



¡ATENCIÓN!

Una campaña de incidencia es una estrategia de acción para influir en el ámbito de la política y de la opinión pública. Tiene la característica de que combina distintas actividades, sostenidas durante un periodo de tiempo y realizadas por un grupo amplio de personas que trabajan a nivel local, regional y nacional.

CAMPAÑA DE REVALORACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL Y AUTO IDENTIFICACIÓN ÉTNICA “RAÍCES QUE CUENTAN”

(Perú)

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos un colectivo que lucha por el reconocimiento legislativo de los grupos étnicos y aporta al auto-reconocimiento de la identidad cultural nacional.

¿QUÉ QUEREMOS?

Reconocimiento para los pueblos indígenas

MODIFICAR LA PREGUNTA SOBRE AUTO-IDENTIFICACIÓN ÉTNICA EN EL CENSO NACIONAL DEL PERÚ. ESTO CONTRIBUYE A LA APERTURA DE ESPACIOS DE REAFIRMACIÓN DE LAS DISTINTAS IDENTIDADES ÉTNICAS EN EL PAÍS Y AL RECONOCIMIENTO DE DERECHOS POR PARTE DEL ESTADO.



2013 La Campaña de revaloración de la identidad cultural y autoidentificación étnica "Raíces que cuentan" ha sido impulsada por la *Organización Nacional de Mujeres Indígenas, Andinas y Amazónicas del Perú - ONAMIAP*, en el marco de la realización del Censo Nacional 2017 del Perú. Esta iniciativa tenía como objetivo hacer visible a la población indígena en las estadísticas nacionales.

La campaña consistió en exigir que la pregunta referida a los pueblos indígenas permitiera que las personas pudieran identificarse a sí mismas como indígenas o parte de algún otro grupo étnico.

El trabajo de la organización de mujeres ONAMIAP y la campaña no se agotan en la incidencia con respecto al Censo Nacional. Han hecho un fuerte trabajo interno y de sensibilización hacia las comunidades que hacen parte de la organización y hacia otros grupos sobre la importancia del autorreconocimiento étnico y las herramientas públicas para garantizar sus derechos.

Onamiap realizó actividades en 15 regiones del área andina y amazónica del país, asistiendo a reuniones, haciendo capacitaciones y talleres de auto identificación, promoviendo entre las comunidades la pregunta censal: *"Por sus costumbres y sus antepasados ¿usted se siente o se considera: quechua, aimara, nativo o indígena de la amazonia, perteneciente o parte de otro pueblo indígena u originario, etc"*

Algunos de los objetivos de la campaña "Raíces que cuentan" son:

- Afirmar la existencia de grupos étnicos y su presencia en espacios rurales y no rurales.
- Disminuir el racismo y discriminación hacia los grupos étnicos.
- Incorporar el Convenio 169 de reconocimiento de los pueblos indígenas y tribales en la agenda pública de los Estados.

Las líneas de acción de la campaña son:

AUTO-IDENTIFICACIÓN ÉTNICA.

INCIDENCIA EN POLÍTICAS PÚBLICAS CON ENFOQUE DIFERENCIAL.

Todas las actividades las han acompañado con participación en espacios de los medios de comunicación: spots de radio, videos compartidos en la web. La sensibilización y reflexión respecto a los orígenes generó mayor comprensión sobre el significado de ser una población que en su mayoría tiene ascendencia indígena.

Campaña raíces que cuentan:
Facebook:
www.facebook.com/somosindigenasdelperu/
Twitter:
<https://twitter.com/raicescuentan>

Organización Nacional de Mujeres Indígenas Andinas y Amazónicas del Perú:
<http://onamiap.org/>

¿CÓMO LO HACEMOS?

1 CONOCER EL CONTEXTO

SUGERIMOS

- Identificar la red de conflictos que la campaña quiere ayudar a transformar, para ello se debe conocer a profundidad el contexto desde distintos aspectos:
 - Geográficos: el ecosistema
 - Sociales: la demografía
 - Culturales: las costumbres
 - Económicos: la producción

CONSIGNA

ES CLAVE IDENTIFICAR CADA UNO DE LOS DIVERSOS ELEMENTOS QUE COMPONEN LA IDENTIDAD TERRITORIAL. DE ESTA FORMA, SE DA RECONOCIMIENTO A LAS DIFERENCIAS LOCALES A TRAVÉS DE LA DEFENSA DE LOS DERECHOS COLECTIVOS.

2 ORGANIZACIÓN DEL COLECTIVO

SUGERIMOS

La campaña se debe organizar según magnitud o alcances esperados:

- **Un comité general** desde el cual se decida la estrategia general de la campaña. Este estará compuesto por personas especialistas en temas como comunicación, manejo de redes sociales, creación de contenidos, así como personas cercanas a las comunidades indígenas y sus lenguas originarias.
- **Comités regionales** para comunicar y activar en lo local las estrategias nacionales y para aportar a la discusión sobre las particularidades locales que deben estar consideradas por el comité general.

