

La descolonización, más allá de una tendencia

Por: Valentina Alcalde. 25/12/2022

Lo personal es político

He querido escribir sobre esto desde hace tres años después de que me invitaron a ser parte del conversatorio inaugural de la Bienal Iberoamericana de Diseño en Puebla. Allí uno de los invitados en algún momento mencionó la importancia de descolonizar el diseño, hasta ahí todo bien. Pero posteriormente dijo algo como: México es un país del tercer mundo, por eso el diseño está tan atrasado. Cuando escuché todo esto me retumbó en la cabeza: la descolonización se está convirtiendo en una palabrita más, una tendencia vacía.

¿Por qué esto generó tanto ruido en mí? Por un lado, parece ser que es fácil caer en que la colonialidad del ser, solo tiene que ver con el colonialismo histórico y no con la gran estructura hegemónica actual. [De Sousa Santos](#) la ve como tres cabezas que nombra: capitalismo, colonialismo y patriarcado; a estas le adhiero otras tres: racismo, binarismo y modernidad¹. Dentro de esta última cabe la idea implantada en nuestras mentes y percepción de nosotrxs mismxs que somos territorios del tercer mundo o subdesarrollados, en cualquiera de sus usos, una conversación para hacernos sentir inferiores a otros superiores, las grandes potencias mundiales, al menos económica y políticamente, aunque no necesariamente ambiental y socialmente.

En ese sentido, la colonialidad es la supresión de conocimientos otros, la dominación europea y norteamericana, la universalización y totalización del mundo. ¿Qué quiere decir todo esto? Pensemos por ejemplo en nuestra ropa, ¿cómo estás vestida hoy? Posiblemente te veas igual que una persona que está en Japón y otra que está en Colombia y otra que está en España. Nuestra vestimenta hace parte de la colonialidad del ser, no solo nos vestimos como otrxs, sino también, hemos ido perdiendo nuestros conocimientos y saberes propios de nuestro territorio, tribu, familia o grupo social.

Sabemos poco o nada sobre nosotrxs mismxs. Sabemos mucho sobre grandes marcas, Google, Apple y Amazon. Pero sabemos poco o nada sobre el tejido que

hace nuestra abuela y que aprendió de su tatarabuela. Poco o nada sabemos sobre el río que está más cerca de nuestra casa; poco o nada sabemos sobre la planta que usa nuestro papá para quitarse el dolor de muelas. Pueden sonar inverosímiles estos ejemplos, pero la realidad es que la colonialidad del ser está más cerca de quiénes somos de lo que pensamos. No es un monstruo lejano y desconocido.

La descolonización como apuesta política

De tal manera que es bastante opuesto el discurso del tercermundismo a la apuesta epistémica y ontológica de la descolonización. Escobar² define la descolonización como un “proceso de deconstrucción y desmantelamiento [que] deberá estar acompañado por otro análogo destinado a construir nuevos modos de ver y de actuar”. No es suficiente entonces con la deconstrucción, es urgente la construcción o reconstrucción de formas otras de hacer, pensar, crear y ser³.

En ese sentido, tanto la colonialidad como por supuesto, la descolonización, están relacionadas con la forma en la que consumimos; nos vestimos; lo que usamos; la publicidad; cómo diseñamos, para quién y con quién; lo que comemos; cómo nos relacionamos con la naturaleza, la familia, lxs amigos y parejas. Básicamente hasta ir al baño -según el baño- puede ser colonial, es un chiste, pero es cierto. Esto es porque cualquier acto puede político.

El grupo [Decolonising Design dice en su Manifiesto](#): “para nosotros, la descolonización no es simplemente una opción o enfoque más entre otros dentro del discurso del diseño. Más bien, es un imperativo fundamental al que deben orientarse todos los esfuerzos de diseño”. Lastimosamente en el sistema capitalista lo alternativo termina siendo una opción más, como lo ha sido la sustentabilidad o el ecodiseño, una tendencia de diseño más.

No nos mintamos, bajo el sistema económico neoliberal y la gran raíz capitalista, todo es capitalizable. Cada movimiento ciudadano y las mal llamadas minorías lo hemos sido: LGBTIQ+; los movimientos feministas; las comunidades racializadas, indígenas, negras, afro; las personas trans; los movimientos ambientalistas; todos de una u otra manera han sido utilizados dentro de discursos vacíos y despolitizados para vender humo.

