



**Las problemáticas y oportunidades
que trabajamos en Let's do it Colombia**

CONTENIDO:

1- Toma de decisiones

2- Actores involucrados

3- El modelo:

Recolecciones masivas de residuos

4- Aprendizajes

5- Visión



TOMA DE DECISIONES

partimos de
un hecho

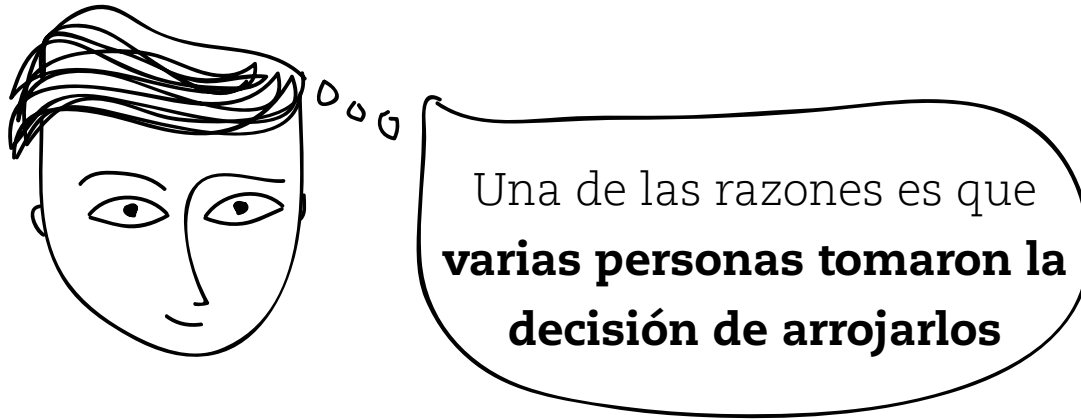


Acumulación de residuos en las calles

nos preguntamos
por **las causas**



¿Por qué están los residuos en las calles?



TOMA DE DECISIONES INDIVIDUALES

Cada persona toma decisiones según su:

-Cultura ciudadana: Entendida como el conjunto de representaciones materiales e inmateriales, que una sociedad configura como propias y rigen comportamientos: Valores, costumbres, rituales, creencias y artefactos culturales como jergas, símbolos, dichos e historias.

-Aprendizajes: Son la manera de ver la ciudad, que se nos ha inculcado a través del tiempo. Por ejemplo, nos acostumbramos a vivir con residuos en la puerta de nuestra casa y nos enseñaron que hay una empresa que se encarga de lidiar con ellos. También aprendemos a ver la autoridad bien sea con miedo o como un ente sobornable, entre otros aprendizajes.

-Incentivos: Pueden ser positivos como el reconocimiento, o negativos como las sanciones. No siempre los incentivos se pueden cuantificar y no siempre los incentivos positivos son percibidos como un beneficio para todas las personas.

-Entendimiento: Qué tanta información se tiene y qué tanto se entiende es clave al momento de tomar decisiones. Por ejemplo, no todas las personas tienen claro el ciclo de vida de los residuos y no le hayan sentido a reciclarlos en casa, pues es un proceso que no entienden.

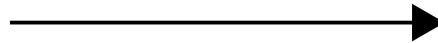
La cuestión es que no estamos solos.

La cuestión es que no estamos solos.

