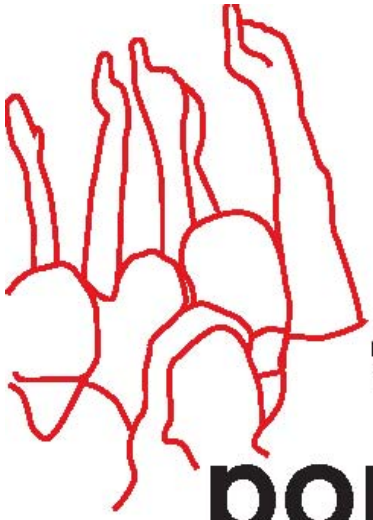
Guía de la campaña



Compromiso por la educación

Primera edición

Abril 2008

FEDERACIÓN INTERNACIONAL
Fe y Alegría
Movimiento de Educación Popular Integral y Promoción Social

CONTENIDOS

Introducción 3

1. Las campañas de acción pública en Fe y Alegría 4

2. Qué buscamos con la campaña "Compromiso por la educación" 7

3. Los contenidos de la campaña 11

4. A quiénes debemos llegar 16

5. Desarrollo de la campaña 23

6. La planificación de la campaña en los países 35

7. Sugerencias sobre medios de comunicación y actividades en los centros educativos 39

Anexos

1. Estrategia de la campaña "Compromiso por la educación" 45

2. El IV Encuentro Infantil en Fe y Alegría Perú 52

3. Certamen intercolegial en Fe y Alegría Honduras 63

INTRODUCCIÓN

La presente guía constituye un recurso que el Programa de Acción Pública de la Federación Internacional de Fe y Alegría ofrece, a las direcciones nacionales, para la orientación, planificación y desarrollo de las actividades que decidan emprender en el marco de la campaña "Compromiso por la educación".

Se trata de **una guía abierta**, en proceso de elaboración, revisión y actualización permanente. Esta primera edición refleja el estado actual de las propuestas sobre la estrategia de la mencionada campaña y sobre los recursos producidos. Conforme se avance en acuerdos y decisiones para la ejecución de actividades a nivel federativo y en los países, se irán incorporando nuevas informaciones.

En la primera sección se explica **qué son las campañas** y cómo se las sitúa en el marco de los objetivos de la Federación y de las acciones que ejecuta el Programa de Acción Pública.

En las secciones segunda a la quinta se expone **qué se busca** con la campaña "Compromiso por la educación", **cuál es su contenido**, **a quiénes se debe llegar** y **la estrategia** propuesta para su desarrollo. De seguida, en la sexta sección, se ofrecen orientaciones para **la planificación de la campaña en los países**.

Finalmente, en la sección séptima, se presentan sugerencias sobre el **uso de los medios de comunicación** y sobre **actividades en los centros educativos**. Allí se incluye información más detallada sobre dos experiencias, de Perú y de Honduras, que pueden ser iluminadoras para replicarlas o para diseñar actividades similares en los países.

Esperamos que las futuras ediciones de esta guía se vean enriquecidas con la presentación de otras experiencias sobre actividades de comunicación, movilización, alianzas y relación con decisores, que seguramente han desarrollado las distintas Fe y Alegría en su hacer institucional.

La guía viene acompañada de tres anexos. El primero de ellos contiene el detalle de las actividades propuestas en la **estrategia de la campaña,** por líneas de trabajo, etapas y niveles (federativo y nacional). Este anexo constituye parte integral de la sección quinta y es referencia importante para las planificaciones nacionales de la campaña. También este anexo es abierto y seguirá siendo objeto de revisión permanente en las reuniones de la comisión internacional y de los enlaces del Programa de Acción Pública. Los anexos 2 y 3 son materiales complementarios útiles para conocer más acerca de las experiencias de Perú y Honduras descritas en la sección séptima.

Los comentarios y aportes para la profundización del proceso de construcción colectiva de esta guía son agradecidos.

1. LAS CAMPAÑAS DE ACCIÓN PÚBLICA EN FE Y ALEGRÍA

1.1. Las campañas: un modo de hacer acción pública

Una campaña es un modo de hacer acción pública, desde una organización o colectivo, sobre un tema específico y en un tiempo concreto, para crear **conciencia y preocupación social** sobre el estado de situación, con el fin de generar **cambios en ideas, valores, políticas y prácticas** que afectan a determinados grupos o a la población en general.

En las campañas se busca lograr el apoyo, la participación y la movilización del público para, desde **una base social más amplia**, poder influir en los **actores y decisores** clave en los procesos de formulación de las políticas públicas.

Las campañas suponen una labor previa de **investigación y análisis** de los problemas sobre los cuales se busca incidir, una **toma de posición** frente a los mismos y la elaboración de **propuestas** concretas, para luego procurar su **comunicación** a través de diversos medios y recursos, promover la **movilización** y la **construcción de tejido social**, establecer **alianzas**, conformar **redes** y, desde allí, entablar, con mayor fortaleza, **relaciones con los decisores**: por lo general, personeros e instancias de los gobiernos locales y nacionales, así como también de los organismos intergubernamentales y agencias de cooperación al desarrollo.

Las campañas enlazan alrededor de una agenda temática y un tiempo definidos distintas prácticas de la acción (o incidencia) pública en fases definidas. Su característica distintiva está en los componentes de la comunicación, la movilización pública y el establecimiento de alianzas o redes, para ampliar la base social desde la cual incidir en los decisores. En otras palabras, en el **sumar voces de muchos** y en el **unirse a otros** para actuar juntos.

También se puede hacer **acción pública permanente**, fuera del marco de las campañas: desde los estudios e investigaciones sobre problemas que afectan la sociedad, desde la comunicación de posturas y propuestas de solución, desde la denuncia a través de los medios de comunicación, desde la formación ciudadana y el empoderamiento de las comunidades, desde la construcción y demostración de mejores prácticas y, también, haciendo cabildeo (lobby) ante las instancias de decisión o participando activamente con posiciones en los procesos de elaboración de leyes y políticas.

En Fe y Alegría tradicionalmente se ha hecho y se sigue haciendo acción pública utilizando una variedad de prácticas como las señaladas. Hay una significativa historia en diferentes países.

Lo que se propone desde el Programa de Acción Pública es la combinación de los dos modos de incidir sobre las políticas educativas: a través de campañas, con papel proactivo y en alianzas con otros, y la acción pública institucional permanente. Se añade, también, la dimensión federativa para lograr un mayor fortalecimiento del Movimiento y potenciar el esfuerzo común.

1.2. El Programa de Acción Pública de Fe y Alegría

En el II Plan Global de Desarrollo y Fortalecimiento Institucional de la Federación Internacional de Fe y Alegría (2005-2009), se señala como uno de los objetivos estratégicos la consolidación del Movimiento "*como sujeto de acción pública capaz de incidir en políticas y programas que promuevan el derecho a la educación de calidad para todos, la superación de la pobreza y la eliminación de la exclusión social*".

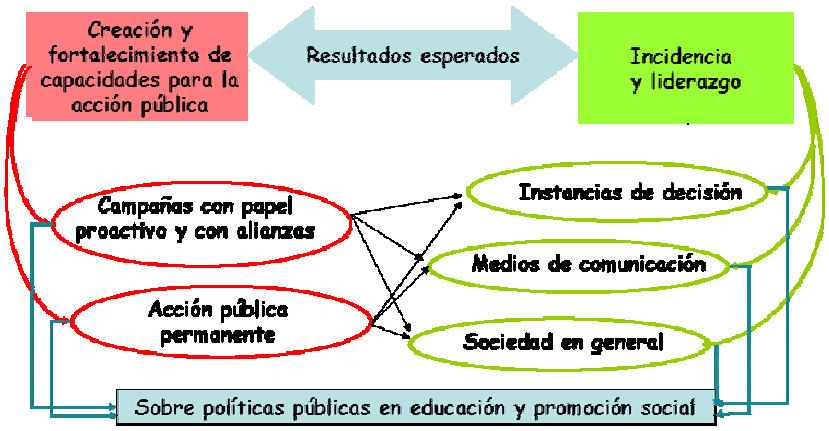
El Programa de Acción Pública (P. 8), para el cumplimiento de este objetivo, ejecuta actualmente un proyecto con dos **resultados** esperados. El primero se refiere a la **creación y fortalecimiento de las capacidades** del Movimiento para la acción pública; el segundo, al **incremento de la incidencia y liderazgo** en las instancias de negociación y de decisión de políticas públicas en educación y promoción social, ante los medios de comunicación y en la sociedad en general.

En referencia al segundo resultado se contemplan dos tipos de **acciones**:

- La realización de **campañas de acción pública** en torno a cuestiones en las cuales Fe y Alegría quiere tener un papel proactivo y propositivo, con actividades de propia iniciativa y en coalición con otros.
- La **acción pública, permanente y constante**, en torno a diferentes cuestiones significativas de las políticas educativas y de promoción social en las coyunturas, en los países desde las Fe y Alegría y en el plano internacional.

El siguiente gráfico ilustra la dinámica que se pretende generar desde el programa.

El Programa de Acción Pública de Fe y Alegría



2. QUÉ BUSCAMOS CON LA CAMPAÑA "COMPROMISO POR LA EDUCACIÓN"

2.1. Motivación de la campaña

Las reflexiones realizadas en el marco de los congresos de Madrid (2004) *"Fe y Alegría: actor internacional y agente de sensibilización para la transformación social"* y Caracas (2005) *"La educación es un bien público: mejor educación y sociedad para todos y todas"*, constituyen el referente inmediato para la acción pública del Movimiento y, en particular, para esta campaña.

El documento del congreso de 2004 contiene los resultados del proceso de elaboración colectiva de un marco orientador para la acción pública, que da cuenta de tendencias que existen en la realidad actual, el horizonte de valores que anima la propuesta de Fe y Alegría, las razones y motivaciones por las que se impulsa el trabajo de acción pública, los fines y objetivos que se persiguen, los criterios y principios fundamentales que la orientan y las líneas estratégicas fundamentales para su desarrollo.

