**Ansøgningsskema til CISUs Oplysningspulje**

**A. Basale informationer om samarbejdspartner**

|  |  |
| --- | --- |
| **Navn på *samarbejdspartner*** | Liberación de la Madre Tierra (LIPAMATI) |
| Adresse | ikke offentlig af sikkerhedshensyn  |
| Telefon | +57 313 628 0967 | E-mail | liberaciondelamadretierra@riseup.net |
| Hjemmeside | <https://liberaciondelamadretierra.org/> | Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc. | <https://www.facebook.com/Libertad-para-la-Madre-Tierra-1732276980337038/> |

**B. Aktiviteten**

|  |
| --- |
| Kampagnen “Befri jorden” skal skabe opmærksomhed i Danmark om bevægelsen til befrielse af moder jord, på spansk Liberación de la madre Tierra (LIPAMATI). LIPAMATI er en bevægelse af det oprindelige NASA-folk, som siden 2005 har organiseret sig for at genvinde deres territorier omkring Cauca floddalen i det sydvestlige Colombia. Bevægelsen udskiller sig ved at have en stærk lokal forankring og en kommunikation, der rækker ud til hele verden, med et opråb om at tilslutte sig bevægelsen for at befri jorden, hvilket er deres måde at sige, at vi skal passe på planeten. Kampagnens primære formål er at sprede LIPAMATIs vigtige budskaber omkring madsuverænitet, selvbestemmelse og bæredygtighed i bredeste forstand. Vi finder det afgørende at sætte problematikker omkring privilegier og racisme på klimadagsordenen, bl.a. ved at synliggøre den agens, der udspringer i det globale syd. Vi ønsker at oplyse om LIPAMATI som et eksempel på en potent og inspirerende bevægelse, der har en særlig tilgang til kampen mod klimaforandringer, og som vi kan lære af i Danmark. Et af vores formål er hermed at styrke den danske klimabevægelse med ny inspiration og opbygge en større international solidaritet og globalt udsyn i bevægelsen. Kampagnen er aktuel, idet at klima står højt på dagsordenen i Danmark, og der er et stigende fokus på repræsentation i debatten. Der findes en bred konsensus om, at der skal handles for at bremse klimaforandringerne, og at alle midler skal i brug fra alle samfundets aktører. LIPAMATIs budskab er, at vi i fællesskab kan ændre fremtiden for denne planet, som vi er ved at ødelægge. At vi skal tænke udviklingen på planeten i sin helhed, fordi den nuværende udvikling vil nå sin grænse. At vi skal befri jorden for at kunne give noget videre til de næste generationer.Kampagnen “Befri jorden” består af 4 dele: 1. Indsamling af materiale, koordinering med samarbejdspartner i sydDeltagelse i det årlige internationale træf i Cauca, hvor kampagnens endelige vinkel og budskaber præciseres i samarbejde med LIPAMATI og den internationale bevægelse.
2. Oplysning gennem offentlige arrangementerBåde i sommeren og efteråret 2020 afholdes offentlige events med mad, oplæg, debat og musik, der informerer om LIPAMATI som gruppe, deres hidtidige arbejde og kontekst. Efterårets arrangement afholdes i samarbejde med danske partnere, hvor klima, international solidaritet og globalt udsyn er på dagsordenen.
3. Oplysning gennem medier- En artikelrække til mindre og større aviser og internet medier. - Produktion af video og billeder omhandlende LIPAMATI – vil blive brugt til sociale medier samtidig med artikelrække- Produktion af trykt materiale til uddeling ved offentlige arrangementer, der beskriver LIPAMATI, deres kamp og budskaber.
4. Ny hjemmeside