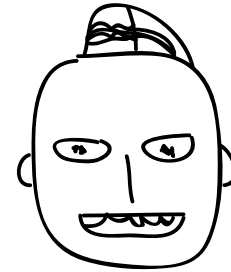
Vivimos en **comunidad**



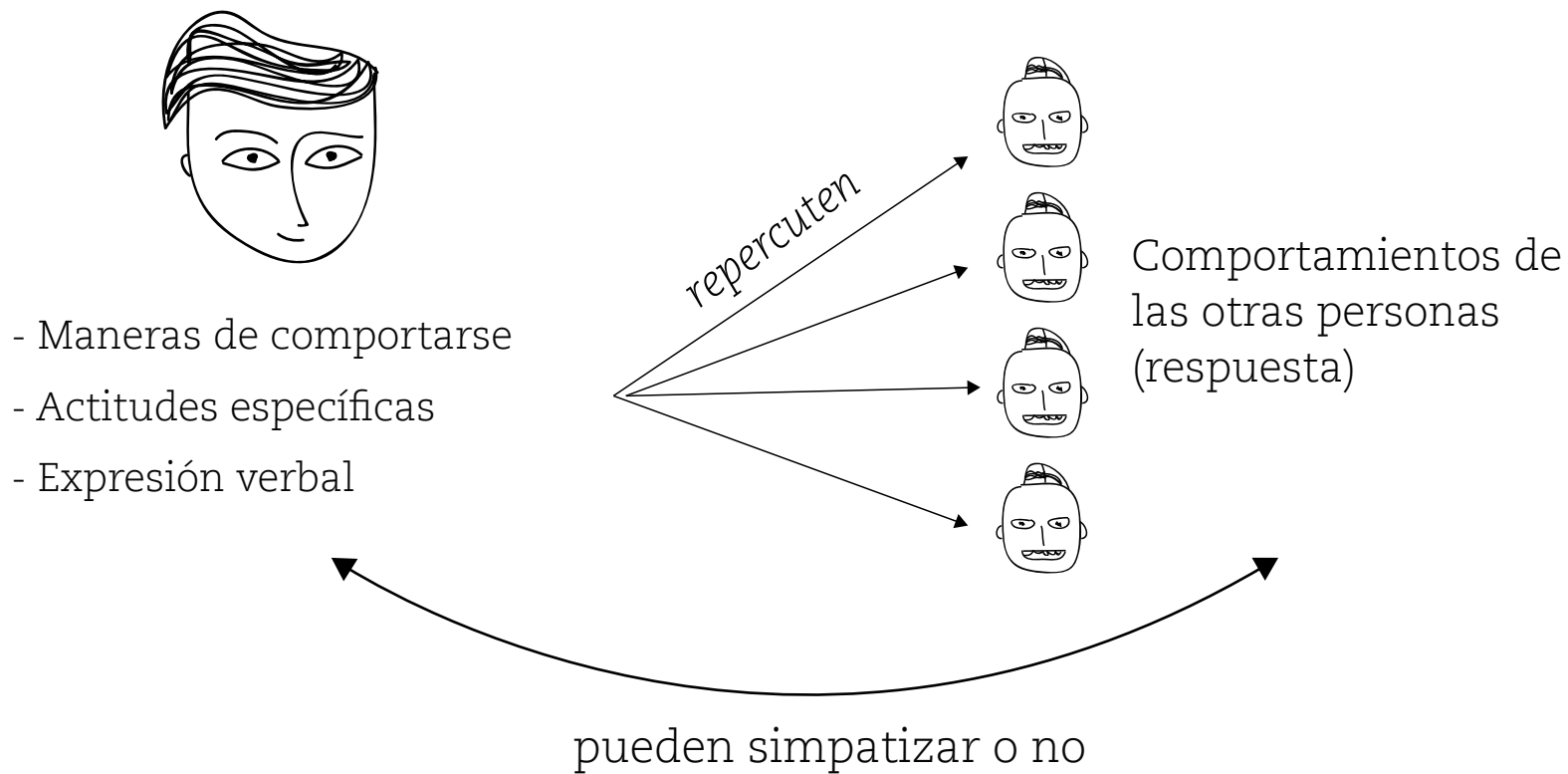
La decisión individual



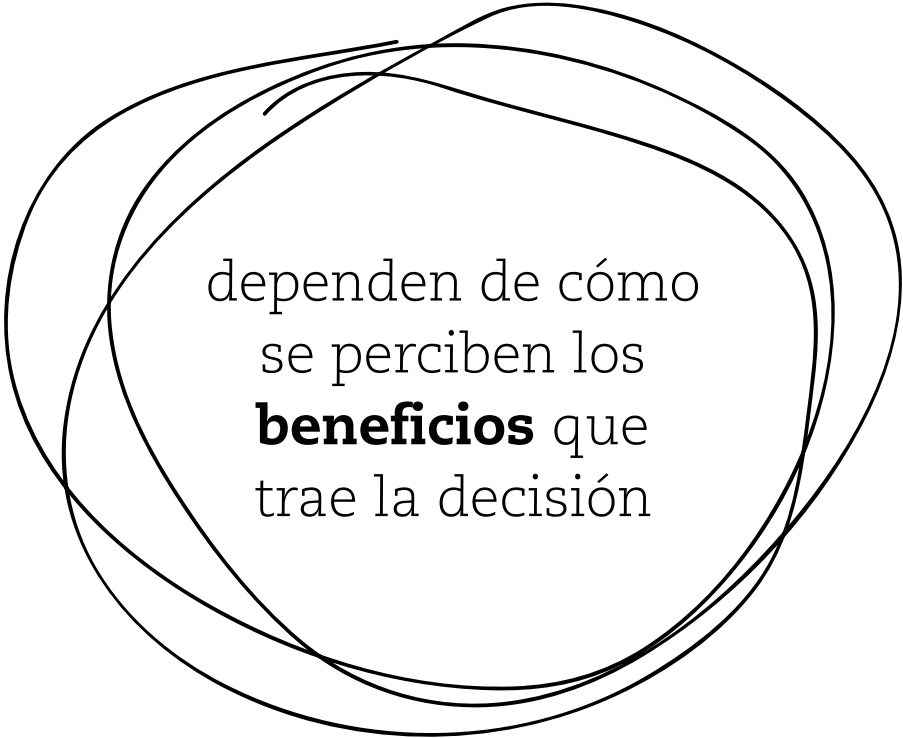
*genera un
impacto*



La decisión de otra persona



TOMA DE DECISIONES COLECTIVAS



dependen de cómo
se perciben los
beneficios que
trae la decisión

Cómo se perciben
los **beneficios** que
trae la decisión

Si los beneficios están claros es más probable que las personas decidan actuar juntas para conseguirlos.

Contando con toda la información, pueden jerarquizar lo que quieren y no se contradicen.

Si hay dudas, o falta información, las personas actuarán de manera individual, aislada y no cooperativa, pues no perciben el beneficio conjunto.