Se afirma en dicho documento que:

> "Los problemas a los que se enfrentan los sectores populares, y que Fe y Alegría quiere contribuir a erradicar, están directamente relacionados con las políticas de los estados y los organismos internacionales… las legislaciones, el funcionamiento de las instituciones, las prácticas administrativas, la praxis política y económica..."

De allí que la acción pública, en especial con la estrategia de las campañas, se considere un importante y necesario campo de actuación de todo el Movimiento. Un campo de actuación que precisa llevarse a cabo mediante una **adecuada interrelación y contacto entre el nivel federativo y el nivel de las oficinas nacionales**, para complementar y reforzar la interlocución con las instituciones internacionales y los gobiernos.

Luego, el congreso de 2005 representó un paso significativo en la determinación de las líneas institucionales de acción pública para proponer transformaciones en la educación y la sociedad. En el documento final se recogen los resultados del análisis sobre los **problemas del sector educativo** entre los que destacan: la pobreza y desigualdad crecientes, la inequidad en el acceso, los procesos y los resultados, la escasa calidad de los sistemas educativos, la desarticulación y desatención de algunas etapas educativas, la desvalorización de la profesión docente, el financiamiento insuficiente y procesos de

gestión poco autónomos y participativos.

Igualmente, se esbozan algunas propuestas de políticas desde la concepción de **la educación como bien público, como derecho y como responsabilidad conjunta de los gobiernos y las sociedades**. Y se afirma que:

> "Fe y Alegría quiere promover, junto con otras instituciones y personas, la constitución de pactos sociales por la educación, que se basen y expresen un amplio consenso social y político en torno a los principios fundamentales de la política educativa. De este modo se pueden evitar la sucesión ineficaz de reformas educativas estériles e ineficientes.
>
> Estos pactos deben ser un instrumento adecuado para incrementar el compromiso de la sociedad con la educación y con la educación de calidad. Fe y Alegría quiere impulsar una mayor sensibilidad social hacia las cuestiones educativas, de donde pueda resurgir el interés, el compromiso y la acción concretos por la mejora educativa."

Es en consecuencia con esta intención prioritaria, que el Programa de Acción Pública propone desarrollar la Campaña **"Compromiso por la educación".**

2.2. Objetivos de la campaña

General: Promover procesos de participación, diálogo y consenso que sean generadores de compromisos sociales por la educación.

Específicos:

1) Reivindicar el deber que tienen los gobiernos y las sociedades, de hacer realidad el derecho de todos y todas a una educación de calidad, concebida como un bien público, que permita superar la pobreza y exclusión.
2) Promover y pedir a los gobiernos que promuevan mecanismos de concertación social estables, amplios y participativos, para el debate, el diseño, la ejecución y el monitoreo de políticas educativas.

2.3. Resultados y efectos buscados

1) Se ha desarrollado una estrategia para sensibilizar y promover la toma de conciencia de la necesidad de asumir la educación como tarea de todos, como proyecto nacional objeto de consensos y compromisos sociales amplios y duraderos.

2) Se ha elaborado y divulgado una propuesta de agenda sobre temas clave sobre la realidad educativa latinoamericana, que sirva de base para la discusión pública y generación de compromisos sobre posibles políticas y programas que contribuyan al mejoramiento cualitativo de la educación y a la incorporación plena de todas las personas, en especial de los sectores en situación de pobreza y los excluidos del sistema educativo.

3) Se ha logrado una mayor inserción social de Fe y Alegría en la escena pública, a través de procesos de concertación de alianzas con otras organizaciones de la sociedad civil que trabajan en el campo de la educación, así como también acciones de acercamiento con organismos gubernamentales y multilaterales.

4) Se ha promovido o fortalecido la concertación de acuerdos entre organizaciones y actores para impulsar pactos sociales o compromisos por la educación, en la medida que sea posible en cada país.

Al interno de Fe y Alegría, la ejecución de esta primera campaña: "Compromiso por la educación" supondrá, previsiblemente, los siguientes **efectos**:

- Acercar más la acción pública al conjunto de personas e instancias que forman parte de Fe y Alegría, mediante una campaña concreta que facilitará una mayor participación en la acción pública, familiarizándola con esta línea de trabajo y convirtiéndose en una experiencia de aproximación a la misma.
- Promover la presencia de Fe y Alegría en espacios de participación y discusión, así como también la relación con las instituciones y redes más significativas en el ámbito de la educación y promoción social (nacionales e internacionales).
- Permitir a Fe y Alegría ahondar en el estudio y la reflexión de sus propuestas en torno a los principios y medidas fundamentales que deben articular las políticas públicas educativas del continente.

2.4. Criterios y orientaciones para el trabajo de acción pública

En Fe y Alegría, esta campaña y, en general, el trabajo de la acción pública deben guardar **coherencia con la identidad y misión institucional**. En el Congreso de 2004, antes citado, se concluyó que en la acción pública se debe trabajar guiados por los siguientes **criterios:**

- **Desde el lugar de los pobres**. Estar presente en los espacios de decisión, educativos y sociales, reivindicando sus intereses y demandas; partir siempre de una mirada a su realidad; mantener permanentemente el corazón y los pies junto a la gente a la que se quiere servir.
- **La defensa activa de la justicia y la equidad.** Entendida no solo desde la perspectiva económica y social, sino incorporando la equidad de género, la equidad educativa de la población con discapacidades y la interculturalidad.
- **El testimonio personal e institucional**. Practicando los valores que predicamos para entusiasmar, convencer y seducir para el cambio.
- **La significatividad de las acciones y de las propuestas.** Haciéndose presente en los espacios públicos relevantes, con el objetivo de participar en el diseño y ejecución de las políticas públicas, nacionales e internacionales.
- **El trabajo en red y la colaboración con otros**. La apuesta por el trabajo con otras instituciones, redes, grupos sociales,... fortaleciendo también las alianzas internas que ya existen dentro de Fe y Alegría: congregaciones, docentes, padres y madres, ex alumnos, gobiernos y alcaldías,...
- **La combinación y articulación de lo local, lo nacional, lo regional y lo internacional**. Aprovechando las oportunidades de actuar como una red con presencia en todos estos ámbitos.

Junto a estos criterios de actuación, el documento del congreso del 2004 recoge también algunas **orientaciones** para el trabajo de sensibilización:

- **La búsqueda del empoderamiento de los sectores populares**. Para que ejerzan sus derechos y el poder que les corresponde como ciudadanos.
- **La propuesta dirigida al conjunto de la sociedad**. Facilitando el encuentro y el consenso en torno a las cuestiones planteadas, promoviendo alianzas e invitando a una transformación.
- **El uso de la educación popular**. Favorecer el análisis, la reflexión y la toma de conciencia; impulsar la crítica, la autocrítica y el reparto de saberes.
- **La oferta de propuestas de calidad**. Facilitando el diseño y la difusión de alternativas más que la crítica sin propuesta, procurando la calidad técnica en todas las propuestas, el rigor en los análisis y solidez en las argumentaciones.
- **La mirada de largo recorrido**. Asumiendo que se trata de un trabajo de medio y largo plazo, cuyos resultados no son inmediatos.

3. LOS CONTENIDOS DE LA CAMPAÑA

3.1. Estudios de base y propuestas

La agenda de contenidos se articula en torno a una prioridad que constituye la gran cuestión que se quiere impulsar en la acción pública, a lo largo de los próximos años, con el lema que animó el congreso de 2005: "*Por una mejor educación para todos-todas / Por una mejor sociedad para todos-todas".*

Esta gran cuestión responde a un planteamiento de fondo: "**la educación es un bien público**" y se relaciona con una postura de "**defensa de la educación pública**", el reclamo de hacer de "**la educación un asunto de todos**" y seis grandes propuestas para el diálogo, en torno a las que Fe y Alegría propone desarrollar su programa de acción pública para promover cambios en las políticas educativas y así lograr transformaciones en la educación y la sociedad:

- Acceso, procesos y resultados en condiciones de equidad.
- Calidad educativa integral e incluyente.
- Continuo educativo a lo largo y ancho de la vida.
- Fortalecimiento de la carrera docente.
- Financiamiento público suficiente.
- Gestión educativa al servicio de la equidad y la calidad.

¿Cómo llegamos a estos planteamientos y propuestas? Hay un muy largo recorrido de décadas de reflexión sobre la realidad y la práctica de Fe y Alegría, que se analizó y se sometió a discusión en el Congreso de 2005. Posteriormente, el Programa de Acción Pública retomó los temas como materia de investigación y análisis, con el apoyo de consultores externos y la participación activa de miembros del Movimiento.

La materia temática de la campaña "Compromiso por la educación" está recogida en cuatro documentos principales: el documento base *"Seis Propuestas para el diálogo y la acción*", el resumen ejecutivo, un tríptico informativo y el libro "*Una mejor educación para una mejor sociedad: Propuestas para el diálogo y la transformación educativa en América Latina y El Caribe".*

Estas publicaciones están disponibles en impresos y en versión electrónica pueden descargarse en www.feyalegria.org/accionpublicaT

El documento base

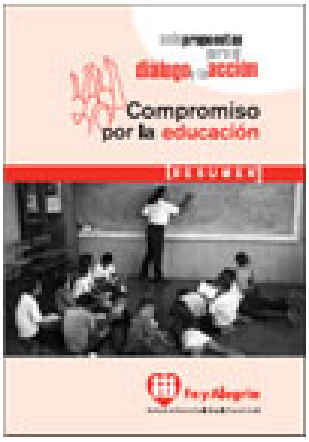
Contiene los análisis y las posturas institucionales de Fe y Alegría frente a la problemática educativa en la región. Sin embargo, en el marco de la campaña se presenta como un documento abierto, "*con reflexiones y propuestas para el diálogo con otras organizaciones, los gobiernos, las comunidades educativas, la sociedad en general*". Se trata de aportes "*sujetos a la crítica y a la revisión, para el acuerdo y la construcción colectiva*".