Colsol.dk migreres til nyt site i Wordpress og lanceres som kampagneside for Befri Jorden.Kampagnen ligger i forlængelse af særligt vores kampagner omkring kul, hvor vi lavede oplysningsarbejde omkring konsekvenserne af dansk import af og danske pensionsselskabers investeringer i colombiansk kul. Vi trækker på vores mange års erfaringer med at oplyse og skabe engagement omkring menneskerettighedssituationen og naturressourcekonflikterne i Colombia, og søger forskellige måder, at gøre det relevant for et dansk publikum. Med denne kampagne fortsætter vi vores fokus på menneskerettigheder og miljø, og forfølger desuden et ønske om at lave en kampagne med fokus på lokalt forankrede praksisser for social og bæredygtig forandring, der kan være en konkret inspiration for klimaaktivister i Danmark. I forbindelse med vores seneste to oplysningsaktiviteter, den ene med støtte fra CISUs oplysningspulje (Id 588), havde vi rigtig gode erfaringer med at arbejde sammen med danske grupper og foreninger, som ikke normalt arbejder med Colombia, men derimod med et tema der relaterer sig til kampagnen. Det er en god måde, at præsentere internationale problematikker og samtidig gøre kampagnen relevant for et dansk publikum.  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Succeskriterier**  | **mål for opfyldelse**  |
| Minimum 100 deltagere til to offentlige arrangementer | optælling ved arrangementer  |
| Ny hjemmeside | link til ny hjemmeside |
| Mindst 100 besøg på ny hjemmeside | wordpress statistik  |
| Klare input fra deltagelse i LIPAMATIs internationale træf herunder idéer til fortsat solidaritets- og oplysningsarbejde samt materiale til artikler og audiovisuelt materiale  | rapport til internt brug |
| Mindst tre artikler publiceret | link til artikler |
| Mindst tre medieuotput (Enten artikler, visuelt eller audiovisuelt) fra danske partnere | link til medieuotput |
| Mindst et audiovisuelt materiale publiceret  | link til audiovisuelt materiale  |
| 500 interaktioner på opslag på COLSOLs facebook i forbindelse med kampagnen. | brug af facebook statistik |
| Mindst 200 interaktioner på opslag vedr. kampagnen på danske partnerorganisationers sociale medier | brug af facebookstatestik |
| 100 nye følgere på COLSOLs facebook. I dag har COLSOL 456 følgere. | brug af facebookstatistik  |

**LÆRINGSMÅL**

|  |
| --- |
| Vi ønsker at dygtiggøre os i at formidle et budskab, som udspringer et andet sted i verden til en dansk kontekst. Vi vil øve os i at formidle med fuld respekt for vores samarbejdspartners verdensbillede, uden at forvrænge deres ord eller gøre dem til vores, samtidig med at vi vil bruge deres budskaber, videreudvikle dem og skabe paralleller i Danmark.Til LIPAMATIs internationale træf for befriere, vil der være solidaritetsorganisationer fra mange steder i verden, og COLSOL vil dynamisere en debat omkring udfordringerne ved at formidle på tværs af grænser og privilegier. Deltageren eller deltagerne på træffet er ansvarlige for at viderebringe pointerne til resten af COLSOL til brug i kampagnen. Et sekundært læringsmål er, at COLSOLs aktive medlemmer skal lære at bruge wordpress. Honoraret til den professionelle, som skal migrere hjemmesiden, skal desuden dække en workshop for COLSOLs aktive medlemmer, der omhandler brug af platformen wordpress.Ved kampagnens afslutning vil Nina Lendal og Mikkel Thydal lave en endelig opsamling på læringsmålene i forbindelse med vores evaluering. |

**MÅLGRUPPE**

|  |
| --- |
| Vores primære målgruppe er klimaaktivister i Danmark, mens vores sekundære målgruppe er en bredere del af befolkningen med interesse for klima og med globalt udsyn.Vi vil række ud til målgruppen ved at samarbejde med dansk baserede organisationer, der beskæftiger sig med klima og internationalt arbejde. Mere specifikt vil vi tage kontakt til Women of Color, i København, som tidligere har lavet offentlige arrangementer om Environmental Racism, Ungdomshusets Black Cross festival, som måtte aflyse et event i marts 2020, som netop skulle have støttet LIPAMATI, samt “Baltic Pipe NEJ TAK” som også tidligere har udgivet artikler og afholdt events til støtte for oprindelige folks klimakamp rundt om i verden.Vi ønsker særligt at klimaaktivister i Danmark får styrket deres globale udsyn, og bliver interesserede i de forslag til alternativer, som udleves i det globale syd. Vi håber de kan blive inspireret af helhedstankegangen, som præger LIPAMATIs visioner og lade debatterne og diskussionerne som kampagnen bringer, give nye ideer til værktøjer, vinkler og hvordan samarbejdet for et bedre klima kan styrkes mellem det globale nord og syd. |