* Esto es lo que pasa casi siempre. En situaciones cotidianas las personas no tienen la información completa y deciden no cooperar (subirse bruscamente al transmilenio, no respetar las filas, responder agresivamente, entre otras situaciones).

Como la información es asimétrica, debemos tomar

Decisiones estratégicas

Hacemos el balance:
**¿En qué tantos riesgos
estoy incurriendo vs. el
beneficio que voy a recibir?**

¿Vale la pena actuar?

Nos restringimos según:

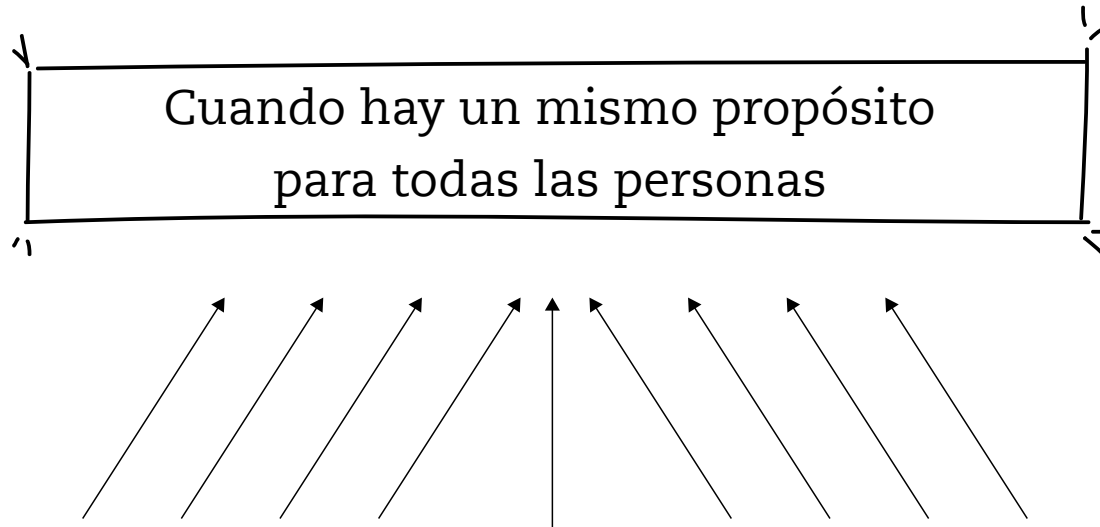
La ley: ¿Qué castigos me pueden imponer?

La moral: ¿Esto me genera un cargo de conciencia o un sentimiento de culpa?

La cultura: ¿Cómo habla esto de mi? ¿Afecta mi reputación?