Por tanto, así debe ser explicado en todos los espacios y a todos los públicos. Y es que por tratarse de un "documento de campaña", para la cual buscamos y queremos ganarnos aliados, tiene la vocación de ser un instrumento semilla para la concertación con otros.

En el proceso es posible que se reformule, que otras instituciones lo reimpriman con su aval institucional o que desaparezca, para abrir paso a documentos de posturas compartidas con organizaciones y colectivos aliados.

También es posible que algunos países quieran adaptar el contenido del documento a su realidad local, para emprender procesos de concertación más aterrizados e influir más directamente en las instancias de decisión en sus países.

Con esta flexibilidad y con la creatividad que seguramente demandará la dinámica de la campaña, debemos aprovechar este material. En el camino iremos viendo lo que la coyuntura aconseje hacer, siempre con la mirada en los objetivos planteados.



El resumen ejecutivo del documento base

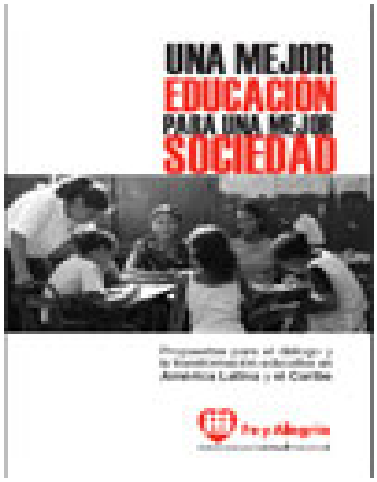
Ofrece una síntesis de los planteamientos principales, los datos más importantes del análisis de la realidad y las propuestas de políticas. Es igualmente un instrumento de campaña, útil para la comunicación más masiva dentro y fuera de Fe y Alegría durante las primeras etapas de la campaña.

El tríptico informativo

En él se encuentra lo más medular de los planteamientos del documento base y los mensajes principales de la campaña en un lenguaje divulgativo para todo público. Cumple la función de ayudar a la comunicación con terceros y animar la adhesión a las campañas.

Puede ser la base para que los países adapten los mensajes a sus realidades nacionales y lo reelaboren, ampliando con elementos del resumen ejecutivo si lo ven conveniente, para producir materiales para la divulgación en las comunidades educativas.

El libro "Una mejor educación para una mejor sociedad"



Se ofrece como una contribución de Fe y Alegría a los gobiernos, a las instituciones académicas, a ONGs y en general, a la sociedad civil interesada en la problemática educativa y en la búsqueda de sus soluciones.

Contiene siete capítulos elaborados por expertos externos y miembros de Fe y Alegría: "Por un continuo educativo en clave de desarrollo humano: una visión desde Fe y Alegría"; "Inequidad y Educación en América Latina"; "La calidad educativa para Fe y Alegría"; "Problemática del docente en América Latina: desafíos para la calidad y la equidad de la educación en la región"; "La educación para el trabajo en un mundo globalizado. Una visión desde Fe y Alegría"; "Financiamiento de la educación en América Latina"; y "Autonomía y gestión participativa de las escuelas".

Puede ser un valioso aporte para la organización de eventos nacionales para la presentación, estudio y discusión a mayor profundidad de la temática de la campaña.

3.2. Los mensajes principales

El **lema central** de la campaña es **"Compromiso por la educación"** que destacamos con un **logo** identificador:

Como en la campaña buscamos alianzas con otros, esperamos poder ir sumando logos de otras instituciones en futuros materiales. Por eso concebimos un lema y un logo abierto, para invitar a la unión de voluntades.

Esta invitación la expresamos con **la consigna** que añadimos en documentos y recursos de campaña: **Sumemos voces.**

El logo de la campaña no lleva incorporado el corazón de Fe y Alegría, pero puede colocarse a la derecha como en el siguiente ejemplo:

Existe un manual corporativo sobre el uso del logo que puede ser descargado de la página www.feyalegria/accionpublica, en la sección Recursos.

En cuanto a los **mensajes a destacar en la campaña**, distinguimos dos tipos: los que hacen referencia a la materia temática y los conceptos resaltados en el diseño de los materiales.

Como **mensajes de la materia temática** de la campaña proponemos destacar los siguientes:

- **La educación de calidad es un derecho de todos y todas a lo largo de toda la vida.**
- **La educación es asunto de toda la sociedad y no sólo del Estado.**
- **La educación es un bien público.**
- **Las voces de las mayorías pobres y excluidas deben ser escuchadas y sus necesidades atendidas.**
- **Es imprescindible generar políticas de Estado sustentadas en pactos que comprometan a todos los sectores sociales.**

Los enunciados de las seis propuestas también son mensajes de la materia temática de la campaña:

- **Acceso, procesos y resultados en condiciones de equidad.**
- **Calidad educativa integral e incluyente.**
- **Continuo educativo a lo largo y ancho de la vida.**
- **Fortalecimiento de la carrera docente.**
- **Financiamiento público suficiente.**
- **Gestión educativa al servicio de la equidad y la calidad.**

Los **conceptos resaltados en los recursos de la campaña** son: diversidad, unión en torno a un mismo fin, suma de voluntades y la afirmación de posibilidad.

Así, hemos seleccionado las siguientes expresiones para destacar en los afiches y el tríptico que se han distribuido a nivel internacional:

- **¿Es posible hacer realidad el derecho a la educación?**
- **Sumemos voces por una educación de calidad.**
- **Vamos en busca de una mejor educación.**
- **¿Es posible lograr la transformación de nuestros sistemas educativos?**

Y en todos esos materiales se destaca la siguiente idea-fuerza: **Es posible con la participación de toda la sociedad.** El título de la canción de la campaña "***Sí es posible, si es con todos***"**,** revela la misma idea.

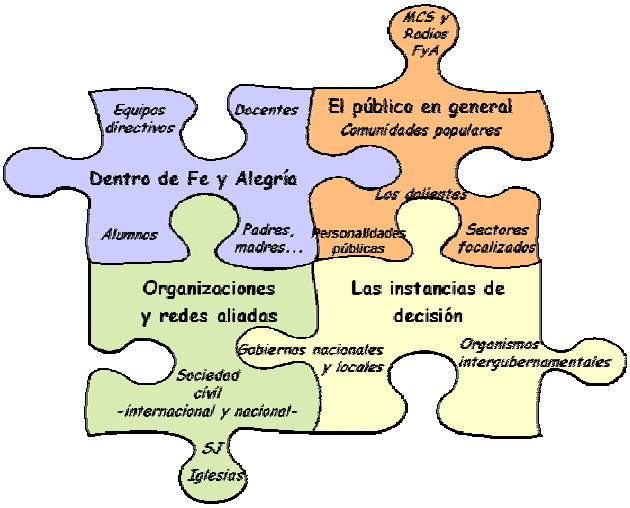
El Programa de Acción Pública aporta a los países algunos recursos materiales para la campaña, dejando abierta la posibilidad de que puedan diseñar otros según sus posibilidades.

En todo caso, se invita a **mantener la línea de los mensajes principales**, enriqueciéndolos desde las perspectivas locales o adaptándolos a los lenguajes propios, pero **sin alterar el lema central y el logo de la campaña**.

4. A QUIÉNES DEBEMOS LLEGAR

Como se explica en la Introducción, a través de las campañas las organizaciones buscan ampliar su base social para poder, con más fortaleza, incidir en las políticas públicas.

La campaña "Compromiso por la educación" implica un trabajo hacia cuatro tipos de audiencias y actores: (a) dentro de Fe y Alegría; (b) el público externo en general, incluyendo a los "dolientes", los que sufren el problema que se busca solucionar; (c) organizaciones y redes con intereses afines para pactar alianzas; (d) las instancias de decisión sobre políticas educativas.



A continuación presentaremos algunas orientaciones para el trabajo de esta campaña.

4.1. En Fe y Alegría

Para Fe y Alegría, esta primera campaña está significando la oportunidad de **aprender a hacer acción pública haciéndola**. Este aprendizaje implica **sensibilización** y **formación** tanto en la materia de la campaña, como en las estrategias de la acción pública al interior del Movimiento. Implica, además, la generación de procesos creativos y participativos para la **movilización** de las propias comunidades educativas, con el objeto de generar "**tejido social**" dentro de la institución. De allí, que la campaña deba llegar:

- A los **directivos y equipos técnicos de las oficinas** nacionales y departamentales o zonales, para que se apropien de la misma y la incorporen en la dinámica de los planes de trabajo, como parte de o como estrategia integradora de la acción pública institucional.
- Los **equipos directivos y de docentes en los centros** de educación formal, no formal, de promoción social, etc., para que puedan participar de modo activo en ella y dinamizarla en sus comunidades.
- El **alumnado y participantes** en los centros escolares y en los institutos radiofónicos ya que la materia temática de la campaña concierne la vida de todos, antes, ahora y en el futuro.

- A los **padres y madres** del alumnado para que tomen mayor conciencia de su responsabilidad en la educación de sus hijos y en la demanda y ejercicio de sus derechos como ciudadanos que son.

El Programa de Acción Pública ha aportado recursos materiales que pueden ser utilizados o adaptados por los países para trabajar con los distintos públicos (ver detalles en las secciones 3.1. y 5.5.). También se tiene prevista la elaboración de una unidad didáctica para que los docentes trabajen el tema con sus estudiantes.

Sin embargo, por cuanto el tema del derecho a la educación de calidad para todos y todas es un tema de valores, se invita a que las Fe y Alegría asuman el reto de pensar y organizar procesos formativos y de movilización que lleven a los docentes, los alumnos, los padres y las madres a participar en la acción pública, en el marco de la campaña.

4.2. El público externo en general

En una campaña, cuanta mayor sea la cantidad de personas e instituciones que acuerden con sus objetivos, mayor será la probabilidad de éxito. Sin embargo, es imposible llegar directamente a toda la sociedad. Es preciso focalizar y priorizar personas y sectores, para hacer todo lo posible con los recursos disponibles.

