



COMO INCIDIR EN POLÍTICAS PUBLICAS EDUCATIVAS. LECCIONES APRENDIDAS DESDE LA SISTEMATIZACION DE LAS EXPERIENCIAS DE CAMPAÑA EDUCATIVA EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE (2002-2003).

- 1. Cómo surge la “Campaña Educativa” en Ayuda en Acción**
- 2. Escenarios, objetivos y acciones de la Campaña Educativa impulsada por Ayuda en Acción en América Latina.**
 - Las Campañas Nacionales.
 - La Campaña Continental.
- 3. Las experiencias sistematizadas.**
 - Características globales de las experiencias sistematizadas.
 - Las experiencias nacionales de Campaña
 - La experiencia de la coordinación regional de la Campaña.
- 4. Aportes de la sistematización de la Campaña a la construcción de una metodología de incidencia en políticas públicas educativas en AeA.**
 - Aportes conceptuales.
 - Aportes metodológicos.
 - Aportes en el relacionamiento y coordinación interinstitucional.
- 5. Recomendaciones.**

Marzo 2005

Consultor: Benito Fernández F.

COMO INCIDIR EN POLÍTICAS PUBLICAS EDUCATIVAS. LECCIONES APRENDIDAS DESDE LA SISTEMATIZACION DE LAS EXPERIENCIAS DE CAMPAÑA EDUCATIVA EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE (2001-2003).

El presente documento es una síntesis del Informe Final¹ de sistematización de las experiencias de la Campaña de Educación impulsadas por Ayuda en Acción en América Latina y El Caribe durante el período 2002-2003.

El trabajo de síntesis está dirigido principalmente a recuperar los aportes de la sistematización de experiencias a la construcción de una metodología de incidencia en políticas públicas educativas por parte de Ayuda en Acción., objetivo central² del proyecto de sistematización. Detalles del rico contexto en que se desarrollan las experiencias, y de las propias experiencias sistematizadas requiere ir al texto original. El documento tampoco toma en cuenta los aspectos metodológicos de la sistematización , por ser un tema desarrollado de forma especializada en otro documento³.

De esta forma, y para entender a cabalidad las conclusiones y recomendaciones a las que llegó la sistematización, tocaremos previamente temas como el origen de la campaña educativa en AeA, los escenarios en los que se desarrolló la Campaña en América Latina y las características de las experiencias de Campaña sistematizadas.

1. Cómo surge la “Campaña Educativa” en Ayuda en Acción.

Los antecedentes de la Campaña de Educación en AeA se sitúan en un contexto más amplio del accionar institucional.

En abril de 1998, Ayuda en Acción (España) , ActionAid (Reino Unido) y Aide et Action (Francia), deciden formar una alianza, que llamaron primero ActionAid Family y después fue ActionAid Alliance (AAA). La misión compartida por los miembros de la red estaba dirigida a erradicar la pobreza a través de programas de desarrollo a largo plazo. Sus estrategias: la captación de fondos, la sensibilización y la vigilancia sobre las políticas internacionales de cooperación y la labor humanitaria en el terreno.

Integrar esta alianza de ámbito internacional es para AeA una opción estratégica que tendrá importantes consecuencias en el desarrollo institucional posterior.

Por otra parte, la educación es el eje articulador de las tres instituciones: Aide et Action, Ayuda en Acción y ActionAid.. AeA había desarrollado una amplia experiencia en el ámbito de la educación, con trabajo sobre el terreno, y cuenta con el apoyo de ActionAid

¹ “El fortalecimiento de los actores para la incidencia en políticas públicas. Sistematización de la Campaña de Educación impulsada por Ayuda en Acción en la Región de América Latina y El Caribe (2002-2003)”, noviembre 2004.

² “Recuperar críticamente las metodologías desplegadas por AeA en el marco de la Campaña Educativa, evidenciando el grado de apropiación de los actores y su nivel de incidencia en políticas públicas”.

³ “La sistematización como estrategia de aprendizaje en el sistema “ACERCA”. Potencialidades y limitaciones desde la práctica sistematizadora”, marzo 2005.

que tiene una amplia experiencia en trabajo de incidencia y, especialmente, en incidencia sobre cuestiones educativas⁴, que es uno de sus ejes centrales. Por su parte, Aide et Action está especializada en desarrollo y educación. Todo ello, unido a la inminente celebración en el año 2000 en Dakar (Senegal) del Foro Mundial sobre Educación para Todos (EPT)⁵, hace que el conjunto de las organizaciones recientemente unidas en la Alianza, se planteen abordar la campaña ELIMU de forma conjunta.

La Campaña ELIMU⁶ (“educación es vida”) surge con el objetivo de contribuir a la mejora de la calidad de la educación para todos y todas, la universalización de la educación básica y la erradicación del analfabetismo, apoyando las iniciativas y la participación de las poblaciones más desfavorecidas.

La decisión de AeA de sumarse a la campaña se realiza en un momento en el que Ayuda en Acción todavía no ha realizado una reflexión previa sobre el trabajo de incidencia en el marco institucional: objetivos, alcance, metodologías, etc. La organización no contaba en esos momentos con todos los recursos necesarios para afrontar el trabajo de incidencia y no había abordado anteriormente ninguna campaña de este tipo.

Por todo lo anterior, la incorporación de AeA en esta campaña supuso un reto enormemente complejo para Ayuda en Acción que iniciaba su andadura en el trabajo de campañas, teniendo que llevar a cabo al mismo tiempo: a) la reflexión interna para afianzar esta labor; b) el fortalecimiento institucional en términos de recursos, capacidades, articulación con otros actores; c) trabajo en ámbitos internacionales, nuevo también para la organización.

Se crea el Área de Educación para el Desarrollo, a través de la cual AeA planifica y ejecuta las acciones de la Campaña en los ámbitos europeo y latino-americano. Para la coordinación de la Campaña en América se crea en 1999 la Unidad de Coordinación Regional (UCR).

Los dos primeros años de la campaña fueron duros para los equipos tanto de Ayuda en Acción como de Aide et Action y ActionAid, al tener que aprender a desarrollar mecanismos de comunicación y coordinación al mismo tiempo que aprender a trabajar juntos, a conocerse mejor, a hablar un mismo lenguaje. En un primer momento la campaña fue sentida como una campaña un tanto “postiza” y “forzada”, lo que costó su apropiación por parte de los equipos de las respectivas instituciones. Sin embargo, con el progresivo desarrollo de la misma, los obstáculos se fueron convirtiendo en oportunidades, en posibilidades ampliadas, con la suma de conocimientos, experiencias y con la apertura de

⁴ ActionAid junto a otras ONGs y sindicatos de maestros lanzan en 1999 la Campaña Mundial de Educación (CME), iniciativa de la sociedad civil que defiende la educación como un derecho que debe ser garantizado por el Estado/gobierno y cree que sólo una movilización mundial de la sociedad civil forzará a los gobiernos y a la comunidad internacional a cumplir sus promesas de proveer una educación básica, pública y gratuita para toda la gente, de manera particular a los niños, mujeres y personas en desventaja social.

