



Gilberto Chumpik líder Wampis poniendo achiote en su mejilla. Foto por Jacob Balzani Lööv.

COMUNICAR SIN COLONIALIDAD

El reto de descolonizar las campañas de incidencia

Kathia Carrillo Garrido

ACÁPACÁ



Kathia Carrillo es comunicadora social, activista anticolonial y feminista antirracista. Ha trabajado con organizaciones Indígenas y gobiernos autónomos de la Amazonía de Perú en el diseño de campañas de incidencia sobre territorialidad, autodeterminación y defensa de derechos colectivos para la justicia climática, económica y social. Ha publicado con el Movimiento Ciudadano frente al Cambio Climático (MOCICC) el manual “¿Cómo abordar los contextos amazónicos desde los activismos?”, donde hace énfasis de la necesidad de descolonizar las prácticas e intervenciones del movimiento activista ambiental. Actualmente preside la Asociación Las Comunes, una organización sin fines de lucro que trabaja desde las ciencias sociales, la comunicación y las artes para fortalecer procesos colectivos de liberación y de justicia social, económica y de género.

Este artículo fue producido como trabajo de fin de curso para el Curso Decolonización & ONGs coordinado por [Acápacá](#) y [CLACSO](#) (Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales).

Comunicar sin Colonialidad

El reto de descolonizar las campañas de incidencia

Las campañas de incidencia son herramientas cruciales y efectivas de la comunicación estratégica que acompaña luchas sociales. Como el nombre lo dice, estas son desarrolladas para incidir o influir en las decisiones de personas con poder en favor de las luchas de los pueblos u organizaciones de base.

Muchas de las organizaciones no gubernamentales del norte global que trabajan acompañando esfuerzos de organizaciones de base, gobiernos autónomos indígenas, o comunidades campesinas en resistencia, tienen áreas de trabajo dedicadas a la incidencia. Cuando coinciden con los actores de base en el objetivo de desalentar proyectos extractivos y velar por la conservación y protección de los territorios, y se complementan sus respectivas fuerzas de manera equitativa y complementaria, se pueden lograr importantes victorias. Sin embargo, es problemático cuando una organización del norte tiene la incidencia en su país de origen como propósito principal, ya que el fortalecimiento de procesos extensos de lucha territorial en los países en donde ocurren las afectaciones toma un segundo plano.

En el presente artículo propongo analizar este y otros aspectos de colonialidad dentro de las campañas de incidencia y de comunicación estratégica que realizan las ONGs, sobre todo del norte global, para acompañar luchas territoriales frente a los extractivismos. A través de la explicitación de la colonialidad en el diseño y el desarrollo de estas, propongo soluciones para abordar la problemática y trabajar hacia la descolonización de las comunicaciones y estrategias de incidencia.

Empiezo por señalar la problemática de aplicar los modelos de estrategias de comunicación para la incidencia que se desarrollan desde las ONGs del norte sin tener en cuenta a los pueblos indígenas o comunidades locales para su diseño. Continúo analizando algunos aspectos de colonialidad que tienen estas estrategias, empezando por el uso de narrativas romantizantes o exotizantes sobre los pueblos, la monopolización de la información y el conocimiento por parte de las

ONGs del norte, así como el foco privilegiado en los mensajes de personas blancas y en aquellos mensajes de las personas racializadas que son tomados como complementarios.

Finalmente, concluyo con algunas propuestas y recomendaciones para la descolonización del desarrollo de campañas de incidencia, a base de experiencias propias y de otras iniciativas del sur global.

Aspectos de colonialidad de las campañas de incidencia

Estrategias enlatadas:

Cuando hacemos frente a poderes dentro de las industrias extractivas para proteger territorios de pueblos originarios y comunidades locales, es común que ese poder al que deseamos influir se encuentre no sólo en esferas políticas, sino sobre todo en esferas financieras que, de por sí, no aplican principios de derechos humanos ni derechos colectivos, mucho menos enfoques interculturales o decoloniales. Por esta razón, resulta retador plantear estrategias de influencia que respondan a los modos de trabajo, los tiempos y las agendas de los pueblos y organizaciones de base.

Es común también que, debido a esta razón, el diseño de campañas de incidencia desde ONGs del norte global utilice estrategias de marketing que resultan efectivas a la hora de abordar e influir sobre ciertos tomadores de decisiones o, por lo menos, sus votantes (en caso de representantes congresales o de senado). Sin embargo, dichas herramientas no están diseñadas para garantizar el respeto a procesos colectivos con un enfoque intercultural.

