

Aprendizaje colectivo para tareas de promoción

Concertación de alianzas en México

Autor: Julián Portilla and Sylvia Aguilera, Centro de Colaboración Cívica AC, México < jportilla@colaboracioncivica.org >

En 2006, después de las elecciones celebradas en México, 14 organizaciones de promoción de los derechos sexuales y reproductivos se reunieron a fin de formular estrategias para una campaña de promoción. Julián Portilla y Sylvia Aguilera describen el proceso de aprendizaje colectivo.

En octubre de 2006, el Centro de Colaboración Cívica, una ONG mexicana, que promueve el cambio por vías democráticas, condujo un taller para 14 organizaciones que estaban a punto de emprender una campaña de promoción a fin de influir sobre los organismos y ministerios gubernamentales competentes en cuestiones relativas a derechos sexuales y reproductivos. Las organizaciones analizaron los marcos políticos, sobre la base de los cuales podrían formular sus estrategias colectivas. En este proceso, hubo tres instrumentos que resultaron particularmente útiles.



El instrumento utilizado para el análisis del contexto fue un 'mapa político' en el cual se indicaron las posiciones que habían adoptado los funcionarios pertinentes de las diversas dependencias del Gobierno con respecto a los derechos sexuales y reproductivos. Los facilitadores compilaron breves reseñas de cada uno de los grupos destinatarios seleccionados por las 14 organizaciones. Registraron sus actitudes, sobre la base de sus anteriores votaciones, sus declaraciones públicas y, cuando fue posible, realizaron entrevistas personales.



Durante el taller, se pidió a los participantes que examinaran el mapa y detectarían oportunidades de promoción de la agenda del grupo, así como posibles riesgos. También se les pidió que señalaran cualquier dato del mapa que les resultara sorprendente o desusado,

así como cualquier perspectiva inesperada en determinadas personas. Así, el mapa puso de manifiesto aspectos en que la intensificación de los esfuerzos del grupo podría arrojar resultados favorables y también aquellos en que los esfuerzos podrían desperdiciarse.

Todo grupo o red que persiga un objetivo común necesita evitar la duplicación de esfuerzos y detectar las lagunas. A fin de abordar esas cuestiones, los facilitadores prepararon una simple matriz, en que los participantes incluyeron el nombre de la propia organización junto a los de los grupos que serían destinatarios de sus actividades.

Finalmente, el grupo utilizó una versión abreviada del método de Appreciative Inquiry (AI) (Indagación apreciativa), a fin de poner de manifiesto las capacidades de sus organizaciones. Se pidió a todos los presentes que pensarán en un ejemplo de excelencia en su labor, es decir, en un momento en que hubieran experimentado una total compenetración con su misión, así como orgullo por los éxitos logrados. Los participantes narraron sus historias en parejas, luego en grupos de 4, de 8 y de 16. Seguidamente, prepararon listas de las prácticas que habían posibilitado esos ejemplos.

Matriz de redes de promoción

Grupos destinatarios	Organizaciones involucradas con grupos destinatarios			
Cámara baja del Congreso				
Cámara alta del Congreso				
Ministerios del Poder Ejecutivo				
Organismos ejecutivos independientes				
Poder Judicial				
Organismos a nivel de los estados				
Organismos internacionales				

Gracias a esa actividad, se pusieron de manifiesto muchas historias de éxitos en circunstancias políticas difíciles, por lo que la situación a la sazón se volvió menos intimidante. Los participantes prepararon un inventario colectivo de sus prácticas recomendables, lo cual suscitó gran motivación para colaborar a fin de hacer frente a los futuros problemas.

Aprendizaje colectivo y tareas de promoción

Sobre la base de nuestra experiencia al facilitar este proceso de aprendizaje colectivo, podemos llegar a varias conclusiones:

- El análisis colectivo puede generar un proceso de aprendizaje que no es posible en otros ámbitos. Todos los participantes pudieron ampliar sus perspectivas y beneficiarse con los conocimientos personales de sus colegas.
- El análisis del contexto es importante, aunque infrecuente. El taller posibilitó que las organizaciones dedicaran un tiempo adecuado a la reflexión acerca del contexto de su campaña y a planificar en consecuencia.
- Es útil contar con un documento o propuesta común para organizar el intercambio de ideas en el grupo. En ausencia de ese documento, en este caso el mapa, sobre el cual basar el trabajo, tal vez la reunión habría resultado meramente un muy doloroso intercambio de opiniones, difícil de basar en ningún tipo de entendimiento común.
- Es preciso cuestionar los estereotipos. Nunca puede destacarse demasiado la importancia de entablar alianzas sin quedar limitados por las doctrinas oficiales: las ideas preconcebidas sobre quién podría o no aceptar una u otra opinión pueden menoscabar la posibilidad de entablar alianzas eficaces.
- Son importantes los temarios de programas que se construyen en torno a las posibilidades de acción. Las percepciones pueden transformarse en realidades cuando la gente actúa (o no lo hace) sobre la base de lo que cree que es verdadero. En el taller, fue palpable la transformación del clima en el salón después de aplicar el método de AI. Lo que había parecido imposible se hizo súbitamente posible.

ENLACES

[Centro de Colaboración Cívica](#).

[Collaborative for Development Action](#) (CDA), Proyecto sobre prácticas de paz.