*Mockus

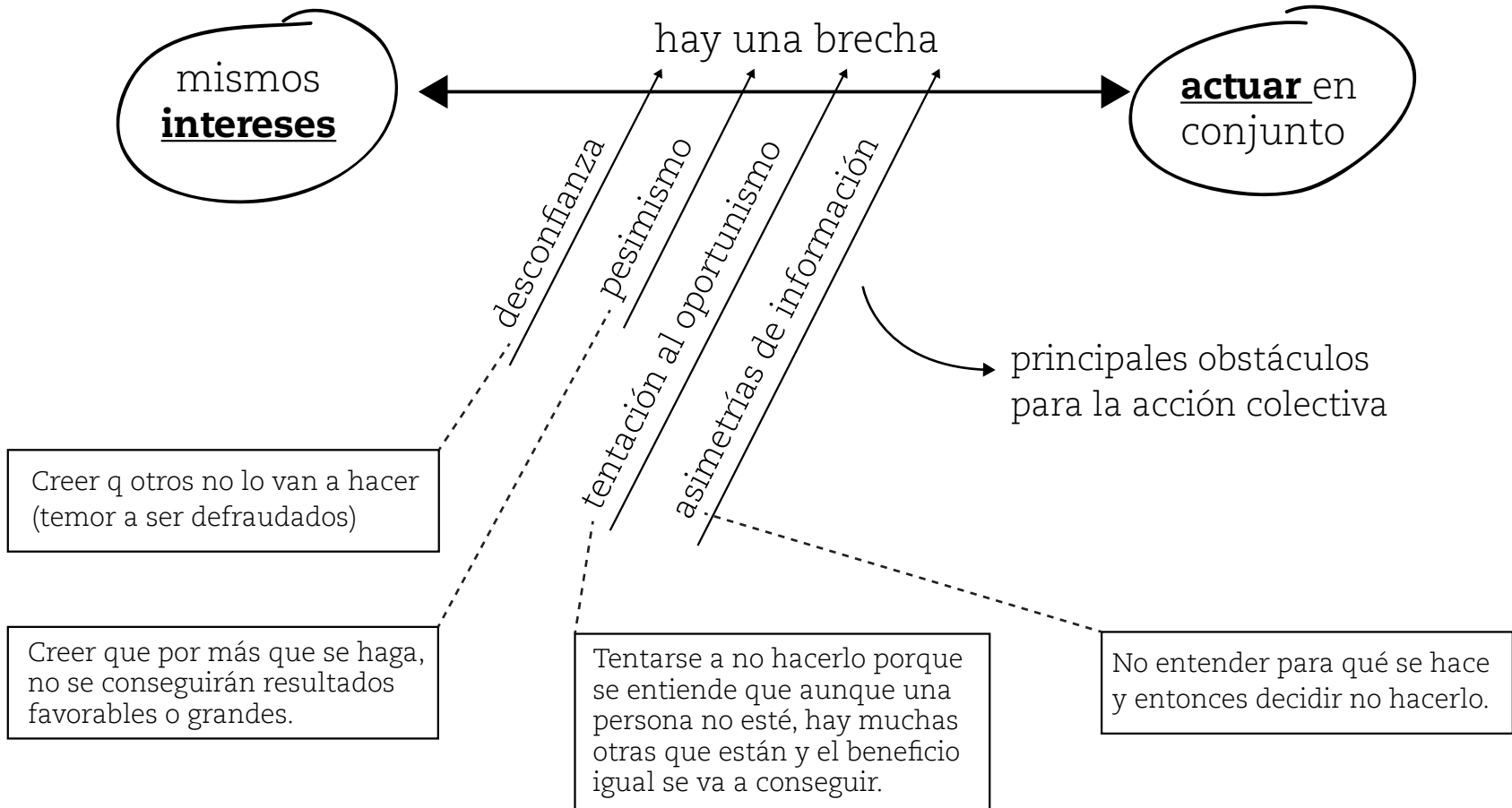
Intentamos predecir que harán los otros y con base en eso decidimos actuar de una manera u otra.



Se inclinarán a tomar decisiones favorables hacia ese propósito

Ejemplo: marchas, huelgas, las acciones colectivas

ESTO NO SUCEDE
AUTOMÁTICAMENTE



Tomar decisiones colectivas está altamente influenciado por **qué tanto las personas se identifican con el lugar que habitan y qué tanto sentido de apropiación tienen de él.**

Si no se apropian y no generan un lazo afectivo con el lugar, seguramente no van a tomar decisiones colectivas que aporten positivamente al entorno.

Esto lo vemos constantemente en grandes ciudades, que entre tantas opciones que nos ofrecen, y la multiplicidad de personas que las habitan, es confuso encontrar puntos de identificación y apropiación de los espacios.

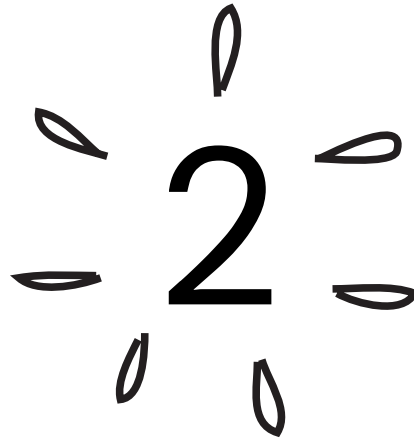
Igual que con las decisiones, la apropiación y sentido de pertenencia a un lugar puede entenderse como un proceso tanto individual como colectivo.