Las campañas de incidencia que se diseñan en el norte global, pero que versan sobre conflictos territoriales del sur, se centran en estrategias de diálogo y negociación con tomadores de decisión y en la disuasión de inversores de proyectos extractivos con impactos negativos. Los problemas surgen cuando estas campañas no se construyen en conjunto con los pueblos o comunidades locales,

con el resultado de que no son culturalmente pertinentes o no responden a sus prioridades o agendas colectivas.

Las estrategias usualmente vienen empaquetadas, diseñadas previamente y sin posibilidad de cambios de fondo, y, a veces, sólo son presentadas muy someramente a representantes de los territorios con poder de decisión, pero no a sus equipos técnicos de comunicación e incidencia (de existir). Terminan siendo aprobadas en base a la meta general (frenar el proyecto extractivo) y a la confianza en la alianza con la ONG del norte, mas no analizando la forma de llegar a ella, o cómo las acciones complementan otras luchas en los territorios.

Las estrategias de comunicación para la incidencia suelen venir planteadas de acuerdo a la planificación y objetivos de la ONG del norte global, y no son necesariamente adaptadas a los objetivos de las organizaciones de base. Pueden consistir, entre otras cosas, en la publicación de un informe técnico sobre los abusos o las implicancias del proyecto extractivo y el señalamiento a actores clave responsables de ello (bancos, inversores, empresas socias, seguros); reuniones de diálogo entre dichos actores con los representantes territoriales en sus oficinas ubicadas en un país del norte global; reuniones de incidencia con representantes políticos (congresistas, senadores, alcaldes); y la gestión de la cobertura en medios masivos para la incidencia con el público general en países del norte. Los mensajes también suelen ser diseñados desde las ONG del norte según lo que ellas consideran más efectivo, a pesar del riesgo de reproducir narrativas racistas y romantizantes de los pueblos y sus luchas.

Diseñar y ejecutar estrategias de comunicación desde el norte global, sin que haya habido mínimamente un proceso participativo, cuando no creativo en conjunto, es una práctica paternalista y colonial. Entre las razones que la justifican destaca la falta de recursos y tiempo. Las campañas “enlatadas” no contemplan o respetan la complejidad de sistemas representativos y priorizan la temporalidad antes que los procesos orgánicos.

La institucionalidad indígena no sólo implica a líderes o representantes visibles. Más a menudo, los órganos de toma de decisión son las asambleas. Un proceso de diseño de una estrategia en conjunto implica costos y paciencia, si se quiere involucrar pueblos y comunidades con las instancias relevantes de su organización representativa, como asesores técnicos y su propia área de comunicación. Teniendo restricciones por financiamientos de proyectos de corto plazo, se priorizan los resultados inmediatos y no el sostenimiento de procesos en los territorios ni el respeto a ciertas estructuras y sistemas de funcionamiento de las bases territoriales.

Narrativas romantizantes: la explotación del “buen salvaje”

Al diseñar las campañas de incidencia del norte se busca elaborar mensajes que atraigan la atención de un público objetivo, que suelen ser también personas del norte. Por ello, es común que estos mensajes sirvan de contranarrativa a los prejuicios que se suele tener sobre pueblos indígenas y comunidades locales. La gran maquinaria mediática a servicio de intereses extractivistas se ha encargado de asociar calificativos degradantes, como “salvajes”, “irracionales”, “violentos/as”, “criminales”, “anti-desarrollo” y hasta “terroristas”, a colectividades que se encuentran en resistencia frente a amenazas capitalistas e imperialistas sobre sus territorios.

Ante ello, la contranarrativa más usada por ONGs del norte global es la del “buen salvaje”, que pretende hacer oposición a esos prejuicios. Sin embargo, esta contranarrativa es también problemática, ya que al tomarse a los pueblos y comunidades como colectividades que trabajan desinteresadamente para la protección de territorios de importancia vital para el planeta, se les suele colocar en una posición pasiva y sin agencia propia.

Por otro lado, cuando sí se resaltan las acciones de resistencia -en las que los pueblos muestran su agencia y decisión-, se resaltan especialmente las más llamativas, como la protesta. En estos casos, la narrativa que se construye pone énfasis en que “han sido obligados a tomar acciones de fuerza para ser

escuchados”, mas no el hecho de que se trata de una acción legítima en el marco de los derechos ciudadanos. Asimismo, se suelen ocultar las consecuencias de las protestas, como el bloqueo de vías de transporte o la toma simbólica de instalaciones industriales — porque en el fondo, aunque sean legítimas, están catalogadas como parte del “salvajismo”.