⁵ La primera Conferencia Mundial sobre Educación para Todos se llevó a cabo en Jomtien (Tailandia) en marzo 1990. La Declaración Mundial sobre Educación para Todos y el Marco de Acción para satisfacer las Necesidades Básicas de Aprendizaje, documentos aprobados en la Conferencia, marcan un hito importante en los cambios de políticas educativas en todos los países.

⁶ ELIMU desaparece como tal el año 2002, subsumida en la Campaña Mundial de Educación (CME).

espacios para compartir dichas experiencias e impulsar nuevas estrategias y propuestas para el futuro.

El año 2000 representa un hito importante en el proceso de Campaña ya iniciado: la creación del Departamento de Campañas y Educación (DCE) y la aprobación de la Estrategia Institucional de AeA (2001-2005), siendo la sensibilización y educación uno de sus componentes prioritarios.

En este mismo año se dan avances significativos con la puesta en marcha del Marco Estratégico de la Campaña Regional, como resultado de la primera reunión evaluativa de la Campaña en los países andinos, y el inicio de conversaciones con CEAAL y ActionAid-Brasil para iniciar una colaboración interinstitucional en la región en el marco de la Campaña regional.

En junio 2001, Margarita Salinas se incorpora como responsable de la Unidad de Coordinación Regional de la Campaña (UCR)

En el marco de la nueva estrategia institucional, en julio 2001 en Lima, el DCE realiza un Encuentro Regional en el que se dan orientaciones para el diseño del Plan Trienal(2002-2004) de la Campaña Educativa en América para los ámbitos regional y nacional. Posteriormente, en septiembre del mismo año en La Paz y Managua, se llevan adelante los talleres sub-regionales de la Campaña donde se diseñan los PROAs de Campaña por país y visitas de apoyo y seguimiento a los Programas Nacionales por parte de la Unidad de Coordinación Regional..

Paralelamente desde octubre del año 2000 se mantienen conversaciones con el CEAAL y ActionAid Brasil orientadas a iniciar y desarrollar una colaboración interinstitucional en la región. AeA se encarga de elaborar una propuesta de coordinación que es consultada a nivel de las oficinas nacionales para su posterior presentación a las instituciones socias.

De esta forma, a finales del 2001 están creadas las bases institucionales, organizativas y de planificación, para implementar de forma sistemática la Campaña de Educación tanto en los espacios nacionales como a nivel de la región latino-americana.

2. Escenarios, objetivos y acciones de la Campaña Educativa impulsada por AeA en la Región Latino-americana.

El desarrollo de la Campaña Educativa en América Latina discurrió por dos cauces: las campañas nacionales en los 7 países donde AeA tiene oficinas nacionales (Bolivia, Perú, Ecuador, México, Honduras, El Salvador y Nicaragua) y la campaña continental como resultado de la coordinación interinstitucional con CEAAL, PIDHDD, ActionAid e IBIS Dinamarca (que se incorporó a fines del 2003). Cada uno de los ámbitos han tenido dinámicas propias, pero relacionados y articulados a través de la Unidad de Coordinación Regional.

Además de los 7 países latino-americanos, debemos considerar el trabajo de Campaña realizado por el equipo del DCE de España, centrado en las acciones de exigibilidad en el marco de la Iniciativa de Financiamiento Acelerado (IFA), más conocida como “Fast Track”, en la que están involucrados tres de los 7 países: Bolivia, Nicaragua y Honduras.

LAS CAMPAÑAS NACIONALES.

El desarrollo de las Campañas Nacionales ha resultado ser desigual en los tiempos, la extensión y la calidad de las acciones.

En los países de la región andina las acciones de Campaña se inician ya a partir del año 1999, mientras que en la región centroamericana se realizan a partir del 2002.

Si bien todos los países comparten un contexto bastante problemático y adverso, determinado por la aplicación de las políticas neoliberales, no obstante existen particularidades que responden a las coyunturas de cada país.

A continuación haremos una breve reseña del desarrollo de cada una de las Campañas Nacionales tomando en cuenta los contextos particulares de cada país.

Bolivia.

Bolivia se integra a la Campaña de Educación desde el año 1999, siendo uno de sus principales impulsores el CEBIAE⁷, institución que además de liderizar el Foro Educativo Boliviano (FEB), desarrolla espacios y procesos de análisis sobre temáticas de interés nacional, tal es el caso de la educación intercultural bilingüe.

En 2002, año de las elecciones generales en Bolivia, el CEBIAE y AeA elaboran y firman un convenio interinstitucional, en el que el Foro Educativo Boliviano se constituye en el eje de la Campaña Educativa en Bolivia, y la ONG Boliviana pasa a ser “socio estratégico”. El convenio tiene como objetivo:

“Contribuir a generar una mayor intervención de la sociedad civil en el desarrollo de procesos sociales destinados a influir en la construcción participativa de políticas públicas en el sector educativo, mediante el análisis del estado de situación de la educación boliviana, la elaboración y negociación de una Agenda Educativa Nacional, una Propuesta Educativa Nacional, estrategias y mecanismos de seguimiento entre los partidos políticos, organizaciones de la sociedad civil e instituciones internacionales, en la

⁷ Centro Boliviano de Investigación y Acción Educativas. Esta ONG jugó un papel importante en la creación del FEB, octubre 1996, como miembro del CEAAL Bolivia. Cebiae, además, acompañó y participó activamente en el relanzamiento del FEB en el 2001. El Foro Educativo Boliviano, por su parte, ha logrado aglutinar a más de 80 organizaciones de la sociedad civil.

*perspectiva de aportar a constituir la educación en un factor estratégico de desarrollo humano*⁸.

En un contexto de elecciones nacionales (junio, 2002) , las primeras acciones del FEB se orientan a la elaboración participativa de la Agenda Educativa Nacional (mayo 2002) , y su presentación pública a los partidos políticos en campaña.

El Foro Educativo Boliviano se convierte en “Foro Político Educativo” para negociar/exigir a los partidos compromisos en torno a estos seis puntos:

1. Priorizar la educación en los presupuestos y gastos del estado por ser un factor estratégico del desarrollo.
2. La transformación integral del sistema educativo boliviano en todas sus áreas y modalidades, priorizando una educación pública, participativa, incluyente, equitativa, con calidad y pertinencia.
3. Implementar el sistema nacional de formación y desempeño docente.
4. La construcción de propuestas pedagógicas y curriculares , inclusivas, y con participación social.
5. Impulso a la Educación Alternativa.
6. Desarrollo de políticas y estrategias que vinculen la educación con los avances de la ciencia y la tecnología.

Esta experiencia permitió que el FEB diera un salto cualitativo en términos de construcción de un nuevo discurso y de una propuesta pedagógica de alcance nacional con potencial incidencia en las políticas educativas y el campo de aplicación de la Ley de Reforma Educativa (1994). De otro lado, se amplían y organizan nuevos Foros Regionales.y Locales, que promueven a lo largo y ancho del país las mesas temáticas, talleres y debates públicos. El CEBIAE da una gran cobertura comunicacional a todo este trabajo.