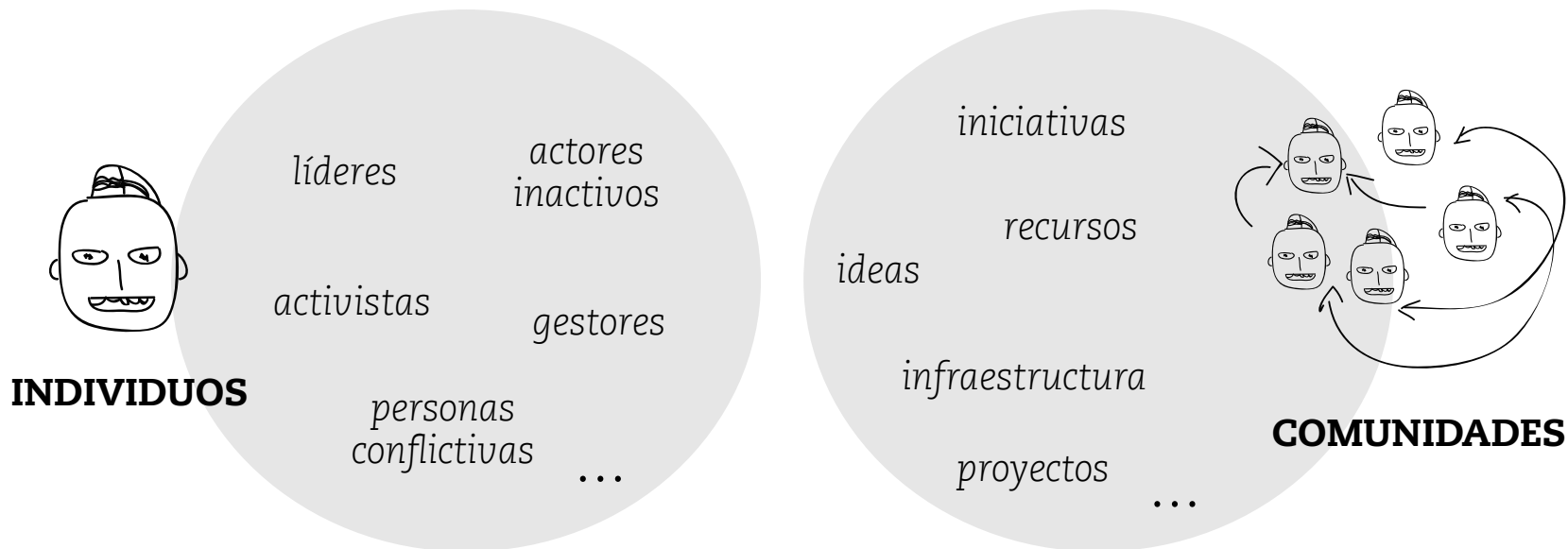
Para resumir:

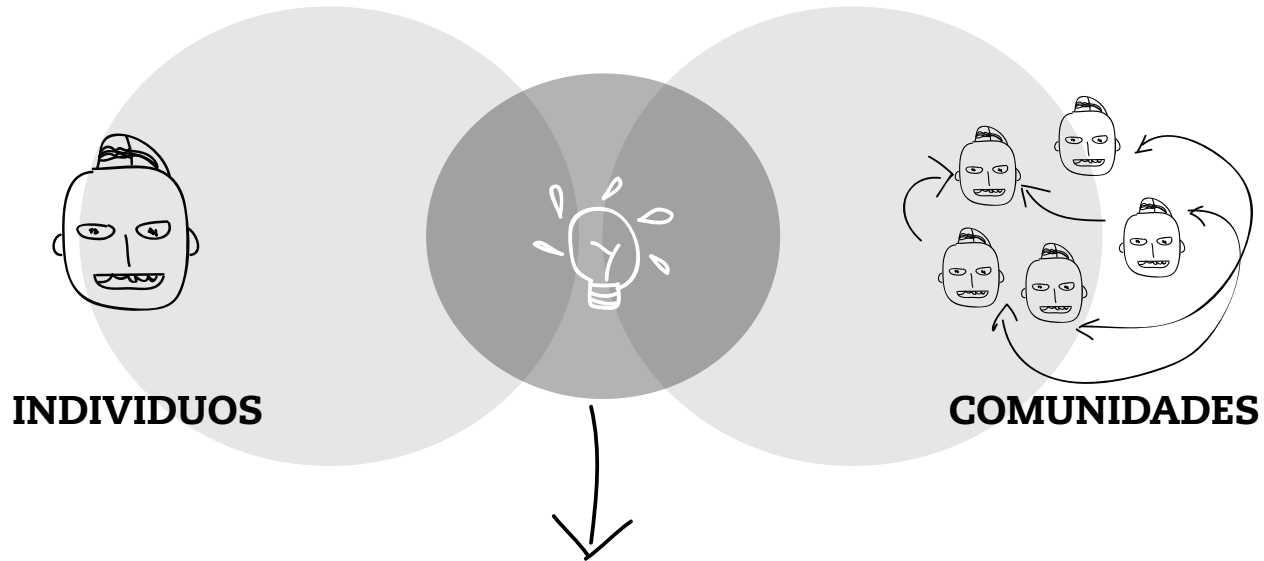
Tomar una decisión como arrojar un residuo a la calle o no hacerlo, aunque muchas veces es un comportamiento automático, es posible estudiarlo a fondo y entender sus reales causas y motivaciones que representa, no sólo para hacerlo sino para seguir repitiendo la acción.