Del mismo modo, los mensajes suelen resaltar el saber tradicional o ancestral de los pueblos, que les permite una vida armoniosa con la naturaleza. Estos mensajes no solo dan por sentada la idea occidental de la separación dicotómica humano-naturaleza, sino que también resaltan la idea de un mundo idílico de “paz, amor y armonía” donde aparentemente no existen desigualdades sociales internas. Esta figura está alejada de una realidad dura en que infancias y gestantes tienen altos índices de mortalidad, por citar solo un ejemplo, colocando a los pueblos en una posición de superioridad moral, casi como miembros de un paraíso no terrenal, y por ende, otra vez, deshumanizándolos.

Ahora bien, colocar a estas colectividades en una posición de semi-dioses no significa que el hombre/mujer blancos tomen una posición de sumisión e inferioridad. Por el contrario, y como analizaremos en la sección sobre el foco en las voces blancas, continúan posicionándose por encima, recalando sus roles como aliados, pero no pares, en las luchas territoriales. Se trata de la reproducción del “complejo industrial del salvador blanco”¹.

Lilian Thuram señala que “el pensamiento blanco ilumina la historia bajo el solo ángulo de los mitos que él mismo construye al otorgarse a sí mismo un papel ventajoso²” (Traducción propia. Thuram, 2020, p. 55). Una narrativa desde el pensamiento blanco no podrá revertir el orden del mundo para transformarlo. No importa si sus intenciones persiguen fines nobles.

Esta glorificación de los pueblos indígenas y comunidades locales va de la mano con la aparente revalorización de sus saberes ancestrales. Sin embargo, sus

¹ Frase acuñada por Teju Cole

² Traducción propia. Thuram (2020), p. 55.

saberes y sus mensajes suelen estar enmarcados, dentro de una campaña, como complementarios a los valores o las metas más amplias que persigue la ONG del norte y su público objetivo: la conservación de la Amazonía y otros bosques tropicales para frenar el cambio climático, o la protección de los maritorios³ para la supervivencia de los ecosistemas marinos interconectados a nivel global. El discurso es que estos conocimientos servirán para frenar o revertir la crisis civilizatoria en la que nos encontramos. Pero, ¿mientras continuamos con el mismo sistema económico?

Esta narrativa del poder de salvación que tienen los pueblos indígenas para con la humanidad es también problemática, ya que se sigue centrando en la importancia de su lucha en los favores o beneficios que esta le trae al mundo, sin cuestionar problemas de fondo que le son incómodos, como el sistema capitalista que sostiene sus privilegios. En su lugar, se sigue centrando la importancia que le dan las personas del norte a los territorios, a la “naturaleza”, en tanto son cruciales para sus vidas.

Ese antropocentrismo, donde el “ser humano” es el centro y es universal: hombre y mujer blancos del norte global, nos hace perder la concepción que tienen los pueblos sobre sus territorios, su lucha y el mundo, que también les pertenece. Sólo se escuchan los saberes y los mensajes de las otredades (hombres racializados, mujeres indígenas, infancias del globo) en tanto sirven al hombre y mujer blancos a salvar lo que “les pertenece”: la tierra, la naturaleza, el oxígeno y las aguas que los sostienen.

La importancia que se da, desde las estrategias de marketing, a esta romantización de las figuras de los pueblos indígenas como los/las salvadores/as de la humanidad resulta problemática también cuando los o las representantes de los pueblos no cumplen con ese arquetipo y no cuentan con las herramientas para reproducir ese discurso.

³ Término acuñado por el pueblo Kawesqar en Chile para designar el territorio comprendido por los ecosistemas marinos y marino-costeros de los cuales forman parte.

Por ejemplo, cuando representantes de los pueblos pertenecen a una religión cristiana, occidental, y en su práctica han dejado de lado ciertos saberes y costumbres espirituales consideradas como parte intrínseca de los valores del buen indígena defensor territorial. Peor aun, cuando el o la representante oficial del territorio no tiene un manejo avanzado del lenguaje colonial (español, inglés, francés) que le permita comunicarse y articular los mensajes de campaña como la estrategia comunicacional lo requiere.