La segunda acción importante del FEB ha sido su participación en la elaboración de la Estrategia de la Educación Boliviana (2004-2015) convenida por el gobierno con el Banco Mundial en el marco de la Iniciativa “Fast Track”. En mayo 2003 se lleva a cabo en La Paz el Primer Taller Nacional sobre la Estrategia, con participación de 250 personas. Sus resultados fueron analizados y enriquecidos por más de dos mil participantes en sucesivos Talleres Departamentales.

Sin embargo este proceso quedó trunco por los cruentos acontecimientos que vivió Bolivia desde febrero 2003 (enfrentamientos entre policía y ejército por el llamado “impuestazo”), y que tuvo su momento culminante en la “insurrección de octubre” (“guerra del gas”) con la fuga del presidente Gonzalo Sánchez de Losada.

El 2004 se abre con grandes desafíos para la Campaña y para el FEB. En lo político, después de la “insurrección de octubre”, Bolivia ingresa en una etapa de profundas reformas estructurales (Referéndum sobre el destino del Gas y Ley de Hidrocarburos, Asamblea Constituyente). En el campo educativo, la realización del II Congreso Nacional

⁸ AeA/UCR: “La ruta de la Campaña de Educación en Bolivia”, La Paz 2002. Ver también: Plan Operativo 2002-2003 de la Campaña de Educación en Bolivia.

de Educación, que tomará posición sobre la Reforma Educativa implementada desde 1994, y reubicará el rol y las estrategias de la educación en el nuevo contexto. En lo interno, el FEB debe establecer nuevas alianzas tomando en cuenta el alejamiento del Foro del magisterio y de las organizaciones populares.

Perú.

Desde 1999 AeA Perú forma parte del Foro Nacional de la Educación Peruana, y se integra a la Mesa de Trabajo de la Calidad Educativa Rural, con énfasis en la niña/mujer.

A partir de 2002, en el marco de la Campaña de Educación, formula su **objetivo central**:

“Fortalecer el empoderamiento de la comunidad para la cogestión de la educación rural y periurbana, promoviendo capacidades propositivas de los actores involucrados”.

El camino recorrido por el Equipo AeA Perú durante 2002 y 2003 para avanzar en el logro de ese objetivo dista mucho de ser lineal y sencillo, pero en esta aventura ayudó sobremanera ciertas opciones previas: un contexto privilegiado: el ámbito rural; un sujeto prioritario : la primera infancia (0-3 años), con particular énfasis en las niñas; dos niveles claros de interlocución: el nacional y el local (efecto “tenaza”).

En el **ámbito nacional**, acciones importantes de la Campaña Educativa en 2002 han sido:

- Participación en la Mesa Nacional Niña Rural ; elaboración , difusión y negociación de la Ley de Educación Niña Rural.
- Participación en la Mesa Nacional de Educación Infantil (0-3 años), aportando a la elaboración del Plan Nacional de acción por la Infancia y la Adolescencia (PNAI 2002-2010) y a la realización del Encuentro Nacional por la Educación de 0-3 años.
- La Red de Alfabetización, con fuerte liderazgo de AeA, aplica la metodología reflect action a más de 145. 000 personas.

En estas acciones han sido importantes las alianzas con ONGs nacionales, como Tarea, la coordinación con el Foro Educativo Peruano y la plataforma UNESCO/OREALC, así como la relación con UCR y la Campaña regional de Educación.

En el **ámbito local** hay que destacar como acciones de la Campaña del 2002:

- La construcción de un nuevo currículo para la escuela rural, la elaboración y capacitación de los docentes para su diseminación.
- La constitución de Consejos de Vigilancia Escolar, integrados por niños, padres/madres de familia y docentes.

- La capacitación de mujeres líderes de las comunidades para que éstas, a su vez, capaciten a mujeres gestantes.

Si el año 2002 fue sobre todo de siembra (leyes, elaboración de instrumentos, capacitación, organización), el año 2003 es ya de una primera cosecha. Además de ampliar todo ese trabajo, se ha profundizado por la vía de un estricto seguimiento a los indicadores de calidad planteados, a través de procesos de evaluación y, sobre todo sistematización.

Acciones relevantes en el 2003 son:

- La sistematización de la experiencia educativa de AeA seleccionada por Unesco /Orealc y Tarea, y de la estrategia educativa de la “tenaza”, seleccionada en el marco de la Campaña Regional de Educación.
- La presencia a través de la Red Amanecer en los Consejos de Gobierno Regional, espacio de regionalización que se ha ido consolidando en el Perú después de las últimas elecciones.
- Publicación y difusión del libro “La Agenda Olvidada: la educación de las niñas y niños de 0-3 años”, y campaña de sensibilización a todo nivel, destacando “Gran Pasacalle por la Educación Temprana” (nov. 2003) con participación de más de 70 mil personas.

Para 2004 se pretende que todos estos esfuerzos en torno a la educación de la primera infancia puedan traducirse en políticas públicas concertadas al más alto nivel. Esto ya se inició el 2003 en los primeros contactos con el Consejo Nacional de Educación y la Comisión de Educación del Congreso de la República, cara a la realización en 2004 del Foro del Acuerdo Nacional en el que se firmará entre estado y sociedad civil el “Pacto de compromisos recíprocos por la Educación 2004-2006”.

Ecuador.

Hasta 2002 la Campaña Educativa en el Ecuador carecía de una estrategia definida y sus acciones se centraban básicamente en la solución de necesidades de infraestructura y en la capacitación docente en temáticas puntuales. La sensibilización de los actores educativos en torno a la calidad de la educación rural y la elaboración de un diagnóstico del sistema educativo, fueron esfuerzos importantes pero insuficientes.

A partir del 2002, AeA asume un nuevo enfoque de Campaña centrado en lograr una mayor participación de los actores locales (docentes, autoridades indígenas, autoridades educativas, padres y madres de familia) en acciones de control y mejoramiento de la calidad educativa. La ruta de la campaña educativa en Ecuador identificó como su horizonte:

“Dinamizar acciones tendientes a comprometer al estado y a la sociedad civil para priorizar la temática educativa rural en la elaboración de políticas públicas para el desarrollo nacional”

La meta apuntaba a constituir un Foro Educativo Nacional, pero construido desde lo local, más precisamente desde lo local-rural e indígena.

El proceso de creación de los Foros Locales se facilitó gracias a la amplia presencia de AeA en las zonas rurales.. La estructuración de los Foros Locales, con sus directivas elegidas y planes de acción, es el fruto de actividades combinadas de concertación con actores locales, investigaciones sobre cobertura y rendimiento escolar, capacitación de los miembros de los foros , programas radiales en kichua en alianza con las autoridades municipales... Todo lo cual cristalizó en la elaboración del Manual de funciones y organización de los Foros. A fines del 2002, las 11 áreas de influencia de AeA en Ecuador contaban con 165 Foros Locales con sus respectivas directivas constituidas.