Pueda que no contemos con los recursos financieros ni humanos para motorizar la campaña con la cobertura y profundidad que desearíamos. Entre hacer **todo lo que es posible desde las capacidades institucionales** y no hacer nada a la espera de más recursos hay una gran diferencia. Fe y Alegría tiene **fortalezas que deben ser aprovechadas**: un prestigio ganado con su trabajo que puede rendir frutos para la acción pública; un lugar y una red de relaciones en las comunidades locales, en muchos casos tiene un nicho importante en la opinión pública nacional, también tiene valiosas relaciones en los medios de comunicación social y con distintos sectores; lo más importante, cuenta con un personal comprometido que busca la transformación social.

Propongámonos, desde nuestras fortalezas y los recursos al alcance, el esfuerzo por llegar a los siguientes públicos:

- **Comunidades populares**, a través de actividades de comunicación y movilización sobre las propuestas en las comunidades locales donde están los centros de Fe y Alegría, así como la difusión y formación masiva a través de las radios nacionales y locales, en especial a través de la red radiofónica de Fe y Alegría.

  Busquemos llegar en especial a los **"dolientes"**, los que más sufren la discriminación en su educación. En el trabajo de promoción social y relaciones con las comunidades, que llevan muchas Fe y Alegría, sería importante aprovechar el contacto con los sectores de población discriminados en su derecho a la educación,

para que ellos mismos participen con sus voces en la campaña y busquen con las autoridades locales soluciones a sus problemas, empoderándolos.

- **Sectores focalizados,** tales como las instituciones académicas (en especial las de formación de docentes), las iglesias, sectores empresariales, partidos políticos, ONGs, sindicatos, etc., para dialogar las propuestas en reuniones de trabajo y eventos (foros, talleres, conferencias en vivo, audioconferencias…) y, a través de sus representantes y canales, poder llegar al público del sector.

- **Personalidades públicas**: académicos, investigadores, intelectuales, artistas, periodistas, políticos sensibles a la temática, que puedan adherirse a la campaña y promoverla. Conviene identificarlos y establecer contacto con ellos, personal o por comunicaciones escritas, para informarles de las propuestas y dialogar.

- **Los medios de comunicación social,** como sector focalizado y como canal para llegar al gran público. Hoy día los medios son el espacio de discusión pública donde se dirimen los grandes temas que afectan nuestras vidas, a nivel internacional, nacional y local. Los líderes políticos y decisores están atentos a lo que se publica.

  Es importante aprovechar las relaciones que tiene Fe y Alegría con los medios y los recursos que posee. En todas las actividades de la campaña conviene potenciar la difusión y la movilización haciendo uso de los MCS (prensa, radio, televisión, etc.) y las tecnologías informáticas (páginas web, correo electrónico, listas de distribución, etc.)

  A nivel internacional, con la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) se está adelantando una **estrategia de difusión radial de cuñas, microprogramas y debates** sobre el tema de la campaña en diez países: Bolivia, Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, El Salvador, Guatemala, Paraguay, Argentina y Rep. Dominicana.

  Con **los institutos radiofónicos de Fe y Alegría** y a través de sus radios se pueden emprender actividades complementarias de concienciación y formación ciudadana sobre la temática de la campaña, dirigidas al gran público.

  Y haciendo uso de la Internet, se puede llegar a distintos grupos de población (estudiantes, académicos, investigadores, etc.) con los documentos y noticias sobre la campaña e incluso, para obtener respaldos y adhesiones a la campaña.

4.3. Otras organizaciones para pactar alianzas

Por convicción y principios, y también desde un punto de vista estratégico, Fe y Alegría quiere apostar por las alianzas y colaboraciones para esta campaña. Para una acción pública significativa como movimiento internacional, vemos la conveniencia de sumar la

capacidad educativa de Fe y Alegría al esfuerzo de otros actores con la misma vocación de cambio social.

Una alianza implica un trabajo conjunto de organizaciones que deciden cooperar mutuamente para lograr objetivos en los que coinciden.

En el Congreso de 2004 se analizaron y acordaron **principios orientadores** para las alianzas. También se señalaron **modos y posibilidades** de alianza. Conviene repasar las ideas allí expresadas.

> "La oportunidad de trabar alianzas estratégicas nos obliga a realizar un ejercicio de discernimiento que nos permita elegir entre las distintas posibilidades, aquella que puede dar más fruto. Como **principios orientadores** para ese discernimiento se proponen los siguientes: (a) Desde nuestra especialidad educativa, pero sin renunciar a estar presentes en otros espacios… (b) Desde lo local, articulándolo para que llegue a tener presencia e impacto en lo global; (c) Desde la presencia con los pobres y excluidos. Nuestra presencia en los espacios de decisión políticos y económicos va dirigida a reivindicar los intereses y demandas de los sectores populares; (d) Desde la fe en los pobres y sus potencialidades, lo que implica su necesaria participación en cualquier alternativa de solución. Para ello, Fe y Alegría promoverá el empoderamiento y facilitará la participación directa de las comunidades con quienes trabajamos en los espacios de articulación y coordinación en los que estemos presentes… (e) Buscando la compatibilidad en objetivos concretos para alcanzar tácticas y estrategias comunes".

> "Las **modalidades** de posibles alianzas son muy variadas… (a) Alianzas intersectoriales: suman el trabajo educativo al de otros sectores, en el convencimiento de que la educación no es un acto aislado del contexto en el que acontece. … (b) Alianzas en la defensa de determinados grupos de población, como las alianzas educación-migrantes, educación y poblaciones indígenas, etc. (c) Alianzas para incidir en los grandes temas "macro" que subyacen a las situaciones de pobreza y exclusión, como la deuda externa, las reglas del comercio internacional, etc. (d) Alianzas con otros actores sociales (por ejemplo, alianzas con universidades para fijar conjuntamente líneas de investigación) (e) Alianzas con los pobres, con sus organizaciones y con sus aliados".

A nivel internacional hemos identificado prioridades para la búsqueda de alianzas. Cada Fe y Alegría debe hacer lo propio a nivel nacional, para articular una agenda común de

sensibilización y de incidencia con otras organizaciones. En todos los países debemos cultivar alianzas con:

- **Las redes e instituciones hermanas de la Compañía de Jesús**, en especial con la red de universidades AUSJAL y, dentro de ellas, con las Facultades de Educación y Comunicación, con FLACSI y sus colegios, con el Sector Social y sus obras.
- **Redes internacionales de la sociedad civil y sus organizaciones locales** con las que compartimos inquietudes, para explorar posibles acuerdos conjuntos de trabajo en el marco de la campaña. Por ejemplo:

  - El Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL)
  - La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER)
  - El Foro Latinoamericano de Políticas Educativas (FLAPE)
  - La Campaña Latinoamericana por el Derecho a la Educación (CLADE) y la Mundial (CME)
  - El Programa de Promoción de la Reforma en América Latina y El Caribe (PREAL)

- **Redes y organizaciones nacionales de Iglesia,** por ejemplo, las asociadas a:

  - La Confederación Interamericana de Educación Católica (CIEC)
  - La Conferencia Latinoamericana de Religiosos (CLARC)
  - El Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM)

- **El sector de ONGs humanitarias del sector privado.** Por ejemplo, Oxfam, Intermón, Action Aid-Ayuda en Acción, Plan International y similares.
- **Organizaciones nacionales.** En el nivel nacional es fundamental la relación y participación de Fe y Alegría en los **espacios de articulación de la sociedad civil sobre políticas educativas**, sociales o públicas en general (consejos, foros, campañas, mesas). También es importante la relación y el cultivo de alianzas con ONGs de la sociedad civil con intereses afines en el campo de la educación, con organizaciones que tienen que ver con los derechos humanos, en especial, los de la niñez y la adolescencia, con medios de comunicación social, etc.

4.4. Los decisores

Por lo general, se trata de personeros e instancias de los **gobiernos nacionales y locales**, así como también de los **organismos intergubernamentales y agencias de cooperación** al desarrollo.

- **En el nivel de lo nacional.** En los manuales sobre acción pública se recomienda elaborar lo que llaman "un mapa de **poder**" o "mapa del **proceso** de políticas". Lo fundamental es identificar en cada país:

  - Cuáles son los **entes de gobierno** encargados de elaborar la política educativa o que toman las decisiones sobre la materia.
  - Cuál es el **proceso formal** de las decisiones y los procesos en curso.
  - Quiénes son las **personas claves** encargadas de las decisiones en cada etapa.
  - Cuáles son las organizaciones y personas con **capacidad de influir**.
  - **Cómo se puede influir desde Fe y Alegría** en la dirección de los cambios que consideramos deseables.

  Entre las **actividades directas** que se pudieran emprender desde las Fe y Alegría con los decidores están:

  - La comunicación de las propuestas.
  - El cultivo permanente de relaciones con los ministerios de educación, legislaturas, órganos de poder municipal, etc.
  - La participación activa en eventos oficiales, procurando divulgar y fijar posición desde las propuestas de la campaña.
  - El lobby o cabildeo ante entes gubernamentales en los procesos de consulta para la elaboración o revisión de leyes, currículos, planes nacionales, etc.
  - La presencia activa, liderazgo y promoción de espacios de la sociedad civil (foros, consejos, mesas de diálogo…), para el seguimiento de planes y políticas, el estudio de problemas educativos o para la concertación social con los gobiernos.

- **En el nivel internacional.** El Programa de Acción Pública ha identificado un conjunto de organismos intergubernamentales y agencias que trabajan en el campo de la educación, que se consideran de interés prioritario para el acercamiento, el establecimiento de relaciones y para poder tener una voz en los espacios y eventos que promueven con la sociedad civil.