Ello ocasiona que, en ciertos casos, las ONGs del norte prefieran llevar a sus giras de incidencia a otros/as voceros/as de pueblos que no representan oficialmente a las organizaciones o instituciones territoriales, dándoles plataforma como tales, sólo por el hecho de saberse muy bien el discurso requerido para las narrativas de la campaña. Esto es problemático ya que al interior de los territorios se generan cuestionamientos de parte de la población, tanto a su organización o institución representativa como a la persona involucrada, generando en muchos casos conflictos y divisionismo.

Monopolización de la información y de las estrategias

Para las acciones de incidencia, es necesario llegar a espacios de toma de decisión, medios de comunicación e instancias del derecho internacional. El acceso a estos espacios, a pesar de existir “vías oficiales”, muchas veces depende de información intern y conocimientos personales, que se obtienen por contactos con personas claves. En este contexto, muchas veces son empleados de ONGs del norte que tienen el rol de “gatekeepers” (porteros).

Estas personas se guardan la información importante para la incidencia y tampoco comparten los contactos o las vías para conseguir los espacios de diálogo o presencia en medios. Es decir, no los ponen a disposición de las organizaciones representativas de los territorios que están en disputa, lo que coloca a estas últimas en una situación de dependencia.

Una de las piezas de información estratégica que no está a disposición de los pueblos es aquella relacionada con las finanzas, como las bases de datos que

permiten identificar inversores, proveedores y clientes, incluso consumidores en la cadena de valor de las empresas o proyectos extractivos. Esto se debe a que son servicios de suscripción sumamente caros, y por ellos son muy pocas las ONGs del norte que tienen acceso a ella. Ellas también cuentan con el personal con capacidades técnicas para la interpretación de dichos datos, quienes los comparten con las personas a cargo de diseñar las campañas. Sin el acceso a este tipo de información y sin los saberes técnicos para interpretarla, es difícil que desde los territorios se diseñen estrategias para desalentar las inversiones en proyectos extractivos que los afectan. Nuevamente, se establece una dependencia hacia las ONGs del norte.

Si bien, desde los sures se tiene mucha experiencia de tejer alianzas con ONGs del norte para acceder los recursos e informaciones estratégicas para desarrollar sus propias campañas, existe la dificultad que los últimos parecen haberse repartido el territorio de la incidencia según temáticas y geografías de intervención. Estas pueden ser la industria de los hidrocarburos, la industria minera, la pesca industrial, la conservación de la biodiversidad, los bosques tropicales, el cambio climático, etc. Así, una de ellas tendrá, por ejemplo, la información, los contactos políticos y de medios que abordan problemáticas sobre la industria de hidrocarburos en el país X, mientras que otra tendrá todo lo referente a minería en el país Y, sin que necesariamente colaboren o articulen entre ellos, a pesar de que el territorio en disputa y la gente afectada sean los mismos.

Esta especialización y repartición geográfica de las “áreas” o “terrenos” de trabajo no permite que, un territorio amenazado por más de una industria o problemática cree una estrategia de incidencia integral, sino que tendrá que moverse según las estrategias desagregadas que le plantean sus aliados del norte.

Enfoque en las voces blancas

Como lo explica Anibal Quijano⁴, pero también Césaire⁵, Fanon⁶ y Mariátegui⁷, el proyecto colonial se fundamentó en la negación de la humanidad, agencia y dignidad de pueblos enteros que fueron jerárquicamente ordenados de acuerdo con la invención de sus razas. Hablar por las otredades responde a dicho orden jerárquico.

Muchas campañas de incidencia trabajan con personalidades famosas del espectáculo quienes prestan sus plataformas de redes sociales para los mensajes diseñados para la campaña. Estas personalidades suelen ser hombres blancos millonarios (aunque a veces también las hay mujeres blancas) de la industria del entretenimiento o de la música, quienes no necesariamente estarán enterados a profundidad de las complejidades de los conflictos territoriales, mucho menos de las agendas y demandas de los actores territoriales clave que se encuentran en las primeras líneas del conflicto.

Los mensajes que reproducen en sus redes sociales son pre-diseñados por el equipo de campaña o incluso material audiovisual que explica de manera sencilla la problemática o la demanda. Más allá de lograr o no el impacto deseado, que se puede ver reflejado en el rebote en medios del “pronunciamiento” de dicha personalidad, el problema de fondo es que se sigue dando el foco a las voces blancas.