**TEMAER**

|  |
| --- |
| Efter et medlem fra COLSOL, personligt blev involveret med LIPAMATIs kamp i starten af 2019, startede vi et officielt samarbejde op, som bl.a. har ledt til udgivelse af artikler og besøg hos gruppen i Colombia. I forbindelse med dette besøg og generelt samarbejde er der opnået enighed mellem os og LIPAMATI om, at den måde, vi bedst kan støtte deres arbejde på, er ved at deltage i deres internationale træf og udbrede kendskabet til deres kamp, metoder og tankegang. På den måde er det på LIPAMATIs opfordring, at vi laver denne kampagne. Deltagelse i det internationale træf vil give os mulighed for i samarbejde ikke kun med LIPAMATI, men også andre internationale deltagere at tilrettelægge kampagnens vinkler, budskaber og fokus, så vi kan udbrede kendskabet på den samlede bevægelses præmisser.Kampagnen kredser primært om verdensmål 2, 6, 13 og 15, da vi vil oplyse om LIPAMATIs perspektiver på disse emner. LIPAMATI forklarer, at de befrier jorden fra de multinationale selskaber for at befri jorden fra den gift de spreder, og for at skabe plads til liv. De sår mad, så mennesker kan leve, og skaber plads til biodiversitet. Madsuverænitet i form af uafhængighed i adgang til sund og bæredygtig mad er centralt i deres budskab. LIPAMATI bestræber sig på at udfolde en bæredygtig levevis i den bredeste forstand, så de både beskytter og genopretter økosystemer i deres brug af jorden. Desuden kan kampagnen ikke undgå at komme omkring verdensmål 16, da den sociale, politiske og væbnede konflikt i Colombia er uomgåelig, for at forstå den virkelighed befolkningen lever under. Cauca er hårdt ramt af konflikten, og særligt konflikten omkring jorden er skærpet. LIPAMATI insisterer på at leve i fred i deres territorier, og de viser et stærkt eksempel på, at et organiseret lokalsamfund kan finde styrke sammen til at modstå et stort pres fra forskellige væbnede grupper, som vil dyrke afgrøder til ulovligt brug. Kampagnen er løsningsorienteret og konstruktiv, idet den præsenterer et stærkt eksempel på bæredygtighed i praksis. Ved at skabe paralleller til konstruktive initiativer i Danmark, ønsker kampagnen at give danske initiativer den gejst, som det giver, at være en del af en global bevægelse. |

**PLANLÆGNING**

|  |
| --- |
| Grundet Covid-19, er der mange usikkerheder forbundet med vores tidsplan, men det er vores umiddelbare indtryk at vi kan udføre nedenstående tidsplan. Der er en vis risiko for, at det internationale træf bliver udskudt til et tidspunkt senere i løbet af kampagnen. I så fald kan vi godt begynde kampagnen på baggrund af det kendskab vi allerede har til bevægelsen, og blot styrke kampagnens sidste fase på baggrund af deltagelsen i træffet. * Midt maj. Svar på ansøgning fra CISU.
* Juni. Forhåbentlig er det er muligt at afgøre, hvorvidt vi kan rejse til det internationale træf.
	+ Købe flybilletter.
	+ Publicering af mindst én artikel om LIPAMATI med opfordring til deltagelse i det internationale træf
	+ Produktion, lancering og distribution af trykt materiale
	+ Afholdelse af offentligt arrangement
* Juni-juli. Afklaring af samarbejde med organisationer og individer fra den danske klimabevægelse.
* August. LIPAMATIs internationale træf i det nordlige Cauca, Colombia.
* September-december.
	+ Publicering af flere artikler og video med inputs fra det internationale træf,
	+ Lancering af ny hjemmeside,
	+ Afholdelse af offentligt arrangement med danske samarbejdspartnere
* Februar. Evaluering af kampagne og læringsworkshop.

 Kampagnen er 100 % frivilligt baseret. Frivillige i COLSOL står for arbejdet med planlægning, afholdelse, opfølgning, afrapportering herunder udarbejdelse af artikler, audiovisuelt og trykt materiale. Vi vil aflønne en ekstern person til at lave den nye hjemmeside ud fra vores retningslinier.Vi er i kontinuerlig kontakt med LIPAMATI, særligt omkring hvornår deres internationale træf kan afholdes. Vi har en række interessetilkendegivelser fra ovenfor nævnte organisationer i Danmark. Når vi får viden om, hvordan restriktionerne omkring COVID19 udvikler sig, afklares på hvilket niveau de forskellige danske organisationer og bevægelser vil indgå i kampagnen. |

**KOMMUNIKATION**

|  |
| --- |
| COLSOLs medlemmer inviteres til at bidrage til den nærmere planlægning, samt praktisk hjælp i forbindelse med kampagnen. Ved de offentlige arrangementer under vores seneste oplysningsaktivitet, henvendte flere sig til os, som gerne ville være aktive. Vi vil være særligt opsøgende for at aktivere denne gruppe.Under kampagnen er colsol.dk og COLSOLs facebookside de primære platforme for kampagnen. Målgrupperne nås desuden gennem personlig kontakt til de relevante foreninger og fora, og vi vil specifikt bede organisationerne og bevægelserne nævnt i punkt 4 om at dele kampagnen via deres sociale medier. Kampagnens trykte materiale uddeles ved det offentlige arrangement og fordeles i lokaler hos vores samarbejdspartnere i Danmark.Kampagnen kan have interesse for medierne, idet den behandler aktuelle emner som klima og miljø, så vi vil forsøge at få mindst én af vores artikler publiceret i et større dagblad. Vi vil starte med at prioritere medier som Politiken og Dagbladet Information, og derefter gå ned i rækken af kontakter. |