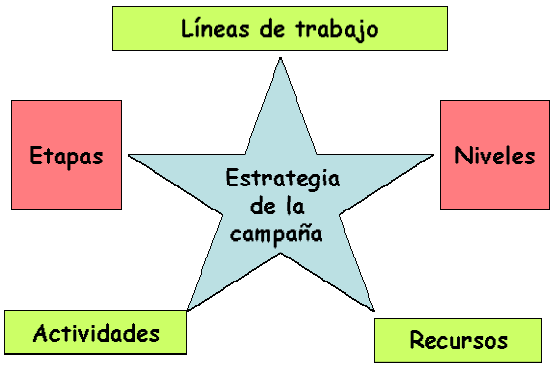
  Entre ellos cabe mencionar:

- UNESCO, las Comisiones Nacionales de UNESCO y sus oficinas y redes especializadas en América Latina –Oficina Regional de Educación para América Latina y El Caribe (OREALC), Instituto internacional para la Educación Superior en América Latina y El Caribe (IESALC), Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación (IIPE), Red Docente de América Latina KIPUS, Laboratorio Latinoamericano de Evaluación de la Calidad Educativa (LLECE), Red Educación, Trabajo e Inserción Social (ETIS)…
- UNICEF
- Consejo Económico y Social (ECOSOC) de la ONU
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
- Organización Internacional del Trabajo (OIT)
- Organización Panamericana de la Salud (OPS); Organización Mundial de la Salud (OMS)
- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Banco Mundial
- Agencia Española de Cooperación Internacional y Desarrollo (AECID)
- Unión Europea
- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y Conferencia Iberoamericana-Secretaría General (SEGIB)
- Organización de Estados Americanos (OEA)
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
- Corporación Andina de Fomento (CAF)

Es importante que en el nivel nacional, en lo posible, también **se cultiven relaciones con las representaciones locales de estos organismos**, a través de actividades como: la comunicación de las propuestas, la participación activa en los eventos que promueven y la concertación de eventos conjuntos y el apoyo a proyectos que tengan que ver con la materia temática de la campaña. Además, es importante la participación de las Fe y Alegría en los eventos que en el país celebren el Foro Social Mundial y el Foro Mundial de Educación.

5. DESARROLLO DE LA CAMPAÑA

La estrategia de la campaña comprende una serie de **líneas de trabajo**, que se ejecutan en **etapas** y **niveles**, a través un conjunto de **actividades**, haciendo uso de **recursos** que aporta el Programa de Acción Pública y otros que pudieran ser producidos y añadidos desde los países.



A continuación explicaremos la estrategia con soporte en el cuadro del anexo 1: *"Estrategia de la Campaña Compromiso por la educación"*.

5.1. Las líneas de trabajo

Las grandes líneas del trabajo de acción pública para Fe y Alegría son cinco. Todas ellas están presentes en esta campaña.

- Análisis e investigación
- Comunicación o divulgación
- Movilización y construcción de tejido social
- Construcción de redes y alianzas
- Relación con decisores.

El análisis y la investigación constituyen un elemento esencial del trabajo de acción pública que quiera ser serio y riguroso. En esta campaña se orienta en las siguientes direcciones:

- Análisis e investigación de la realidad de la educación en América Latina y El Caribe y elaboración participativa de las propuestas a presentar.
- Análisis de actores internacionales y nacionales, así como de las situaciones locales, que permiten comprender las coyunturas y cómo se puede influir desde las actividades de la campaña.
- Investigación y elaboración de papeles de posición de Fe y Alegría sobre aspectos

de la materia de la campaña que merecen mayor análisis. Cabe citar los siguientes: (a) la mejora de la calidad de la educación -la experiencia del Programa Calidad de la Educación Popular de Fe y Alegría, (b) la concepción de la educación pública, (c) la cuestión docente y su valoración social, (d) la financiación de la educación de calidad, el papel de la cooperación internacional, y (e) educación y desarrollo: para qué y cómo se vinculan.

- Estudios en materia de comunicación y para la campaña radiofónica.
- Los estudios que cada país quiera realizar sobre aspectos de la realidad educativa nacional de por sí o en acuerdo y con el apoyo de las universidades de AUSJAL aprovechando el convenio marco de cooperación existente.

La comunicación de los análisis, las propuestas y las actividades de la campaña, a través de distintos cauces:

- La información, mediante materiales propios, eventos o cualquier otra vía que permita una explicación más extensa y detenida de las cuestiones planteadas.
- La divulgación a través de los diferentes medios de comunicación social para crear una imagen positiva sobre las propuestas y despertar el debate público que suscite el interés y gane aliados.
- El liderazgo de los voceros de Fe y Alegría, que a través de la transparencia, el discurso apropiado, la legitimidad y credibilidad, gana capacidad de participación en el ejercicio del poder a favor de las propuestas de la campaña.

La movilización y construcción de tejido social articulado en torno a las propuestas de acción pública, mediante:

- La sensibilización de los actores y audiencia a los que queremos llegar (ver sección 4).
- La movilización social, entendida como el conjunto de acciones dirigidas a unir sectores del público y moverlos hacia actividades públicas, que hagan sentir la importancia política de la materia temática de la campaña y la toma de decisiones para la solución de los problemas denunciados.
- El apoyo a las organizaciones y comunidades populares, para facilitar su participación activa en la denuncia y búsqueda de solución a los problemas de la educación que les afectan.

Redes y alianzas, entendidas como las relaciones con personas e instituciones para conseguirlas como aliadas para el logro de los objetivos de la campaña. Pueden ser alianzas tácticas, más reducidas en tiempo y rango, o alianzas estratégicas, que implican objetivos de fondo a largo plazo. Ya en la sección 4 se dieron orientaciones y sugerencias para la relación con otras organizaciones.

La relación con los decisores clave, personas e instituciones, para la temática de la campaña, mediante:

- El lobby o cabildeo, que trata de influir en las personas que tienen en sus manos las decisiones para inclinarlas a favor de las políticas defendidas.
- La negociación, que es el conjunto de actividades que se orientan a la discusión con los que detectan el poder para llegar a acuerdos de políticas aceptables por ambas partes.

En la sección 4 también se encuentran orientaciones y sugerencias para el desarrollo de esta línea de trabajo.

5.2. Las etapas

En la campaña distinguimos una etapa preliminar de preparación y tres etapas referidas a la ejecución:

Las actividades de las etapas están articuladas unas a otras y se dan en secuencia. El título de cada etapa sólo refleja el énfasis deseable. Durante las etapas 2 y 3 prosiguen actividades de difusión y en la etapa 3 actividades de establecimiento de alianzas y movilización.

Por otra parte, las fechas de inicio y término son referenciales para la armonización del trabajo en el nivel internacional. En los países estas fechas pueden ser asumidas con flexibilidad en las planificaciones nacionales. La etapa 4 puede finalizar entre los meses de julio y diciembre, según decidan los países.

A partir de marzo 2008, el equipo del Programa de Acción Pública comenzará la preparación de la segunda campaña cuya etapa 1 se estima iniciará en enero 2010. Sin embargo, paralelamente la campaña "Compromiso por la educación" continuará ejecutándose hasta su cierre internacional en el segundo semestre del año 2009.

Los objetivos que proponemos para cada una de las etapas de esta primera campaña son los siguientes:

Etapa Preliminar: Preparación

1) Planificar la estrategia de la campaña, realizar los estudios sobre la realidad educativa en la región, elaborar las propuestas, producir los recursos y distribuir los materiales a los países.

2) Identificar las organizaciones internacionales que trabajan en el campo de la educación, analizar las relaciones que se mantienen con ellas y establecer prioridades para el acercamiento y establecimiento de alianzas.

Etapa 1: Lanzamiento y difusión

1) Dar a conocer públicamente la propuesta de Fe y Alegría a la mayor cantidad posible de personas, organizaciones, comunidades, etc.

2) Aportar recursos y orientaciones para fortalecer las capacidades de comunicación.

3) Promover y acompañar la elaboración y ejecución de planes nacionales de acción pública articulados en torno a la campaña "Compromiso por la educación".

4) Desarrollar recursos y promover espacios de formación para la acción pública.

5) Continuar la línea de investigación y análisis sobre las temáticas de las propuestas.

Etapa 2: Alianzas y movilización

1) Establecer contactos y relaciones formales con las organizaciones seleccionadas como prioritarias, a nivel internacional y en los países,

buscando establecer alianzas y constituir o participar en espacios existentes, para el diálogo alrededor de las propuestas de la campaña.

2) Promover actividades de movilización social en los centros y comunidades.

3) Mantener la temática educativa y las propuestas de Fe y Alegría en las esferas públicas y políticas.

4) Continuar la línea de investigación y análisis sobre las temáticas de las propuestas.

5) Promover actividades de formación y el acompañamiento a los países, buscando potenciar las capacidades de Fe y Alegría para trabajar los distintos componentes de la acción pública, de acuerdo a las propuestas nacionales y las características de cada etapa de la campaña.

Etapa 3: Concreciones y cierre

1) Mantener la temática educativa y las propuestas en esferas públicas y políticas, profundizando la construcción de tejido social y la relación con decisores.

2) Continuar las actividades de formación y acompañamiento.

3) Promover compromisos concretos sobre temas de política educativa.

4) Reconstruir o retroalimentar las propuestas iniciales de Fe y Alegría, evaluar y difundir las actividades y los resultados obtenidos.

5.3. Los niveles

Se trata de una campaña promovida por el conjunto de Fe y Alegría, que se aspira desarrollar, tanto en el nivel internacional, como en el nacional.

La dimensión **internacional** es responsabilidad del equipo federativo del P8 (coordinación, comisión internacional y enlaces nacionales), con la participación del Coordinador General, la Oficina de Coordinación General de la FIFYA y el apoyo de los directores nacionales. Desde el equipo federativo:

- Se prepara la campaña.
- Se coordinarán y consensuarán los objetivos y propuestas fundamentales, que luego podrán ser adaptadas y ajustadas al contexto nacional o local.
- Se facilitarán recursos (investigaciones, publicaciones,…) y materiales para la realización de la campaña
- Se organizarán actividades comunes.

La dimensión **nacional** se realizará en los países en los que las direcciones nacionales lo consideren positivo y posible. Sin embargo, en todos se espera algún grado de implicación.