La necesidad de usar una voz perteneciente al arquetipo de ser humano dictado por la hegemonía occidental, refuerza la idea colonial de que las voces racializadas no son lo suficientemente válidas para ser escuchadas. Esta jerarquización de la fuente de información o, mejor dicho, de los emisores de un mensaje, responde a

⁴ Quijano (2020)

⁵ Césaire (2004)

⁶ Fanon (2002)

⁷ Mariátegui (1918)

la deshumanización de colectividades otrora colonizadas, y contribuye a crear lo que Erick Torrico Villanueva indicó, “un estado de no comunicación, que implica el desconocimiento y la instrumentalización del Otro” (Torrico, 2018, p. 78). Se refuerza el orden que Karina Bidaseca llama colonialismo discursivo, cuando las “voces bajas [...] son fagocitadas, representadas o traducidas por otras voces” (Bidaseca, 2011, p. 64).

En este sentido también, el hombre y mujer blancos no se colocan sólo como emisores privilegiados de un mensaje, sino también como interlocutores de asuntos que no les atañen directamente. Durante las visitas a bancos, empresas, oficinas de políticos o de instituciones del derecho internacional, el rol de supuesto puente de comunicación entre estos y los pueblos deviene fácilmente en el de interlocutor. Debido al dominio tanto técnico de la problemática como al del idioma en el cual se realizan estas reuniones, es inevitable que el trabajador o trabajadora de la ONG del norte tenga protagonismo, incluso más que los representantes de los pueblos ya que el otro lado de la mesa, desde su colonialidad del saber, los interlocutores internacionales no tienen la apertura necesaria para escuchar a quienes deberían estar escuchando.

De otro lado, cuando a los trabajadores de la ONG encargados del diseño de la campaña de incidencia les toca ceder el foco, por ejemplo para la cobertura mediática, no renuncian a su protagonismo y aparecen en las notas periodísticas como actores cruciales de las luchas territoriales; muchas veces, con mayor fuerza que los testimonios de los representantes de los territorios. Esto se debe tanto a que existe colonialidad en el periodismo que cubre estos temas, como al hecho de que las estrategias son diseñadas previamente de acuerdo a los objetivos de la ONG. Uno de estos objetivos es también el posicionamiento de la misma a nivel mediático. Esos registros mediáticos de éxitos o avances de su trabajo les traen mayores fondos para sus proyectos y mayor protagonismo mediático.

Propuestas para construir campañas de incidencia desde un enfoque decolonial



Lider Wampis Kefren Graña es pintado con achiote. Foto por Jacob Balzani Lööv.

Para subvertir el orden y generar narrativas transformadoras, dignificantes y humanizantes, es necesario el compromiso y la apertura de las ONGs de ceder sus posiciones de privilegio. Como bien lo explica Leonora Miano:

La cuestión que se plantea a las sociedades occidentales campeonas de la libertad y la igualdad es saber qué significa ahora la blanquitud en sus relaciones con los pueblos del mundo. Y para responder a ello de manera válida, la parte silenciosa del discurso sobre el colonialismo debe comenzar a enunciarse. (Traducción propia. Miano, 2023, p. 152).

En tal sentido, dentro de estas recomendaciones y propuestas, menciono algunas iniciativas, como guías o manuales, que han sido desarrolladas desde los sures, en especial América Latina, y que son valiosas para orientar a todas las personas y

organizaciones que sostienen trabajos en relación con las luchas territoriales de pueblos indígenas y comunidades locales.

Transmitir los saberes y ceder accesos a la información para la autonomía

Las estrategias de comunicación para la incidencia han resultado muchas veces en favor de las luchas territoriales. De lo que se trata es de mejorar esta herramienta para hacerla más adecuada a las agendas de los pueblos indígenas o comunidades locales, lo que será posible sólo en tanto sea apropiada por ellos mismos.

La propuesta, en una primera instancia, es de construir estas estrategias de comunicación con el involucramiento máximo de los custodios del territorio a defender, para que de esta manera surja un aprendizaje y apropiación de la herramienta por medio de la práctica. Un trabajo importante para la transmisión de este tipo de saberes es la sistematización de diversas experiencias de comunicación estratégica para la defensa territorial que hicieron La Sandía Digital y Witness, y que dio como resultado la guía “Construir los mundos que queremos. Guía de comunicación estratégica para la defensa de la tierra y el territorio”⁸.