Por ejemplo, llevamos más de una década viendo cómo las grandes multinacionales se han subido en el tren —sumamente urgente— de la sustentabilidad. Sabemos

que Procter and Gamble es una de las multinacionales más denunciadas por [Greenpeace](#) por deforestación en selvas vírgenes y mal uso de los mal llamados recursos naturales —ecosistemas—. Pero desde hace unos años bajo la bandera de la sustentabilidad han estado lanzando productos con envases hechos de materiales reciclados, botellas de aluminio para reúso y hasta hace poco un champú sólido.

Me parece que ni si quiera vale la pena preguntarse por qué no han hecho un cambio profundo no solo en sus envases, sino también en todas sus cadenas productivas. La razón es muy simple cuando el capitalismo está en el centro y no la vida —de todos los seres— es más fácil generar pequeños cambios y seguir abusando del poder económico que se tiene.

¿En realidad le interesa a una marca con tanto poder como P&G ser sustentable? Los resultados de diseño tienen la viabilidad de maquillarse como se quieran maquillar. Los colores de las banderas LGBTIQ+, el robo de las insignias, el uso de modelos con cuerpos otros, la aparición de personas negras en grandes revistas de moda, el uso de materiales reciclados, y otros, pueden convertirse en discursos vacíos. Lo hemos vivido desde hace más de una década con el greenwashing —que sin duda, también hace parte del sistema colonial—.

Las minorías no somos una tendencia

Las minorías no somos más que mayorías y el capitalismo encuentra formas de filtrarse en nuestros procesos de lucha y resistencia. La apuesta epistémica y ontológica de la descolonización quiere decir entonces que: esto no es un método ni un pensamiento para aplicar⁴. La alternativa no es cambiar los logos de colores cuando sea el mes LGBTIQ+. Tampoco se trata de contratar x número de personas que hacen parte de una “minoría” para entrar en el contabilizador decolonial. La tarea del hacer pensar y caminar la descolonización es la sanación de la herida profunda en la que hemos vivido durante los últimos siglos.

Cuestionemos cómo vivimos, pensamos y actuamos. ¿Cómo nuestra marca, empresa, existencia impacta y ejerce poder sobre otrxs? ¿cómo pensamos que nuestra forma de vivir -probablemente occidental y ciudadana- es la única forma de ser y estar en el mundo? ¿estamos segurxs que nuestra existencia es la única y perfecta forma de ser? No le tengamos miedo a tomar decisiones con posturas críticas y políticas.

Se que el caminar descolonial es incoherente e imperfecto. Considero que toda apuesta política lo es, pero es urgente reconocer estas imperfecciones para ser conscientes de ellas. No son suficientes los pañitos de agua tibia que utilizan los nuevos colonos: gobiernos, multinacionales y empresas blancas hegemónicas, para tapar los males que han producido y siguen produciéndonos.

Sabiéndonos incoherentes hagamos grandes apuestas para generar cambios, porque los pequeños cambios están siendo insuficientes. No podemos generar cambios que sigan sosteniendo las grandes estructuras de la colonialidad: capitalistas, patriarcales, coloniales, racistas, binaristas y modernas. No son suficientes las prácticas que solo compensan y satisfacen los propios mecanismos coloniales. Hay que tumbarlas desde abajo y a la izquierda, como dicen lxs zapatistas.

1. De hecho Arturo Escobar nombró como Programa de Investigación de Modernidad/Colonialidad a los planteamientos de Quijano, Mignolo y Dussel.
2. Escobar, A. (2007). La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo (1ra. ed.). Fundación Editorial el Perro y la Rana.
3. Escobar, A. (2016). Presentación del Libro Autonomía y Diseño. La realización de lo comunal. Arturo Escobar. 7 de Diciembre 2016.
<https://www.youtube.com/watch?v=3xrLM7fP6UU&t=645s>
4. Mignolo, W. y Carballo, F. (2014). Una concepción descolonial del mundo: conversaciones de Francisco Carballo con Walter Mignolo. En Ediciones del Signo.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

ARTE: Estudio CH

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Coolhuntermx

Fecha de creación
2022/12/25