Para 2003 el desafío era dar el salto desde lo local a lo provincial y de ahí a la constitución del Foro Educativo Nacional.

Sin embargo, este proceso, lejos de ser lineal, se complejiza y enriquece al interactuar con otros espacios y temáticas, como los derechos de la niñez y la adolescencia. En enero 2003 se constituye el Foro Nacional de la Niñez, orientado a desarrollar la promoción de la ciudadanía desde la infancia. Esta temática es asumida por los Foros Educativos Regionales, donde convergen iniciativas de otras ONGs Internacionales.

Otra experiencia importante tuvo lugar en la ADT Santa Elena, en la región costera de Ecuador, cerca de Guayaquil: los Centros de Apoyo Escolar (CAEs).

Todo empezó con la iniciativa comunitaria de apoyar el desarrollo educativo y recreación infantil, para lo cual se crearon las “casas de los niños”, donde se gestionó primero el desayuno escolar y después también el almuerzo. Además se llevan a cabo actividades de cuidado de la salud y desarrollo bio-psicológico.

Las mujeres líderes de la comunidad han sido quienes, además de lograr infraestructura , se hacen cargo de la administración de los CAEs, y garantizar el apoyo educativo a niños y niñas en sus tareas escolares.

Las proyecciones para el 2004: fortalecer los Foros Locales incorporando nuevos actores (jóvenes, indígenas...), definiendo y aplicando indicadores de calidad; consolidar los foros regionales y constituir el Foro Educativo Nacional como instancia cualificada de la sociedad civil para incidir a través de un Plan Nacional en aquellos espacios donde se formulan y aplican las políticas públicas educativas.

Nicaragua.

En Nicaragua la Campaña de Educación se inicia el 2002, cuando el gobierno lanza la campaña anticorrupción. Si bien ésta tuvo un efecto positivo, distrajo la atención de la sociedad de otros problemas fundamentales como la pobreza generalizada, la salud, el desempleo y la crisis económica.

En este contexto AeA Nicaragua se propone posicionar la educación al centro de las preocupaciones del país, y como un eje en torno al cual se pueda movilizar y articular la participación ciudadana

La educación pública, gratuita y de calidad , en efecto, es un derecho reconocido en la Constitución Política y en la Ley de Participación Educativa nicaragüenses, sin embargo el estado ha encontrado la forma de evadir sus responsabilidades mediante el Decreto de Autonomía Escolar, que veladamente transfiere los costos a los padres de familia bajo la figura de cuotas voluntarias.

AeA redefine entonces el objetivo para la Campaña en estos términos:

“Contribuir a que el Estado Nicaragüense asuma como propia su obligación constitucional de garantizar la educación primaria gratuita para niñas y niños, con calidad, a través de la constitución de espacios de deliberación y proposición de la sociedad civil”.

El proceso se inicia con actividades de sensibilización , orientadas a difundir entre la población datos sobre la realidad educativa de niñas y niños.

La búsqueda de aliados para la campaña logra concretizarse a través de las relaciones con el Instituto de Educación de la Universidad Centroamericana (IDEUCA), impulsor del Foro Educativo Nacional , a quien AeA plantea ser “socio estratégico” de la Campaña. Con IDEUCA se realizan conversaciones destinadas a elaborar de forma conjunta un plan de campaña de educación

El 4 de febrero 2003 se consolida la alianza estratégica AeA /IDEUCA , a través de la firma de un Convenio de Cooperación, según el cual ambas instituciones se comprometen a apoyar al Foro de Educación y Desarrollo Humano de la Iniciativa por Nicaragua (FEDH-IPN) como instancia de planificación, organización, ejecución y evaluación de la Campaña Nacional de Educación.

La Campaña de Educación en Nicaragua se desarrolla a dos niveles:

- **el nivel nacional**, a través del FEDH-IPN, como representante de la sociedad civil organizada en el tema educativo, espacio de articulación, construcción de propuestas y contraparte negociadora con las instancias del estado. Desde el Foro se trabaja , por ejemplo, una nueva Ley de Defensorías Escolares y se discute una propuesta de apropiación crítica de la Ley de Participación Educativa, en los ámbitos municipal, departamental y nacional

- el **nivel local**, donde AeA opera a través de las ADTs. En algunas se logran crear espacios de coordinación permanente entre estado y sociedad civil como la Mesa Educativa de Ocotal en la región de Nueva Segovia o el Consejo Escolar de Dipilo

El Foro se independiza del IDEUCA a inicios del 2004, dado que su ámbito de actuación llegó a trascender el trabajo de investigación del IDEUCA. El Foro presentaba además debilidades en su funcionamiento debido a una conducción de estilo personalizado e impositivo y una participación débil de los miembros que lo componen.

Para el 2004 la Campaña apuesta a fortalecer ambos espacios, nacional y local, buscando formas de interconectarse, haciendo uso de instrumentos de seguimiento y sistematización de las experiencias. De manera particular, el Foro, con el apoyo de AeA, trata de posicionarse como actor representativo y autónomo de la sociedad civil con capacidad de incidencia en las políticas educativas del estado, en todos sus niveles.

Honduras.

La Campaña Educativa en Honduras se inicia en mayo 2002, en un contexto de penosa recuperación de los efectos del huracán Mitch.

Hasta ese momento el aporte de AeA Honduras a la solución de los problemas educativos estaba orientado a la dotación de infraestructura, mobiliario y equipamiento para centros educativos, así como también la capacitación docente, la conformación de gobiernos escolares (estudiantiles), dotación de becas y realización de eventos.

El Equipo AeA Honduras, con el apoyo de la UCR, logra dar un viraje estratégico a esta práctica enrumbando la Campaña hacia otros horizontes:

“Contribuir al mejoramiento de la calidad de la educación básica rural e indígena, mediante la apropiación y empoderamiento comunitario, a través de instancias locales y regionales que ejerzan vigilancia y auditoría social de la educación”

AeA Honduras trabaja desde 1997 en 4 zonas rurales o ADs, donde lleva a cabo acciones de desarrollo integral (salud, educación, infraestructura...). Su opción cara a la Campaña Educativa será la de fortalecer a los actores locales, comunidades rurales e indígenas, para que ejerzan un rol de control y vigilancia de la temática educativa.

El proceso comienza con actividades de investigación y sensibilización, cuyos contenidos giran en torno a la realidad educativa de las 4 zonas y las Metas de Dakar, como horizonte utópico. El Folleto “Por una educación para Todos”, dirigido especialmente a docentes, líderes y autoridades, condensa en sus contenidos, formato y presentación la características de la Campaña de Educación, desde el marco del contexto internacional y del contexto educativo de Honduras. Otra vía de difusión han sido los programas y cuñas radiales, afiches, video y los festivales estudiantiles.

Estas acciones desencadenan otras iniciativas a nivel local, municipal y nacional.