En dicha guía, se promueve la construcción de las estrategias desde las bases territoriales, es decir, trabajarlas en conjunto con ellos y ellas. Esto permite concebir una estrategia enriquecida, ya que se tienen en cuenta múltiples visiones y diversas formas de accionar de los pueblos que pueden servir no sólo para cumplir con una meta específica e inmediata, sino complementar muchas más, desde una mirada integral. Para ello será necesario destinar recursos a procesos más largos de construcción de las estrategias y del traspaso de los saberes para que, en un segundo momento, los propios pueblos puedan desarrollarlas por su cuenta y en base a sus agendas y demandas.

Se deberá transparentar y transmitir toda la información técnica y financiera obtenida sobre las empresas, proyectos o industrias que amenazan los territorios, de manera pertinente para la comprensión adecuada de quienes harán la incidencia.

⁸ Diez et al. (2021)

Además, debe compartirse el acceso a los contactos de medios, haciendo el enlace directo con los/las periodistas, procurando que se establezca una relación directa y ya no mediada entre ellos y las organizaciones o instituciones representativas territoriales.

Revertir el poder

Una vez que los pueblos indígenas o las comunidades locales se hayan apropiado de la herramienta de la comunicación estratégica y las campañas de incidencia, el rol de las ONGs o aliados/as del norte será el de sumar sus saberes técnicos o lingüísticos según sea requerido por las bases en territorio, subordinándose a las agendas planteadas desde ellos.

La interrupción de la dependencia de las ONGs del norte requiere que parte de los fondos que las sostienen lleguen directamente a las organizaciones o movimientos de base. De este modo, serán estas últimas las que luego podrán convocar, a modo de labor remunerada, a trabajadores del norte por su experiencia, expertise y saber técnico.

Así se garantizará que las campañas de incidencia no sean un fin en sí mismo, sino una parte de los procesos de defensa territoriales planteados por los mismos pueblos y comunidades, desde una mirada más integral de sus propias luchas y resistencias.

Cuestionar la forma de relacionamiento con los territorios desde un enfoque decolonial, dignificante y humanizante.

El uso decolonial del lenguaje permite entender y expresar mejor las visiones de los pueblos, así como las concepciones de sus realidades desde sus propios saberes. Existen algunas guías del lenguaje, como las de Survival international⁹ sobre descolonizar el lenguaje de la conservación, o la de Oxfam para un lenguaje inclusivo¹⁰, que sirven no sólo para tener un lenguaje adecuado para abordar

⁹ Survival International, 2022

¹⁰ Oxfam GB, 2023

distintas temáticas que involucran nombrar a colectividades y sus visiones, sino para desde ahí reconfigurar los enfoques coloniales sobre los distintos contextos globales.

Para el caso de la Amazonía, en el año 2022 desarrollé, por encargo del Movimiento Ciudadano frente al Cambio Climático de Perú (MOCICC), un manual de acercamiento a los contextos amazónicos¹¹, en el cual analizo la importancia de descolonizar el lenguaje y las geografías en el quehacer activista. Además, ofrezco algunos lineamientos para los activismos en torno a dicho territorio. Esos lineamientos pueden ser extrapolables, en ciertos casos, a otros territorios, ya que tienen como base poner a los pueblos indígenas y comunidades locales al centro de toda acción.

En la mencionada publicación, resalto como paso importante para el trabajo desde un enfoque decolonial el conocimiento y respeto a la institucionalidad indígena. Ello significa realizar procesos de co-construcción y co-diseño conjunto de propuestas, con las organizaciones o instituciones representativas cuando es posible. Asimismo, es de suma importancia obtener el consentimiento informado para las distintas iniciativas que vayan a llevarse a cabo en sus y por sus territorios, así como hacer pasar, en la medida de lo posible, las propuestas por sus estructuras de toma de decisión, validando y trabajando con quienes designen como sus representantes o voceros/as.

Esa validación debe suceder independientemente de si la persona o personas cumplen o no con el arquetipo de “defensor/a territorial” que usualmente requieren las campañas diseñadas desde el norte. Si una estrategia es construida desde el territorio, este aspecto ni siquiera será un problema, porque una estrategia construida desde el territorio permite centrar las campañas o propuestas en las agendas propias de los pueblos.