- Los grados de implicación de cada Fe y Alegría nacional pueden ser diferentes, si bien se aspira fijar con los enlaces algunas actividades básicas en las que todo el Movimiento participe, dejando a partir de ahí libertad para que cada país se involucre, adicionalmente, en lo que considere conveniente.
- Los contenidos de la campaña tendrán una parte común definida internacionalmente y una parte en la que cada país podrá hacer las adaptaciones y concreciones necesarias a la realidad nacional.
- Desde el programa federativo se apoyará a las Fe y Alegría nacionales que participen en la campaña mediante estudios y materiales.

5.4. Las actividades

En el anexo 1: *"Estrategia de la Campaña Compromiso por la educación"*, se presenta el conjunto de actividades que para cada línea de trabajo y etapa, se ha propuesto realizar el equipo federativo del P. 8 en acuerdo con la OCGF, en la dimensión internacional.

En cuanto a la dimensión nacional, el cuadro contiene ideas de actividades que pudieran emprender los países. Son solamente orientaciones para que las consideren, junto con otras que deseen añadir, al momento de elaborar las planificaciones nacionales.

Es importante observar que muchas de las actividades que se sugieren a este nivel, de ordinario, ya se efectúan en muchas de las Fe y Alegría. De lo que se trataría es de enmarcarlas en la campaña.

En la sección 7 se ofrecen sugerencias sobre el uso de los medios de comunicación y una mayor explicación de algunas de las actividades sugeridas.

5.5. Los recursos

En esta sección se describen los recursos que el equipo federativo del P.8 pone a la disposición de los países para la ejecución de la campaña.

Ya en la sección 3 de este documento se presentaron los **recursos sobre la materia temática**: el documento base "*Seis Propuestas para el diálogo y la acción"*, el resumen ejecutivo, el tríptico informativo y el libro "*Una mejor educación para una mejor sociedad: Propuestas para el diálogo y la transformación educativa en América Latina y El Caribe".* Es importante que en las actividades que planifiquen los países contemplen:

- La presentación pública de estos documentos; por ejemplo, en eventos de lanzamiento de la campaña, foros, talleres, etc.
- La distribución a los distintos públicos a los que se desea llegar. En particular, se recomienda elaborar un listado de las organizaciones, personalidades y actores principales para hacerles llegar bien sea versiones impresas o electrónicas del documento base, de su resumen, del tríptico y/o del libro según su interés.
- Si lo ven necesario y está en sus posibilidades, la reimpresión en el formato original en español o con adaptaciones de contenidos en función de las realidades del país o en distintas lenguas. Para Haití y Brasil se tiene prevista la publicación de algunos de estos materiales en creole, francés y portugués.

Otros recursos disponibles en distintos formatos o cuya elaboración está prevista son los siguientes:

- Afiches, pegatina, canción de la campaña, CDs, carpeta, página web, presentación en ppt de las propuestas y estrategia de la campaña, spot de TV y unidades didácticas.
- También esta guía es un recurso que puede ayudar a los países a planificar y ejecutar su trabajo de acción pública en el marco de la campaña "Compromiso por la educación".

Los afiches

Se ha preparado una colección de tres afiches que reflejan los siguientes conceptos: diversidad, unión en torno a un mismo fin, suma de voluntades y la afirmación de posibilidad.

Se seleccionaron las siguientes expresiones para destacar en ellos: ¿Es posible hacer realidad el derecho a la educación?; Sumemos voces por una educación de calidad; Vamos en busca de una mejor educación. Y en todos esos materiales se destaca la idea-fuerza: "Es posible con la participación de toda la sociedad".

Estos afiches se pueden utilizar para:

- La motivación de la campaña en todos los centros educativos y las oficinas de Fe y Alegría, colocándolos en las paredes de áreas de tránsito donde tengan visibilidad, por separado o en serie.
- Carteleras institucionales especiales en las oficinas de Fe y Alegría y centros, en las que se coloquen otras informaciones tomadas del resumen ejecutivo (o el mismo resumen ejecutivo completo utilizando un par de ellos cortando las páginas), cuadros estadísticos sacados del documento base y fotos del país. También, para adornar carteleras con trabajos de los estudiantes sobre la temática.
- La colocación en sitios públicos de la comunidad: iglesias, centros vecinales, áreas comerciales, bibliotecas públicas y otras áreas de afluencia de público.;
- El envío de ejemplares a las instituciones y organizaciones relacionadas, otros centros educativos, en especial a las universidades de AUSJAL, con la petición de colocarlos en sitios visibles.
- La ambientación de eventos de lanzamiento, foros, conferencias, ruedas de prensa, etc. Con el arte del afiche Sumemos voces, que contiene la consigna de la campaña, se puede imprimir el afiche en tamaño gigante.

Imágenes de los afiches están disponibles en la sección Recursos de la página www.feyalegria.org/accionpublica y en el CD que se ha preparado con los materiales de la campaña.

La pegatina

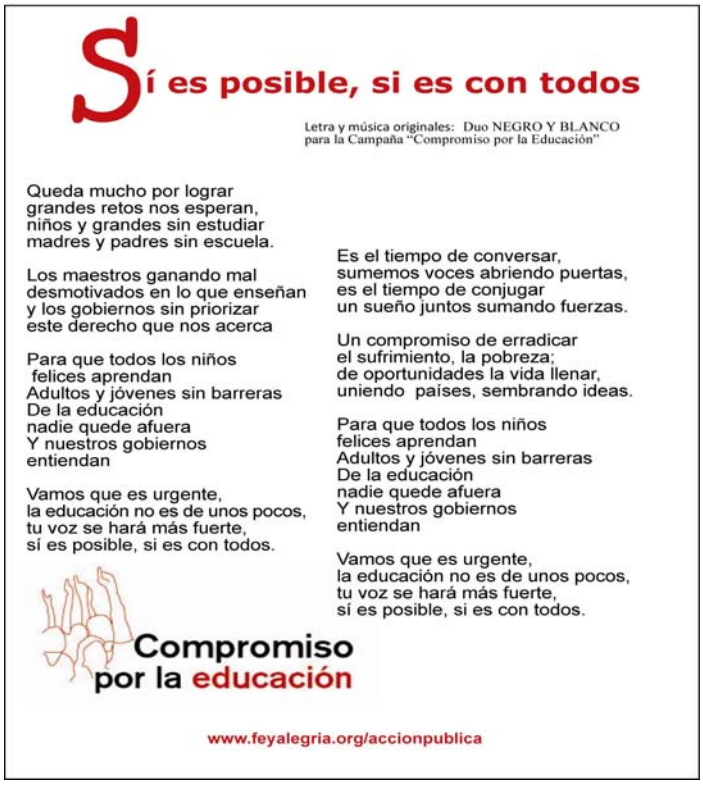
Contiene el logo, nombre y la consigna de la campaña. Se puede utilizar para:

- La colocación en carpetas o sobres para la entrega de materiales o para dossier de prensa.
- La colocación sobre objetos: autos, maletines, puertas, etc.
- Identificar personas en eventos públicos, con o sin nombre (noten que hay un espacio en blanco donde se puede colocar alguna información sobre la persona).
- Con el arte de la pegatina, agrandándolo, se puede elaborar carpetas, pancartas para eventos y movilizaciones, etc.

La canción de la campaña

Producida por el Dúo Negro y Blanco de Bolivia, por encargo del Programa de Acción Pública. Su título: "***Sí es posible, si es con todos".*** En la sección Recursos de la página www.feyalegria.org/acciospublica se encuentran los siguientes materiales: versión cantada y versión instrumental, jingles cantados e instrumentales y la letra de la música en formato diseñado para imprimir. Estos materiales se pueden utilizar para:

- Animar eventos; se puede acompañar con la proyección de la letra para que el público participe o con un show de fotos con escenas de Fe y Alegría.
- Enseñarla a los alumnos y a los docentes para que la canten en ocasión de las actividades que emprendan en el marco de la campaña.
- Enviarla a las radios junto con alguna información de la campaña, para que la difundan en sus programaciones musicales; y donde Fe y Alegría tiene radios, difundirla tanto cuanto se pueda.



Las cuñas radiales y microprogramas en audio

El Programa de Acción Pública ha firmado un acuerdo de trabajo conjunto con la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica para la producción y difusión de cuñas y microprogramas radiales a través de la red de radios asociadas a dicha

institución. Este material se puede descargar desde la página www.aler.org, en el panel central donde aparece la mención y logo de la campaña, o desde el siguiente enlace directo: http://aler.org/audios/aler/camp/compromiso_educacion_feyalegria/

El material está en formato mp3 y se puede reproducir desde Windows media. Se recomienda descargar este material y utilizarlo para los siguientes fines:

- Animar eventos, intercalando la audición del material con intervenciones de conferencistas y participantes.
- Introducir y motivar la reflexión sobre el tema en reuniones con alumnos, docentes, la comunidad.
- Enviar las cuñas y micros a las radios locales, junto con la canción y alguna información de la campaña, para que las difundan en sus programaciones; y donde Fe y Alegría tiene radios, difundir este material tanto cuanto se pueda.

Los CDs y DVD con materiales de la campaña

A la fecha se han producido tres CDs y un DVD:

- CD con los recursos impresos: versiones finales del documento base y su resumen en pdf, versión pre-final del libro "Una mejor educación para una mejor sociedad" (la versión final se encuentra en la página www.feyalegria.org/accionpublica), las artes gráficas de los afiches y versiones en formato pdf del tríptico y de la pegatina.
- CD con el audio del evento internacional de lanzamiento de la campaña, celebrado en Sto. Domingo, Rep. Dominicana. Este evento, cuyo formato puede repetirse en los países, se realizó conforme el siguiente programa que puede servir de ejemplo:

Objetivo: **Presentar a la discusión pública las propuestas de Fe y Alegría en procura de acuerdos sociales que permitan la construcción de pactos por una educación de calidad, como bien público, para superar la pobreza y la exclusión.**
8:30 a 9:00 Recepción y entrega de materiales. Atención a los medios de comunicación.
9:00 a 9:10 Apertura y saludos de bienvenida.
9:10 a 10:10 Conferencia-Panel: "Acción pública por la educación: Seis propuestas para un compromiso social". Participan Jorge Cela S.J., Luis Arancibia y miembros de la Comisión Internacional de Acción Pública de Fe y Alegría.
10:10 a 10:40 Palabras de representantes de sectores invitados del gobierno y la sociedad civil.
10:40 a 11:15 Preguntas abiertas.
11:15 a 11:45 Refrigerio y atención a medios de comunicación.