Si bien los comportamientos humanos son difíciles de predecir, es posible intervenir en cualquiera de los puntos que vimos (entendimiento, cultura, aprendizajes, incentivos, propósitos, riesgos percibidos) para diseñar mecanismos que conduzcan a la toma de decisiones más consciente y favorable para cada persona y sus comunidades. El mecanismo diseñado por Let's do it son recolecciones masivas de residuos.



ACTORES INVOLUCRADOS



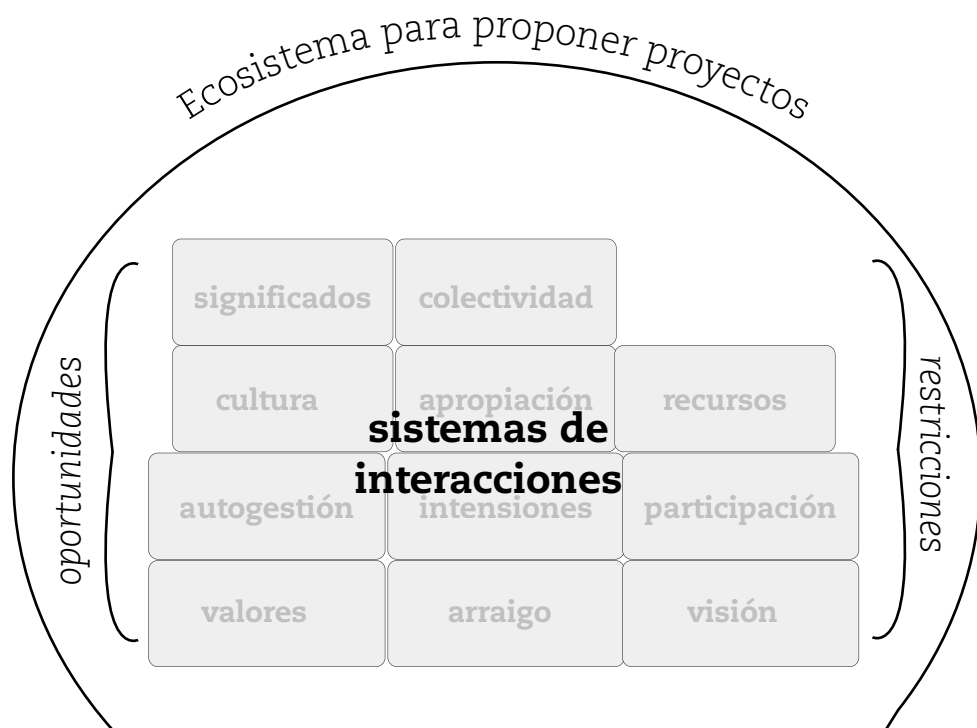


Encontramos una gran oportunidad al **entender las dinámicas alrededor de la toma de decisiones** personales y colectivas, y cómo esto se puede relacionar al **potenciar las iniciativas de las comunidades** y las redes que ya tienen estructuradas, para orientar de la mejor manera el ejercicio de las recolecciones masivas de residuos.

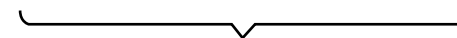


EL MODELO

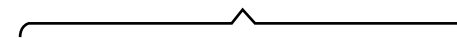
Entendemos la acción colectiva no solo como un hecho aislado, tampoco como un producto de acciones individuales, sino como una
CONSTRUCCIÓN SOCIAL



Todos estamos de acuerdo en que necesitamos mejores espacios para vivir y que éstos se logran a partir de la tolerancia, el respeto, etc..