En el **ámbito local**, se genera un proceso de construcción de los Foros Locales en las 4 ADs. El Consejo Educativo Local, como responsable del Foro Local, cuenta con la participación de maestros, padres de familia, gobiernos escolares /estudiantiles y ONGs aliadas, quienes se constituyen en protagonistas del cambio educativo.

El **ámbito municipal** se ha constituido en el espacio donde ha cobrado forma el diálogo permanente entre autoridades locales y actores educativos. Como resultado de esta interlocución se ha propiciado inclusive la toma de decisiones conjuntas sobre el presupuesto.

A **nivel nacional**, se establecen relaciones de coordinación entre AeA y el Ministerio de Educación, que permiten abrir un cauce de propuestas sobre el tema educativo desde la cooperación internacional hacia el Estado Hondureño. AeA sirve además de puente entre las organizaciones indígenas y el Estado para negociar el Programa de Educación Intercultural Bilingüe.

Para amplificar la capacidad de negociación como sociedad civil, AeA Honduras logra articular una red de 25 ONGs que promueve una Mesa de Trabajo con representantes del gobierno para el análisis de políticas públicas en educación y lograr un Gran Acuerdo Nacional por la Educación.

A través de estas acciones, AeA se va proyectando como referente e interlocutor de la sociedad civil frente al Estado en la problemática educativa.

Durante el 2003, los Foros Locales logran establecer Mesas de Trabajo entre actores comunitarios y autoridades educativas para analizar los acuerdos de Dakar. Los Gobiernos Escolares (estudiantiles), identificados como actores claves en la Campaña, son capacitados para intervenir activamente en el mejoramiento de la calidad de la educación escolar y comunitaria.

La Mesa de Trabajo de ONGs con el Ministerio de Educación continúa con nuevas propuestas de modelos y proyectos pedagógicos.

Para el 2004 la Campaña Educativa en Honduras afronta el reto de articular los diferentes niveles de concertación, y estructurar a la sociedad civil como sujeto colectivo y diverso, con capacidad de propuesta e incidencia.

El Salvador.

Durante 2001 AeA el Salvador desarrolla numerosas actividades de apoyo a la EPT, tales como capacitación docente, establecimiento de huertos en las escuelas, becas escolares, educación no formal, construcción y equipamiento de escuelas, mobiliaria, círculos de alfabetización....

A partir de marzo 2002 se inicia propiamente la Campaña de Educación con este objetivo:

“Contribuir a la aplicación de la Reforma Educativa salvadoreña, en términos de participación ciudadana, para la elaboración de los Proyectos Educativos Institucionales (PEIs)”

¿Por qué esta opción? El análisis del Equipo de AeA El Salvador toma en cuenta que su país recién está saliendo de una larga guerra interna y que existe una sensación de temor en la gente a toda forma de organización colectiva. Se requiere entonces una forma de participación y vigilancia social en torno a algo que la gente entienda, y que goce de legitimidad y legalidad:

“En base a tales criterios se seleccionó el Proyecto Educativo institucional porque reúne importantes características: tiene alcance nacional, pero es particular en cada escuela; es legal y por tanto puede reivindicarse sin provocar conflictos con la autoridad; permite hacer ejercicio de democracia participativa; permite revelar el estado real de la educación desde el nivel comunitario hasta el nivel nacional”

La nueva legislación educativa salvadoreña habla de promover la participación de la comunidad, mediante asociaciones comunitarias compuestas por padres y madres de familia, para vigilar las estrategias nacionales de educación, y establece el PEI como vía concreta para hacerlo. Sin embargo, aunque muchas escuelas habían formulado el PEI, en la mayoría de los casos sólo fue un trámite burocrático, sin participación comunitaria alguna.

El PEI se convierte, así, en el eje de la Campaña de Educación en El Salvador.

El Equipo de AeA comienza por “sensibilizar” a la población y al propio gobierno acerca de lo que son los PEIs y su potencialidad movilizadora, a través de reuniones de capacitación realizadas por las ADs en numerosas comunidades con la participación de asesores pedagógicos, directores de escuela, maestros, líderes comunitarios, ONGs, policías... En dichas reuniones se explica qué es el PEI y cuál es su alcance, así como las fases de la elaboración de estos proyectos..

Como resultado se logra identificar 18 administraciones escolares dispuestas a echar a andar la elaboración de los proyectos con participación comunitaria.

Se firman entonces convenios con el Ministerio de Educación a fin de que sólo sean reconocidos como válidos aquellos PEIs elaborados con participación comunitaria, certificada por el personal de AeA.. Igualmente convenios con la Dirección del Centro de Desarrollo profesional Docente para apoyo técnico en la elaboración de los PEIs.

Después se realizan los talleres de capacitación sobre la elaboración de los PEIs con las administraciones escolares seleccionadas. En los talleres participan de manera amplia, además de docentes, estudiantes y padres/madres de familia, todos los agentes comunitarios, según el lugar: alcaldía, unidades de salud, policía, ONGs, Iglesias, grupos de artesanos,... Este proceso aparece ilustrado en un video documental producido por el

Equipo de AeA El Salvador, que lleva como título “La participación comunitaria en educación”.

A nivel nacional , AeA forma parte, junto a otras 6 ONGs, del Comité Nacional de Campaña de Educación para Todos y Todas, creado en 1999. Durante 2002 este comité ha venido trabajando en la elaboración del Plan de Acción Nacional. Este documento ha sido debatido en el Comité Ampliado de la Campaña de Educación con las instituciones gubernamentales, de donde ha salido una propuesta conjunta para su aprobación por el Ministerio de Educación (MINED). El Plan se lo ha promocionado entre los candidatos a las elecciones de marzo 2003, para que lo conviertan en leyes del parlamento, y en la Semana Mundial de Acción (abril 2003).

El éxito de las gestiones del Comité Ampliado hace que éste se transforme , a partir del 2003, en el Foro Educativo Nacional, instancia consultiva y cualificada de la Sociedad Civil para interlocutar con el gobierno en materia de políticas públicas, vigilar (“observatorio nacional”) y monitorear la ejecución del Plan de Acción (2003-2015).

Durante todo el el 2003 se ha continuado con el trabajo de elaboración participativa de los PEIs , coordinando también con el MINED y el Centro de Desarrollo Profesional Docente, logrando 36 nuevos proyectos elaborados.

Se han relanzado las actividades de información y sensibilización con carteles, pancartas y programas radiofónicos. Del mismo modo, con el apoyo del personal de las 7 ADs se han instalado Mesas Municipales y realizado un Foro Departamental, además de tratar temas de legislación educativa y administración escolar con los padres de familia en el marco del Programa de Escuela de Padres y Madres.

Como desafíos importantes de la Campaña de Educación para el 2004 se plantea , a nivel nacional, desarrollar el liderazgo del Foro Educativo Nacional, en sus componentes de propuesta, vigilancia y monitoreo en relación al Plan de Acción 2003-2015, y a nivel local y municipal involucrar a nuevos actores en la dinámica de los PEIs. Como tema pendiente buscar las articulaciones que permitan que estos dos niveles interactúen y se enriquezcan mutuamente.