- DVD con la grabación de imagen y sonido del evento en referencia.
- CD con la grabación en audio de una mesa de diálogo sobre la campaña, con la participación de los miembros de la Comisión Internacional del Programa de Acción Pública.

La carpeta

En ocasión del lanzamiento internacional de la campaña se produjo una edición limitada de carpetas institucionales troqueladas con bolsillos internos, con el anverso y reverso que se ilustra al lado. Las artes gráficas están disponibles y pueden obtenerse de la coordinación del P.8 en caso de que algún país desee imprimir copias para uso nacional.

La página web

En el portal de Fe y Alegría se encuentra una página pública con información sobre la campaña, noticias y recursos: www.feyalegria.org/accionpublica

Se invita a las Fe y Alegría a comunicar, en esta página, los eventos y las actividades que realicen, los recursos complementarios que produzcan, noticias en los medios de comunicación social relativos a la campaña, etc. Pueden enviar la información correspondiente a la dirección de correos fi.accionpublica@feyalegria.org Además, se mantiene una sección en la intranet con información de uso interno.

Presentación en ppt

En ocasión del evento del lanzamiento internacional de la campaña, se elaboró una presentación en ppt que ha sido actualizada y que puede ser descargada de la página web www.feyalegria.org/accionpublica

Spot de TV

Se trabaja en la concepción de un spot para la producción y difusión internacional por canales que lo puedan hacer gratuitamente. Se invita a las Fe y Alegría que tengan contactos y oportunidad de colaboradores en esta área para que estudien la posibilidad de producciones para la difusión nacional y para enriquecer la que se pueda lograr a nivel internacional.

Unidad didáctica

Se trabajará con el Programa de Formación de Personal de Fe y Alegría (P 10) en la producción de materiales para el trabajo con los docentes y los alumnos.

Mientras, como se indicó antes, por cuanto el tema del derecho a la educación de calidad para todos y todas es un tema de valores, se invita a que las Fe y Alegría asuman el reto de pensar y organizar procesos formativos que lleven a los alumnos a participar en la acción pública, en el marco de la campaña.

6. LA PLANIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA EN LOS PAÍSES

La campaña "Compromiso por la educación" puede ser la oportunidad y el marco para planificar una acción pública de carácter organizado y sistemático. También la campaña puede ser considerada como una parte del trabajo de acción pública que ya llevan a cabo las Fe y Alegría.

Donde existen procesos de planificación estratégica en marcha, es la oportunidad para incorporar este ámbito de actuación en las dinámicas de trabajo de los países. Lo conveniente es integrar la acción pública en los planes nacionales ya sea como un objetivo estratégico o un objetivo operativo con una o más líneas de acción, de las cuales una (o la única si así se decidiera) sería la ejecución de la campaña "Compromiso por la educación" (y en el futuro, otras campañas de carácter federativo).

Donde ya se tienen planes de desarrollo formulados, se invita igualmente a emprender algún proceso de análisis, reflexión y toma de decisiones para concretar lo que se desea hacer en materia de acción pública y, más específicamente, en el marco de esta campaña. El Programa de Acción Pública ha puesto a la disposición de las Fe y Alegría una guía con "Orientaciones para la elaboración de las propuestas nacionales de acción pública" que puede ser de ayuda en este tipo de procesos.

Cualquiera sea la situación en que se encuentren las Fe y Alegría en la planificación y ejecución de la acción pública institucional, **es importante algún esfuerzo para planificar qué van a hacer y cómo van a desarrollar la campaña "Compromiso por la educación" en el país.**

Sugerimos un esquema muy simple para concretar decisiones. La planificación debe considerar básicamente objetivos, resultados buscados, público meta, potenciales aliados, actividades concretas en el marco de la estrategia de líneas de trabajo y etapas propuesta a nivel federativo, y programación de las actividades.

A continuación unas breves explicaciones. Entre paréntesis se indica la sección de esta guía donde se puede encontrar información y orientaciones de apoyo.

a) **Objetivos** (de cara al país). Examinar los procesos y debates en curso y, tomando en cuenta los objetivos de la campaña, general y específicos, trazados a nivel federativo, aterrizarlos a la realidad nacional (sección 2).

b) **Resultados** (buscados en el país). Revisar los propuestos a nivel federativo y delinear los deseables y posibles considerando la realidad institucional y nacional (sección 2).

c) **Público-meta.** A quiénes se quiere llegar: definir actores y audiencias (secciones 4 y 5).

d) **Potenciales aliados.** Con quiénes se proponen trabajar: identificación de potenciales aliados (secciones 4 y 5).

e) **Actividades.** Se puede construir un cuadro similar al del anexo 1, con la especificación de cada una de las actividades que se proponga realizar en el país (sección 5 y anexo 1: *"Estrategia de la Campaña Compromiso por la educación"*).

- Qué actividades concretas se proponen en cada una de las líneas de trabajo de la campaña:
  - Análisis e investigación.
  - Comunicación/divulgación.
  - Movilización y construcción de tejido social.
  - Redes y alianzas.
  - Relación con decisores.
- Cuáles de esas actividades se realizarían en cada una de las siguientes etapas, indicando fecha de inicio y fecha probable de finalización:
  - Lanzamiento y difusión.
  - Alianzas y movilización.
  - Concreciones y cierre.

Etapa 1 **Lanzamiento y difusión** Desde___ a_____	**Etapa 2** **Alianzas y movilización** Desde___ a____	**Etapa 3** **Concreciones y cierre** Desde___ a____
Línea de trabajo 1: XXXXXXXX		
1.1. XXXXXXX 1.2. XXXXXXX	2.1. XXXX	3.1. XXXXX
Línea de trabajo XXXXXXX		
1.3. XXXXXXX 1.4. XXXXXXX	2.2. XXXX	3.2. XXXXX

Nota: La numeración de las actividades en secuencia para cada etapa, con un dígito inicial que la identifique, puede facilitar el manejo de la información.

f) **Programación de las actividades.**

- **Cronograma** (opcional). Puede ayudar para visualizar la distribución mes a mes de las actividades propuestas. Ejemplo:

Actividades	Mes 1	Mes 2	…..	…..					
1.1.	X								
1.2		X	X	X					
….									
2.1.		X							

- Cuadro de metas, responsables y recursos (materiales –los aportados desde el P.8 u otros producidos o existentes en el país, financieros, etc.). Es una parte muy importante de la planificación. Se sugiere la elaboración de un cuadro como el siguiente:

Actividades	Metas	Responsables	Recursos
1.1.			

En la planificación conviene considerar actividades de **formación de los miembros del personal** y actividades orientadas a la **búsqueda de los recursos financieros** que se vean necesarios y no se tengan. Si bien la planificación debe tomar en cuenta las realidades y posibilidades de cada Fe y Alegría, no se debe olvidar el aliento atrevido y esperanzador, característico de Fe y Alegría, que la hace moverse *hacia nuevas y más altas cumbres*, como lo repetía nuestro Fundador.

Y en todo recordar que las planificaciones no son inflexibles. Que en materia de acción pública es importante estar alertas y abiertos a los cambios en las coyunturas para aprovecharlas y potenciar los esfuerzos institucionales. También es importante estar abiertos a la creatividad de los miembros de Fe y Alegría, en especial a nivel de los centros educativos.

Por último, una recomendación sobre liderazgos y responsabilidades. El principal y natural líder de la acción pública en los países es el Director Nacional. En varios países es el enlace del país con el equipo del P8, en otros hay una persona designada como tal, cuya tarea fundamental es apoyar al director en la planificación, organización y desarrollo de la acción pública nacional.

Sin embargo, en lo posible, se sugiere la constitución de un pequeño grupo de trabajo o comisión que incorpore, además del director nacional y los enlaces, representantes de

las áreas institucionales y/o regionales que más tienen que ver con la materia: coordinación de centros educativos, institutos radiofónicos, relaciones públicas y comunicaciones, centros de formación, etc., entre otros.

También conviene sumar, como asesores o colaboradores de la comisión, aquellos miembros del personal Fe y Alegría, de las juntas directivas o a amigos cercanos con capacidad de acompañar como analistas de la realidad educativa, voceros de las propuestas y promotores de procesos colectivos de movilización.

7. SUGERENCIAS SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ACTIVIDADES EN LOS CENTROS EDUCATIVOS

7.1. Apoyo y uso de los medios de comunicación

Un punto clave para la campaña es conseguir el apoyo y espacio de difusión gratuita en los medios públicos y privados de comunicación social: prensa, radio y televisión fundamentalmente. El impacto de cualquier evento que programemos será multiplicado por la publicación de la noticia, que permitirá transmitir el mensaje a una audiencia mucho mayor. Hoy día los medios son el espacio de discusión pública donde se dirimen los grandes temas que afectan nuestras vidas, a nivel internacional, nacional y local. Los líderes políticos y decisores están atentos a lo que se publica.

Lo importante es conocer a los medios, que los medios conozcan a Fe y Alegría y que ellos se interesen por los problemas de la educación y sus propuestas. Los periodistas no son expertos en la temática, por lo que hay que proveerles de información, darles ideas para titulares, aprovechar los momentos en que la discusión del tema educativo está en la escena nacional, participar en el "juego de poder" que hoy día, cada vez con más fuerza, se entabla teniendo como escenario los medios y como actores, que ayudan a inclinar la balanza de un lado u otro, a los comunicadores sociales (periodistas de prensa, reporteros y moderadores de programas de radio y TV).

Son múltiples las estrategias y herramientas que se pueden utilizar para llegar a los medios: conferencias de prensa para presentar la campaña o para el anuncio de actividades de movilización pública, la elaboración de notas o comunicados de prensa sobre los eventos que se programen (conferencias, talleres, etc.) y la invitación a los representantes de los medios para que asistan, cartas a los editores, artículos de opinión para la prensa escrita, participación en programas radiales y televisivos, difusión de la canción de la campaña, de las cuñas y microprogramas por las radios locales, difusión de spot de TV, difusión de encartes en la prensa, etc.