Las ONGs del norte deben dejar de lado la repartición de lotes temáticos para la incidencia internacional y aprender a trabajar juntas, superando la competencia

¹¹ Carrillo, 2024

por fondos, y sumar sus aportes técnicos según las necesidades definidos por los pueblos y comunidades como parte de sus estrategias de defensa territorial integrales.

Priorizar la generación de narrativas desde la dignidad

Tal y como lo exponen las autoras de la guía “Construir los mundos que soñamos”¹², es necesario ir más allá del problema que amenaza el territorio para poder generar narrativas transformadoras que hablen de la humanidad y dignidad de los pueblos. Esto no se trata de romantizar dichas realidades; todo lo contrario, se trata de narrar la realidad en la que existen otras formas de vivir también dignamente.

Para ello, esas historias deberán disputar el centro y el foco, lo cual sólo será posible si desde el norte, las personas e instituciones aliadas, lo ceden y priorizan los procesos y la transformación más que los impactos y aparentes resultados inmediatos. Como dijo Franz Fanon, “la ‘cosa colonizada’ deviene hombre en el proceso mismo mediante el cual se libera” (Traducción propia. Fanon, [1961] 2002, p. 40)

Una narrativa transformadora explicitaría sin temores las razones individuales y colectivas por las que los pueblos deciden luchar contra el saqueo territorial, por ejemplo. Estas razones tienen que ver con su subsistencia propia, con el garantizar un futuro digno para sus generaciones futuras, no para el hombre y mujer blancos. Pero estas razones no reciben el peso que deben porque no se consideran relevantes para el norte global ya que, en el fondo, las vidas de las otredades no importan ni pesan tanto como las de ellos.

Entonces, se trata de poder realizar un trabajo de incidencia en medios o en espacios de toma de decisión donde se deje realmente hablar, desde su propia voz y propios mensajes, a los/las representantes de los pueblos indígenas y comunidades locales, sin mediaciones ni discursos adaptados a otros fines más que a los suyos propios.

¹² Diez et al., 2021

Ello implica también dejar de lado la narrativa del “buen salvaje”, que romantiza las realidades sociales de la otredad para ponerla al servicio de agendas, discursos y fines hegemónicos.

En tanto perspectiva transformadora, la decolonización de la Comunicación supone un nuevo trayecto *utopístico* en lucha contra la segregación epistémica y cuyo propósito es restablecer la comunicación que humaniza. (Torrice, 2018, p.80).

Referencias bibliográficas:

- Bidaseca, Karina (2011). *Mujeres blancas buscando salvar a mujeres color café: desigualdad, colonialismo jurídico y feminismo postcolonial* en Andamios. Revista de Investigación Social 8 (17), p. 61-89. México DF: UNAM.
- Carrillo Garrido, Kathia (2024). *¿Cómo abordar los contextos amazónicos desde los activismos? Manual de acercamiento a la Amazonía peruana en torno al cambio climático*. Lima: MOCICC.
- Césaire, Aimé ([1955] 2004). *Discours sur le colonialisme*. Paris: Présence Africaine.
- Survival International (2022). *Guía para descolonizar el lenguaje en la conservación*. https://assets.survivalinternational.org/documents/2341/Guia_descolonizar_lenguaje_conservacion.pdf
- Diez, Eloisa; Cornelio, Indira; Salas, Laura; Montalvo, Mónica (2021). *Construir los mundos que soñamos. Guía de comunicación estratégica para la defensa de la tierra y el territorio*. México DF: La Sandía Digital, Witness.
- Fanon, Frantz ([1961] 2002). *Les Damnés de la terre*. Paris: La Découverte & Syros.
- Mariátegui, José Carlos ([1918] 2014). *7 ensayos de interpretación de la realidad peruana y otros escritos* en José Carlos Mariátegui: Política revolucionaria. Contribución a la crítica socialista Tomo II. Lima: USP José Carlos Mariátegui.
- Miano, Léonora (2023). *L'opposé de la blancheur. Réflexions sur le problème blanc*. Paris: Seuil.
- OxfamGB. *Inclusive Language Guide*. Oxford: Oxfam International.
- Thuram, Lilian (2020). *La Pensée Blanche*. Paris: Philippe Rey.
- Torrico Villanueva, Erick R. (2018). *La comunicación decolonial. Perspectiva in/surgente* en ALAIC Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación 15 (28), p. 72-81. <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/472/475>
- Quijano, Anibal ([2000] 2020). *Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina* en Cuestiones y horizontes. De la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder. Lima: UNMSM; Buenos Aires: CLACSO.