México.

El Primer Foro de Análisis de la declaración mundial “Educación para Todos”, llevado a cabo en 1999 en Zautla, Puebla, significó un evento crucial en el Marco de la Campaña ELIMU en México, por cuanto se dió a conocer de una manera amplia los contenidos de las metas de Jomtién , ignorados por la mayoría de las ONGs. Eventos posteriores organizados por la Coordinación Regional de la Campaña en Perú y Nicaragua orientaron ese accionar hacia la incidencia en políticas públicas , que cada país debería concretizar de acuerdo a las necesidades de su propio contexto. AeA México hace una opción clara por la problemática educativa indígena.

Y hay buenas razones para ello.

Según el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE), mientras 47% de los niños de primaria en centros privados lee muy bien, sólo 2% de los estudiantes de escuelas indígenas alcanza esa capacidad de lectura. En matemáticas, la brecha es similar: 15% de los estudiantes de escuelas privadas de primaria tienen el mayor nivel de competencia contra 0,4 % de los alumnos de las escuelas indígenas⁹.

La situación refleja las profundas desigualdades sociales en México, que se proyectan después en el ámbito educativo.

Asumiendo la problemática indígena, segunda prioridad en la política pública del Estado Mexicano, la Campaña Educativa en México se propone como objetivo central:

“Fortalecer las organizaciones de la sociedad civil para potenciar espacios de negociación con gobiernos locales y nacionales, que tiendan a generar modelos educativos que respondan a las necesidades y expectativas de las zonas indígenas”

Durante 2002, el principal esfuerzo de AeA, en el marco de la Campaña, ha sido el de apoyar la consolidación del Consorcio para la Educación Indígena Intercultural, como herramienta para incidir en las políticas nacionales. Este Consorcio nace en 2001, y está integrado actualmente por AeA, CEAAL, CREFAL, DVV y la Dirección de Educación Bilingüe Intercultural del Ministerio¹⁰.

Fue iniciativa de AeA México el acercarse a la Dirección de Educación Intercultural Bilingüe y lograr que su directora, Silvia Schmelkes, aceptara coordinar acciones con la sociedad civil en el rediseño de la currícula de educación indígena..

Sus acciones comienzan apoyando y acompañando procesos de sistematización de experiencias educativas en comunidades indígenas, orientados a construir un diseño curricular intercultural adecuado a sus necesidades. Otras iniciativas son:

- Seminario Internacional de Educación Intercultural en Poblaciones Migrantes (7-8 Mayo 2002).
- Encuentro Latinoamericano de juventudes indígenas (nov. 2002).
- Participación en la investigación sobre el Estado de Arte de la Educación Indígena en México y Centroamérica. (2002-2003).
- II Encuentro México- Centroamérica de Jóvenes Indígenas (Mayo 2003).

Todas estas actividades han estado encaminadas a la incidencia en políticas públicas, desde la problemática social y educativa de los pueblos indígenas.

⁹ Claudia Herrera B. en La Jornada, México DF, sábado 22 nov. 2003. Recogido por ComunidadE-ducativa, mayo 2004.

¹⁰ Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL), Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en AL y El Caribe (CREFAL), Asociación Alemana de Educación de Adultos (DVV/México).

Sin duda la problemática educativa no se agota en el abordaje de la educación indígena. Frente a la progresiva privatización de la educación pública en México, AeA asume la responsabilidad de promover la defensa del derecho de una educación pública, gratuita, de calidad y con equidad., viéndolo como un componente necesario de la Campaña.

En esta dirección se establecen alianzas con CEAAL para crear el Foro Educativo Nacional de la Sociedad Civil y de esta forma potenciar los espacios de interlocución y negociación con el gobierno. Las organizaciones miembros del Consorcio también adhieren a esa iniciativa, y a partir de julio 2003 se llevan a cabo contactos y reuniones con otras organizaciones donde se analiza la importancia y viabilidad de estructurar una instancia nacional para la incidencia en políticas públicas. En diciembre 2003 se constituye oficialmente el Foro con participación de 50 ONGs, bajo la denominación de “Espacio de Incidencia Civil en la educación”.

Otra articulación importante es con la Red de los Derechos de los Niños y Niñas., apoyando la creación de comisiones de defensa de los derechos de los niños/as (Defensorías).

La Campaña de Educación en México seguirá trabajando estos tres espacios de incidencia, Consorcio, Foro Educativo y Red de Derechos, buscando articulaciones y alianzas para garantizar en la sociedad mexicana una educación pública, de calidad y con equidad.

España.

AeA España como tal no desarrolla una campaña nacional con las mismas características de las campañas en América antes descritas, sin embargo se integra a este proceso desde un ángulo propio, como son las acciones de exigibilidad en la “Iniciativa de Financiamiento Acelerado” (IFA) o “Fast Track Initiative” (FTI en sus siglas inglesas).

El Marco de Acción de Dakar (2000) ya había planteado lo que se denominó la *Global initiative o iniciativa global*, cuya propuesta resumida es que en 2002 los países en desarrollo podían presentar planes nacionales de educación y que ninguno de ellos quedaría sin ejecutar e implementar por falta de fondos si estaban elaborados con calidad y con participación de la sociedad civil. Esta es una iniciativa de doble vía: por un lado los países que elaboran sus planes nacionales y por el otro la financiación por parte de los donantes.

La Conferencia Internacional de Monterrey (marzo 2002) y la Reunión de Primavera del Banco Mundial (abril 2002) se encargarán después de operativizar dicha iniciativa bajo el denominativo de “Fast Track Initiative”, conformando un Consorcio de Donantes, la mayoría países europeos.

Al ocupar AeA España una posición privilegiada de intermediación entre Europa, como miembro de ActionAid Alliance, y América Latina, por su trabajo en 3 de los 18 países

seleccionados¹¹ para acceder a la IFA, este hecho es considerado por el DCE como una excelente oportunidad de incidencia en el marco de la Campaña Regional de Educación.