A continuación se ofrecen unas breves orientaciones sobre la elaboración del plan de medios y las herramientas principales para llegar a ellos.

Elaboración del plan de medios

Una vez se tiene la planificación de la campaña con la programación de actividades, conviene mirar cuáles de ellas implican o pueden ser potenciadas por el uso de medios de comunicación social.

Para el plan de medios, se propone la elaboración de un cuadro esquemático muy sencillo que ayude a organizar la información.

Actividades	Medios	Tareas que se derivan
1.1. Lanzamiento de la campaña.	Prensa escrita: El Nacional, …. Radio: FyA, Radio Caribe,…. Televisión: Canal 7, ….	▪ Nota de prensa. ▪ Contactos con… ▪ Elaboración de….
2.2. xxxxxxxxxxxx		

Sin embargo, más allá de la acción puntual con los medios que impliquen las actividades del plan de la campaña, conviene tener una estrategia permanente de acercamiento y de información.

Si en la Fe y Alegría se cuenta con personal especializado en prensa y comunicaciones, se le debe encargar de esta tarea y dejarle en libertad para proponer y utilizar el esquema y enfoque para la elaboración del plan de medios que considere aplicables al caso.

Si no se tiene personal especializado, una idea a considerar es conseguir la colaboración de un estudiante pasante de Comunicación Social para que apoye al enlace del P. 8 y al equipo que se conforme. Otra, la de conseguir como colaborador un periodista voluntario, retirado o activo, que conozca la dinámica de los medios y se solidarice con la campaña.

Conferencias de prensa e invitaciones a representantes de medios

- Tiempo y lugar. Organizarlas en el medio de la semana, de martes a jueves, en lugar accesible donde se tenga facilidad de parqueo, y en horario matutino de modo que la noticia pueda ser preparada para difusión el mismo día.
- Materiales. Hacer la convocatoria con una breve nota o programa detallado que explique la actividad. No solamente enviarla al medio por mensajería, siempre tratar

de hacer un contacto personal con el periodista o mesa de redacción de la fuente. Luego, en el evento, se debe entregar una nota o comunicado más detallado con la información que interesaría se publique en los medios, acompañada de los documentos o materiales que la sustentan si los tiene.

Notas y dossier de prensa

- No debe exceder de dos páginas, con la siguiente estructura.
  - Logo de Fe y Alegría y de la campaña.
  - Identificación de la comunicación: Nota de Prensa, Comunicado de Prensa, Gacetilla de Prensa… según se le denomine en el país a este tipo de comunicaciones.
  - Titular. Impactante, con estilo periodístico, pero informativo sobre el propósito de la convocatoria.
  - Texto. Uno o dos párrafos introductorios que resuman lo fundamental, seguido de párrafos explicativos escritos en lenguaje sencillo, evitando calificativos o superlativos en lo posible.
  - Detalles del evento. Lugar, hora, programa del evento, quiénes son los conferencistas o voceros.
  - Persona contacto. Nombre, teléfonos y correo electrónico de la persona que puede aportar mayor información.
- En general, la nota debe describir de qué se trata el evento o actividad. Si posible, conviene armarla en formato periodístico dando respuesta a todas o a varias de las siguientes preguntas, en el orden que convenga al tipo de actividad: qué es lo que pasó o pasará, por qué o para qué, quiénes son protagonistas, cómo pasó o pasará, cuándo, dónde…
- En algunos casos convendrá preparar y entregar un dossier: se trata de una comunicación de mayor extensión, acompañada de los documentos técnicos, materiales y recursos audiovisuales.

Participación en espacios de radio y TV

- En programas puntuales. En lo posible, hacer uso de los espacios de entrevistas a los que se pueda acceder y participar; también en debates y diálogos que se entablan por vía telefónica con personeros del gobierno y del mundo político
- Invasión de los medios. Se propone replicar en todos los países la experiencia de Fe y Alegría Venezuela conocida por “La toma de las radios”. Es un día donde voceros

de los docentes, estudiantes, padres y madres, directivos y amigos de Fe y Alegría tienen presencia en todos los espacios dedicados a entrevistas y noticias, de las radios nacionales y locales, que es posible lograr, para plantear y difundir propuestas sobre un tema. Implica:

- Seleccionar una fecha y un contenido temático.
- Elaborar una comunicación institucional o nota de prensa y en tiempo oportuno negociar con los medios la participación de voceros. Esta negociación se hace, según la cobertura de las radios, desde las oficinas nacionales y regionales, pero también desde las direcciones de los centros educativos en las radios de cobertura local.
- Seleccionar y preparar a los voceros sobre el tema a tratar. Aportarles materiales sencillos con datos estadísticos precisos y propuestas claras, destacand los lemas o consignas. Si hay un petitorio o declaración (debe ser breve), que todos lo tengan y lo puedan comentar o leer durante la participación.
- Motivar a los entrevistadores y reporteros para que ese día las preguntas y diálogos que promuevan se centren en el tema que interesa destacar. Aportarles un documento breve sobre el tema.

En el caso de la campaña "Compromiso por la educación", al utilizar los medios radiales y televisivos, lo importante es lograr transmitir mensajes claros y sencillos adaptados al contexto, datos llamativos, ejemplos de situaciones e historias de vida que sean capaces de crear preocupación e indignación, que muevan a cada quien a hacer algo, desde sus posibilidades individuales y junto con otros, en sus espacios comunitarios y en otros espacios.

7.2. Actividades en los centros educativos

Son muchas las posibles actividades que se pudieran realizar dentro de los centros y desde ellos con las comunidades locales. En el anexo 1 enumeramos algunas, dejando abierta la lista a la continuidad de experiencias ya desarrolladas en las propias Fe y Alegría y a la creatividad.

En esta guía se explican dos experiencias que pueden ser iluminadoras para replicarlas o diseñar actividades similares en otros países. La primera es la experiencia de los "Encuentros Infantiles" de Perú. Y la segunda, los "Certámenes Intercolegiales" de Honduras.

Seguramente existen otras experiencias que, igualmente, pueden ser adaptadas y programadas en el marco de la campaña "Compromiso por la educación".

Encuentros Infantiles

Son actividades que Fe y Alegría Perú organiza anualmente, para promover la participación de los niños y niñas, a través de espacios de reflexión sobre su realidad y su protagonismo. Estos espacios, también llamados "parlamentos", juntan representantes-delegados de todos los centros, con la idea que ejerzan el derecho de manifestar su opinión sobre cómo ven ellos la realidad que están reflexionando. Se les invita a presentar sus opiniones, alternativas soluciones…. Las conclusiones luego se hacen llegar a los colegios para que docentes y alumnos las lean, analicen y colaboren dando los pasos necesarios para mejorar la realidad.

El crear estos espacios para el diálogo, la participación, la comunicación, posibilitan la crítica constructiva, la toma de decisiones, la apertura y el respeto a otras opiniones que, a pesar de no coincidir con las propias, se deben escuchar y considerar. Esta es una manera de ir fomentando desde la niñez el liderazgo que les permita ser parte de la solución y no un obstáculo dentro de la problemática social.

Los encuentros tienen como objetivos:

- Promover espacios de reflexión, de desarrollo de iniciativas ciudadanas y creación de redes comunitarias que ayuden a enfocar temas de la actualidad, con una mayor participación de niños y niñas.
- Generar mejores expectativas sobre la educación que reciben en sus aulas y desarrollar compromisos con su Institución Educativa.
- Escuchar las opiniones de los niños para mejorar el quehacer educativo.

El proceso, en grandes líneas, es el siguiente:

- Identificación del tema que se va a reflexionar.
- Preparación de un módulo (dependiendo de la necesidad) que les ayude a la reflexión en los colegios hasta la fecha del encuentro.
- Elaboración de un esquema para los días de encuentro (2 o 21/2).
- Invitación a los docentes para que ayuden, apoyen y acompañen la experiencia.
- Uso de espacios lúdicos donde el juego y las dinámica grupales sean el medio para llegar al fin.

En el 2007, el encuentro tuvo como lema: "Por una Educación de calidad". Los objetivos buscados fueron: (a) lograr que los niños/as conozcan, reflexionen, debatan el Proyecto Educativo Nacional; (b) generar mejores expectativas sobre la educación que reciben en sus aulas y desarrollar compromisos con su centro; (c) generar acciones creativas y colectivas en sus centros y en la comunidad donde se encuentran. En el anexo 2 de esta guía se ofrece el esquema de este taller y las conclusiones.

Certámenes intercolegiales

Son espacios que Fe y Alegría Honduras promueve para la participación del alumnado y docentes de diversos centros, públicos y privados, a través de certámenes educativos que incentivan de una forma integral y diferente a la lectura, el estudio, la investigación, la motivación y la unidad entre los participantes.

En el anexo 3 se ofrece el esquema propuesto para el "Campeonísimo 2009", donde una de las áreas objeto de concurso es la Campaña "Compromiso por la educación".

Con menor grado de complejidad y alcance se pueden organizar variadas actividades de concurso, dentro y entre los centros de Fe y Alegría para, por ejemplo, motivar la búsqueda y manejo de información, la producción de ensayos, poemas, canciones, carteleras y otros materiales sobre el tema del derecho a la educación de calidad con equidad, para luego organizar exposiciones y ferias callejeras.

En los centros, de lo que se trata es de buscar actividades que a la vez que motivan y sensibilizan al alumnado, puedan involucrar a los docentes, contribuyendo a una mayor conciencia sobre su papel como agentes principalísimos de la campaña "Compromiso por la educación".

Una invitación abierta

Esperamos que las futuras ediciones de esta guía se vean enriquecidas con la presentación de otras experiencias sobre actividades de comunicación, movilización, alianzas y relación con decisores, que seguramente han desarrollado las distintas Fe y Alegría en su hacer institucional. Invitamos a comunicarlas.