CONSIGNA

LA COOPERACIÓN ENTRE ORGANIZACIONES DE DISTINTOS NIVELES Y LA CONSTRUCCIÓN CON LAS ORGANIZACIONES LOCALES ES CLAVE PARA FORTALECER LA ACCIÓN COLECTIVA.

3 ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN

SUGERIMOS

Posterior a la organización, es necesario crear estrategias particulares dependiendo del contexto regional: especificidades del tema en el territorio y reconstrucción de memorias e historias regionales o colectivas.

CONSIGNA

LAS DIVERSAS POBLACIONES HAN VIVIDO DIFERENTES PROCESOS SOCIOCULTURALES QUE HAN INCIDIDO EN LA TRANSFORMACIÓN DE SUS TERRITORIOS. A LA HORA DE PLANTEAR LAS ACTIVIDADES CON LAS POBLACIONES PARA LA CAMPAÑA ES IMPORTANTE PROFUNDIZAR EN LOS CONTEXTOS HISTÓRICOS, DE ESTE MODO SE IDENTIFICARÁ CÓMO EL CONTEXTO LOCAL FORTALECE LA DIMENSIÓN NACIONAL DE LA CAMPAÑA.

4 ACERCAMIENTO A LAS COMUNIDADES

SUGERIMOS

La comunicación es la herramienta principal para un buen acercamiento a la comunidad. La idea que se desea compartir debe ser comprensible, respetuosa y debe ser cercana a los intereses de la población a la cual se dirige, con ánimo de reducir la brecha de desinformación. Para ello se recomienda:

- I. Transmitir información clave, clara y fija.
- II. Definir desde el principio los espacios, los tiempos y la descripción de las actividades.
- III. Utilizar los medios locales de comunicación.
- IV. Identificar y entablar comunicación directa con las autoridades o líderes de territorio.
- V. Realizar actividades de acuerdo a la edad.
- VI. Realizar actividades comunitarias que sean cercanas a la población: comidas comunitarias, bazares, etc.

CONSIGNA

EL ESPACIO DE PARTICIPACIÓN DEBE CONSTRUIRSE DESDE LA CONFIANZA, ES CLAVE ENTENDER QUE LOS INTERESES DE LA CAMPAÑA DEBEN IR DE LA MANO DE LOS INTERESES DE LA POBLACIÓN. LA POBLACIÓN NO DEBE SENTIRSE NI DISCRIMINADA, NI MINIMIZADA. LA CAMPAÑA NO HABLA POR LA COMUNIDAD, ES LA VOZ DE LA COMUNIDAD

5 CREAR LA PUBLICIDAD Y EL MERCADEO

SUGERIMOS

Es importante tener preparado todo el material publicitario: videos, volantes, camisetas, manuales, gorros, llaveros, afiches, lapiceros. Todo esto hace que la campaña sea recordada, y que llegue a públicos diversos, en más lugares del país.

CONSIGNA

NO IMPORTA SI HAY DISTINTOS MECANISMOS PARA LA INCIDENCIA PÚBLICA LO IMPORTANTE PARA NO GENERAR DISPERSIÓN EN EL MENSAJE ES QUE ESTE SEA CLARO Y QUE TODAS LAS PERSONAS PUEDAN ACCEDER A INFORMACIÓN SUFICIENTE.

EN EL CAMINO APRENDIMOS QUE...

La comunicación y la constitución de redes de trabajo a nivel local y nacional son importantes en el manejo de una campaña a escala nacional. Estas permiten ejercer presión política y social sobre las instituciones o sobre quienes están haciendo la campaña.

Realizar una buena caracterización social de la población con la cual se va a trabajar es clave para entender cómo tejen sus propias dinámicas sociales y culturales. Allí se puede comprender cómo se expresan sobre sus hábitos cotidianos, cuáles son las formas para compartir información en el día a día, incluso, cuáles son los lugares en donde se transmite este compartir de ideas. Esta campaña hizo uso de las redes sociales como un medio de comunicación efectivo y acertado pues son hoy canales de información innovadores e inmediatos, es decir, la información puede llegar a cualquier parte del mundo y en diferentes formatos (vídeo, audio, texto).

El trabajo en un contexto de discriminación no es fácil, este implica un trabajo de autoconocimiento. Gracias a las actividades de sensibilización incluso, aquellos involucrados en la campaña han aprendido mucho de sí mismos y de sus orígenes.

MIS APRENDIZAJES

Formulario para registrar aprendizajes, con líneas horizontales y un borde decorativo de círculos grises a la izquierda.