Las acciones para la incidencia en el ámbito de la IFA fueron las siguientes:

1. Seminario de Alto Nivel en Bruselas (29 mayo 2002), organizado por las agencias internacionales más activas de la CME. En el seminario participaron ministros de educación y ONGs tanto de los solicitantes como de los países donantes en la IFA. AeA España facilitó las relaciones para que estuvieran presentes autoridades españolas y bolivianas . En este seminario se debatió un documento de la CME donde se ponía de manifiesto el escaso cumplimiento por los gobiernos donantes de su parte en la Iniciativa y la solicitud de mayor compromiso.. En el debate estuvieron presentes algunos de los miembros del Consejo de Ministros de Desarrollo de la UE que sesionó el día siguiente sobre el tema de la educación en los países del SUR.
2. Participación en la investigación y elaboración del Informe del PWG¹² acerca del proceso IFA en 5 países, entre ellos Bolivia. Patrick Watt de ActionAid Reino Unido fue quien liderizó este proceso y coordinó la propuesta de investigación con la oficina de AeA Bolivia. El Informe fue presentado a la reunión del BM-FMI de abril 2003.
3. Alianza de AeA España con Entreculturas e Intermón para presionar , en el marco de la CME, al gobierno español para que se integre al Consorcio de Donantes y apoye decididamente la educación básica en los países del SUR. El grupo de ONGs elaboró además informes y documentación relevante para las reuniones del Consorcio de Donantes (nov.2002, abril 2003, nov. 2003).
4. En el 2003, por invitación de la OPE/SECIPI¹³, las 3 ONG españolas que trabajan conjuntamente en la CME se integran al proceso de discusión con otros actores de la Cooperación española de lo que será el nuevo documento de Estrategia de la Cooperación Española en materia de educación. Este documento será posteriormente analizado y aprobado en el Grupo de Trabajo convocado por el gobierno español, en el que participó AeA. El documento da un apoyo, aunque marginal, a la IFA.
5. En junio 2003, organizado por AECI¹⁴ y OPE, se realiza el Seminario sobre Cooperación en materia educativa, que convoca a ministerios implicados,

¹¹ Los países de bajos ingresos seleccionados en primera instancia fueron 11 del Africa Sub-sahariana, 4 de América y Vietnam, Yemen y Albania. Los países americanos: Bolivia, Guyana, Honduras y Nicaragua.

¹² Policy Working Group. Grupo integrado por miembros de todas las agencias de AAA. Hasta 2003, el representante de AeA en este grupo fue un miembro del DSP de la oficina de Madrid. Este grupo tenía por función coordinar todas las acciones de incidencia y campañas que se llevaban a cabo en AAA. Desde enero de 2003, la UCR entra a formar parte de este grupo.

¹³ Oficina de Planificación y Evaluación (OPE) de la Secretaría de Estado para la Cooperación y para Iberoamérica (SECIPI).

¹⁴ Agencia Española para la Cooperación Internacional.

universidades, Comunidades Autónomas y ONGs que trabajan en educación , para elaborar insumos al documento final de la estrategia. AeA facilita la participación de Patrick Watt como ponente explicando el proceso de la IFA.

AeA España piensa a futuro profundizar esta campaña de exigibilidad en torno a la IFA integrando más actores de la sociedad española y ONGs latinoamericanas., compartiendo aprendizajes de lo que puede ser las relaciones Norte – Sur en el marco de las nuevas tendencias de la Cooperación Internacional; y haciendo que los objetivos de la EPT formen parte de la agenda del Gobierno Español.

LA CAMPAÑA CONTINENTAL.

Desde un comienzo AeA pensó que la campaña educativa en América Latina se iba a desarrollar en dos escenarios, el de los países y el de la región. En el Plan Trienal (2002-2004) del DCE , las acciones de incidencia en políticas públicas tienen como base las campañas nacionales, pero su perspectiva es lograr incidencia a nivel de la región latinoamericana (América Latina y El Caribe)¹⁵.

Algunos apuntes sobre el contexto latinoamericano.

El tránsito de siglo y de milenio nos muestra un continente con grandes problemas y pocos avances en su desarrollo económico, social, político y educativo.

En lo **económico y social**, las políticas de ajuste estructural diseñadas y aplicadas por el capitalismo neoliberal han generado situaciones de pobreza e inequidad nunca antes vistas en A.L. por la cantidad de personas afectadas y el nivel de exclusión alcanzado.

El Informe¹⁶ presentado el 30 de noviembre 2004 por José Luis Machinea, Secretario Ejecutivo de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL), registra para el 2004 apenas una disminución del 1% respecto al 2003 en los niveles de pobreza en América Latina. Esto supone 224 millones de personas (43,2%) bajo la línea de pobreza, y 98 millones (18,9%) como indigentes. Lo cual evidencia, según el mismo informe, que en la mayoría de los países latinoamericanos no ha habido reducción significativa de la pobreza e indigencia, y en algunos países incluso se ha agudizado todavía más. Por otra parte, el informe confirma que América Latina cuenta con la distribución de ingresos más inequitativa a nivel mundial.

¹⁵ El Plan define como metas para el 2004: “Articulación y coherencia de las propuestas y acciones nacionales y regionales de AeA en incidencia y educación para el desarrollo con resultados globales de la coordinación con Action Aid Alliance, coordinadoras de ONGs, CEAAL e instituciones públicas y de la sociedad civil de ámbito local y nacional en América, Europa y España”, DCE Plan 2002-2004. Esto corresponde al objetivo estratégico de “participar activamente en el fortalecimiento de la sociedad civil en el SUR, y en la movilización de la sociedad civil en el NORTE”.

¹⁶ Panorama Social de América Latina 2004, en www.cepal.cl/publicaciones/desarrollo social

En lo **político**, como consecuencia de los altos costos sociales de las políticas económicas promovidas por los organismos financieros multilaterales, aplicadas sin excepción en todos los países de A.L., se da un creciente descontento popular que llega a desembocar, en muchos casos, en verdaderas sublevaciones. A los largos y cruentos períodos dictatoriales, le han sucedido democracias formales, controladas o de “baja intensidad” dominadas por élites conservadoras que no dejan espacio a la participación o la reducen a meros procesos de descentralización administrativa. No obstante, en los últimos años se ha dado un giro importante hacia democracias más participativas en varios países de la región, y los propios marcos de las democracias formales sufren cambios provocados por los movimientos sociales.

En lo **educativo**, se generalizan procesos de Reforma Educativa bajo los lineamientos del Banco Mundial, organización que se arroga el derecho de aplicar las políticas educativas a nivel mundial. Las Metas de EPT trazadas en Jomtien (1990) y retomadas en Dakar (2000), obligarían a los países a invertir mucho más en educación, abrir más escuelas, pagar mejor a los maestros, sin embargo ello supondría afectar el pago de la deuda externa y los intereses de las empresas transnacionales que explotan los recursos humanos y naturales de los países. Estos intereses están protegidos por el Banco Mundial.

Graciela Messina enfatiza algunos elementos¹⁷ que estas reformas han tenido en nuestros países:

- La reforma es planteada como verdad indiscutible, sin posibilidad de crítica.
- La educación se legitima como empresa sujeta a las reglas del mercado.
- Tendencia fuerte hacia la privatización y la escolarización., disolviendo los lazos que unen necesariamente la escuela a la comunidad.
- Agudización de las desigualdades y marginación de los pobres de una educación de calidad.
- Pérdida creciente de las conquistas laborales y pauperización de los educadores.
- Por tanto , y con frecuencia, se violan derechos constitucionales que estipulan la obligación del estado de facilitar acceso a todos los ciudadanos a una educación pública de calidad.

Esta situación lleva a algunos analistas a considerar la educación como un derecho humano en permanente riesgo de ser violado.