Existe el propósito común

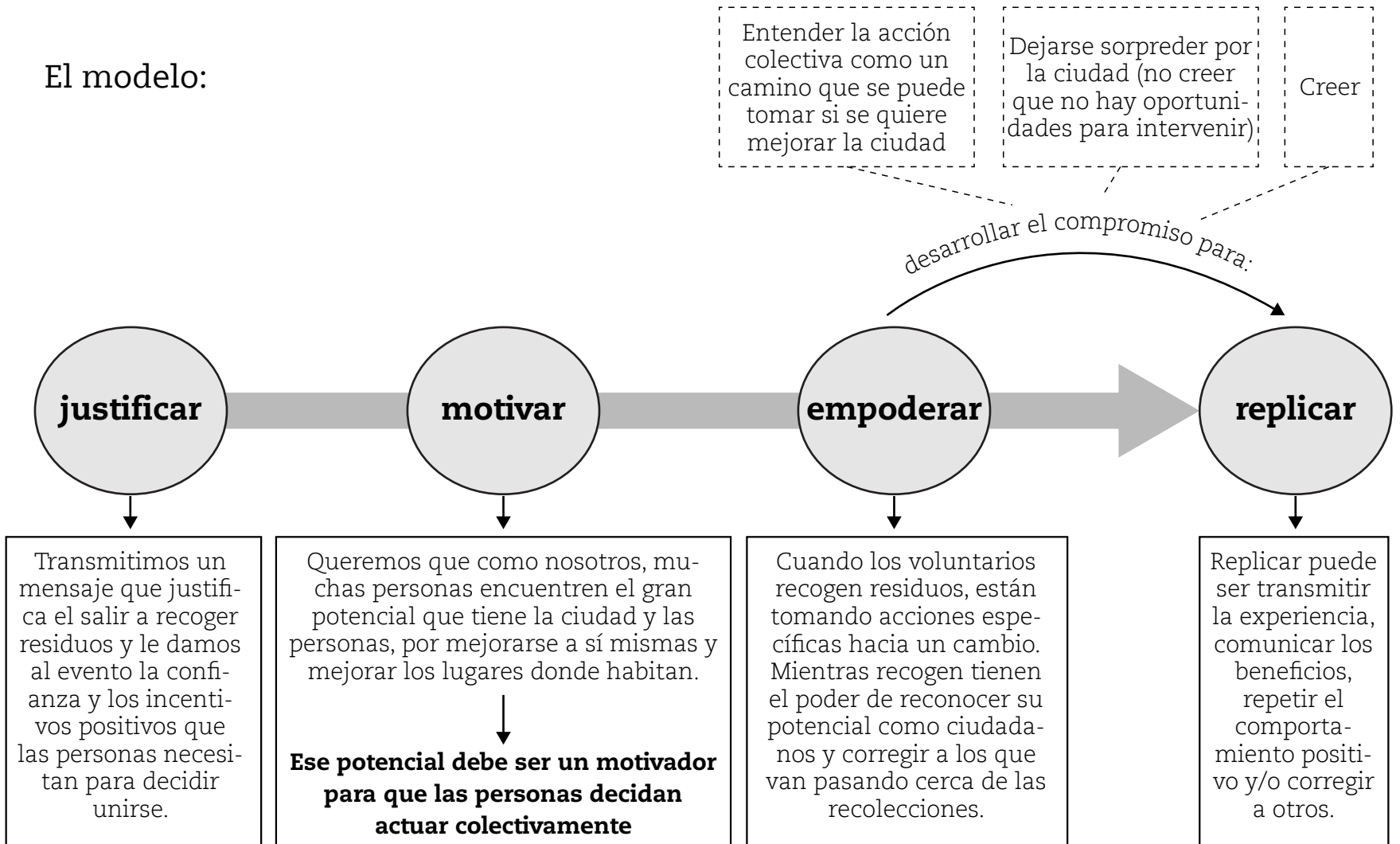


Lo que realmente hace falta es darle sentido al **ACTUAR** juntos



“Darle sentido” es encontrar en el actuar juntos, no sólo una **dimensión racional** sino también una **dimensión afectiva**, donde sea posible direccionar propósitos y acciones hacia un mismo objetivo.

El modelo:



Creamos las mejores condiciones para que una acción colectiva sea exitosa:

- **Comunicamos un mensaje** con el que las personas se identifican y ubican un rol dentro de la actividad.
- **Generamos confianza** entre las personas, pues todas están dispuestas a limpiar y no tienen que temer porque otro no vaya a hacerlo.
- **Controlamos los eventos** para que no exista la tentación por ser oportunistas. Todos trabajando juntos no da espacio para sabotajes o conductas salidas del propósito último de las recolecciones.
- **Eliminamos la sospecha y la prevención** porque entregamos información cierta y fundamentada.
- **Los eventos son seguros** y todos los involucrados conocen las medidas de seguridad.
- **Generamos credibilidad** a medida que la organización crece y va ganando reputación y reconocimiento.
- **Manejamos relaciones horizontales** entre voluntarios y las personas de la organización. Durante las recolecciones y en nuestro trabajo diario, todos tenemos el mismo nivel de autoridad.

