción o política

De acuerdo con declaraciones radiales de la coordinadora de la Iniciativa Spotlight de Argentina, esta campaña quería enfocarse en uno de los aspectos menos visibles del trabajo de doméstico y de cuidados: la carga mental que asumen las mujeres en relación con la planificación y ejecución de dicho trabajo. El objetivo fue promover un cambio en la actitud de los hombres y que esa sea más proactiva a la hora de ocuparse del trabajo de cuidados. Menciona, además, que están muy contentos con la repercusión de la campaña. Expresa que son conscientes de que se trata de una transformación cultural y que este spot apela más bien a “mover el avispero” sobre un tema urgente como es contribuir a desmontar la división sexual del trabajo (Radio Cut, 2020).

### Obstáculos y retos en la implementación de dichas políticas y acciones

En la entrevista radial, Serafinoff también menciona que fue un reto el diseño del spot porque el objetivo era llegar a un público lo más amplio posible. Además, buscaban promover el debate, pero desde el humor y no desde la búsqueda e identificación de culpables.

### Justificación de cumplimiento de los criterios de inclusión

Esta campaña que apela al sentido del humor es una estrategia que busca redistribuir el trabajo de cuidados dentro del hogar entre varones y muje-

Treinta experiencias exitosas para redistribuir, reducir,  
reconocer, remunerar o representar el trabajo de cuidados

res. Es una campaña innovadora que busca transformar los roles de género asociados a las tareas de cuidado, contribuyendo a una transformación cultural a favor de la corresponsabilidad y la igualdad.

Video de la campaña #YoMeOcupo- Los ayudadores:

<https://www.youtube.com/watch?v=N4lWoGT0txU>