Apropiación del espacio

Construcción de identidad

Reconocimiento de nuestro potencial

Visibilidad de iniciativas locales

Fortalecimiento de comunidades

Desencadenar actitudes de liderazgo y participación

Creer en capital simbólico: información, confianza, satisfacción

Generar conocimiento

Contenido pedagógico

Inspira agentes multiplicadores

Efecto bola de nieve

El producto de las recolecciones masivas se convierte en un beneficio público (es disfrutable por todos).

RECOLECCIONES MASIVAS DE RESIDUOS EN LAS CALLES

Crear incentivos

Al proveer lugares limpios, creamos el incentivo para que una persona no tome la decisión de comenzar a ensuciarlo (Teoría de las ventanas rotas)

Sinergia de actores

Involucramos comunidades, gobiernos, empresas estatales y privadas, voluntarios y otras ONG's.

Comunicación viral

Contamos historias

Nuestra herramienta de comunicación más poderosa es el voz a voz.



APRENDIZAJES

Llevando a la práctica todas estas teorías, hemos encontrado aprendizajes importantes que alimentan nuestra experiencia y nos llevan a perfeccionar cada nuevo proyecto:

Las nuevas experiencias se normalizan y se entienden: La idea de salir a recoger residuos en las calles es normal hasta que se unen personas a hacerlo. Nadie en realidad lo considera como una opción de plan para hacer en su cotidianidad. Gracias a la unión de actores normalizamos una situación que como consideramos lejana, nunca hemos experimentado de primera mano.

La visión de ciudad, por más aprendida que sea, se puede mejorar: El pesimismo nos caracteriza mucho en Colombia. Frases como: “Estamos llevados” o “Para qué ayudar si todo va a seguir igual” son clásicas cuando las personas se refieren a la ciudad. Sólo es necesario darles un motivo para actuar y esa visión, por más arraigada que esté, comienza a modificarse.

¿Acción colectiva o pensamiento colectivo?: Idealmente llegaremos a organizar acciones colectivas propiamente dichas, pero como hemos visto, estas acciones están llenas de muchos detalles que son difíciles de conseguir a plenitud. Por lo tanto, la alternativa es que las personas entiendan la acción colectiva como una manera de pensar. Que se den cuenta que cuando actúan pensando en las otras personas, siempre conseguirán mejores resultados que si lo hacen de una manera individualista.

La motivación es primordial: Además de justificar acciones, y de hecho conducir a que sean actividades reales, la motivación *post-proyecto* es clave para que el objetivo de Let's do it se cumpla: Crear y fortalecer la cadena de personas que comienzan a mejorar su ciudad a partir de su interacción en ella.

Las pequeñas victorias constituyen el éxito: No nos interesa llenarnos de grandes cifras, ni de generar impactos según números. Cada vez nos convencemos más que cuando cambiamos la mentalidad de **una** persona, estamos activando el potencial para que sean muchas más.

Por ejemplo, luego de la primera recolección masiva de residuos, intercambiamos mensajes con algunas personas que asistieron y luego de hacerlo, tomaron la decisión de no volver a arrojar una colilla de cigarillo al piso. Como ejercicio, imagínense esta persona que lo comienza a arrojar en las canecas, el impacto visual que le genera a otra que lo arroja en las calles, o simplemente una persona que ve comportamientos positivos y posiblemente puede comenzar a reflexionar sobre esto. Descubrir nuestro potencial como ciudadanos es un gran paso hacia el cambio.



VISIÓN

Let's do it Colombia se está perfilando como un movimiento muy intensivo en conocimiento, que construye bases sólidas para la formulación de los siguientes proyectos. Paulatinamente llegaremos a resultados que se puedan medir y comunicar de mejores formas.

Nos encaminamos a estos dos modelos de operaciones:

1-Planeación participativa

Involucrar cada vez más a las comunidades y sus líderes en la planeación y seguimiento de proyectos



2-Economía colaborativa

Generar redes de aliados y maneras de trabajar que se basan en el voluntariado y maneras simbólicas y representativas de retribuir el trabajo.

*“La cooperación no es un sentimiento,
es una necesidad económica”.*

“Cooperation is not a sentiment, it is an economic necessity”

- Charles Proteus Steinmetz