La Campaña Continental de Educación

La Campaña Continental de Educación surge por un acuerdo entre varias organizaciones que operan en América latina. Los primeros contactos se dieron en el marco de la Reunión de ELIMU en Rio De Janeiro (2000) entre AeA, AA Brasil y CEAAL.

¹⁷ G. Messina: “Análisis de las tendencias de las reformas educativas en América Latina: avances y limitaciones”, en Memoria del Encuentro Latinoamericano : Fortaleciendo nuestra articulación regional como Sociedad Civil para la incidencia en Políticas Públicas”, AeA/CEAAL/ ActionAid, México 2002, pp. 22-23.

En el 2001 AeA elabora una “Propuesta para la coordinación interinstitucional” entre AeA, CEAAL y PIDHDD ¹⁸. Las reuniones de acercamiento se llevaron a cabo en Madrid (2/04/2002), en Río de Janeiro (20/04/2002) y en La Paz (29/05/2002), concluyendo en un Plan de Acción 2002 y un convenio de colaboración. Más adelante se incorporaron ActionAid Brasil (julio 2002) e Ibis Dinamarca (dic. 2003) como nuevos miembros en dicha coordinación. El equipo conformado por las instituciones tomó el nombre de Equipo Técnico Interinstitucional (ETI).

La Campaña en el 2002.

El Plan de Acción tiene como **objetivo:**

“Apoyar y estimular procesos nacionales y regionales de construcción ciudadana para el control y vigilancia social, destinados a que los Estados cumplan sus compromisos respecto de los derechos de la EPT, en general, y de los derechos a una educación gratuita y de calidad, en particular, para los sectores más excluidos, con énfasis en la población rural e indígena; la niñez y las mujeres”.

El plan y el convenio son presentados y discutidos en **reuniones interinstitucionales** en los países con participación de las contrapartes nacionales de AeA, PIDHDD y CEAAL. El objetivo es articular equipos inter-institucionales que operativicen las actividades de ámbito nacional en el marco de la Campaña Regional..

Se participa como coordinación regional en el **I Encuentro Latinoamericano y del Caribe** sobre Educación para Todos (Santiago de Chile, abril 2002), organizado por Unesco/Oreale.

En el segundo semestre del 2002 se realizan **4 cursos y talleres nacionales** sobre “Política Educativa y Vigilancia Ciudadana”, utilizando como material de apoyo el “Manual sobre control, vigilancia y exigibilidad ciudadanas del derecho a la educación”.

Realización en México (30 de sept. Al 2 de octubre 2002) del **Primer Encuentro Latinoamericano: Fortaleciendo nuestra articulación regional como Sociedad Civil para la incidencia en las Políticas Educativas.**

¹⁸ El Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL) es una red de 200 ONGs, constituida en 1982, con presencia en 21 países de América Latina y El Caribe. Desde la corriente de la educación popular trabaja a favor de la transformación social, la conquista de la paz y los derechos humanos, fortaleciendo las capacidades y la formación integral de los educadores y educadoras.

La Plataforma Interamericana de derechos humanos, democracia y desarrollo (PIDHDD) es una asociación plural, convergente y autónoma de organizaciones diversas de la sociedad civil de AL y El Caribe, agrupadas en Capítulos Nacionales. Promueve la información, intercambio, formación y elaboración de propuestas de exigibilidad y vigilancia de los derechos humanos, además de los derechos económicos, sociales y culturales (DESC), en ámbitos nacionales e internacionales. La visión de PIDHDD es conformar una Red Ciudadana Latinoamericana capaz de articular acuerdos estratégicos entre las diversas organizaciones de la sociedad civil, y así generar espacios de poder para la ciudadanía.

El encuentro tiene un significado particular ya que por primera vez la Coordinación Regional evalúa su trabajo, precisa objetivos y elabora estrategias con participación de los actores.

Desde la diversidad de contextos, enfoques, temáticas y formas de actuar se pudo identificar importantes elementos de convergencia en torno a lograr mayores impactos por una educación pública y de calidad que sea reconocida como un derecho y un instrumento de desarrollo. Esto pasa por acciones de incidencia en las políticas oficiales de los países y de los organismos internacionales.

Para lograr incidencia se hace necesario seguir fortaleciendo los procesos organizativos nacionales (Foros, redes, ...); armar alianzas con fuerza y capacidad de influir en los organismos de decisión (Banco Mundial, Ministerios,...); desarrollar un sistema de información y comunicación; movilizar recursos; investigar y debatir sobre ejes temáticos importantes: la educación como derecho humano; la calidad de la educación; la calidad de la participación de la sociedad.

La Campaña en el 2003.

El encuentro de México, además de un saldo de acercamiento y mayor compromiso entre los participantes, dio las pautas para un nuevo proyecto de colaboración entre las cuatro organizaciones.

El plan para el 2003 aprobado en la reunión de coordinación interinstitucional en Porto Alegre (20 enero 2003) recoge las propuestas de México y formula como objetivo de la Campaña: “incidir en las políticas públicas en el marco del debate sobre la construcción de alternativas y procesos de desarrollo incluyente, equitativo y sostenible”.

El nuevo Plan de Acción representa avances importantes respecto al anterior: un enfoque más integral de la educación (ligada a los procesos de desarrollo); un opción clara por fortalecer los foros nacionales como espacios de articulación de las organizaciones de la sociedad civil (en sintonía con la propuesta de la Unesco); la incidencia efectiva en espacios internacionales (más allá de la mera “articulación”); una mayor atención a las estrategias de comunicación y generación de recursos; la sensibilización, la investigación y la formación como actividades clave del proceso, en torno a tres ejes temáticos: la educación como derecho humano; la calidad de la educación; la calidad de la participación de la sociedad.

Acontecimientos que se sucedieron en Porto Alegre la última semana de enero 2003: la Consulta Colectiva de las ONGs sobre la EPT (CCONGS/EPT), organizada por UNESCO; el Foro Mundial de Educación (FME), el Foro Social Mundial (FSM), y el Encuentro de los socios de Action Aid, fueron ocasión propicia para “estar presentes con incidencia” en **escenarios internacionales** y fortalecer el espacio regional de coordinación de la campaña.

El **sistema de información y comunicación** se puso a prueba con la salida de los Boletines de Coordinación Interinstitucional, la realización de la primera tele-conferencia

entre los miembros de ETI (feb., 2003) , la elaboración de la Memoria 2002 de la Campaña de Educación en América.(Abril 2003) y la cartilla “Derecho a Educación. Un derecho de todos y todas “ (nov. 2003). Durante todo el 2003, el componente información-comunicación jugará un rol relevante al incorporar a los productos tradicionales (memorias, videos, cartillas, postales) los formatos basados en las nuevas tecnologías (TICs): página Web, boletín electrónico, tele-conferencias.

Se continuó con los **Cursos Nacionales** sobre “Control y vigilancia ciudadana del derecho a la educación” en El Salvador, para los países centroamericanos (El Salvador, Honduras y Nicaragua) (febrero, 2003), y entre agosto y octubre en Ecuador, Bolivia y Haití. El 24 de septiembre se lleva a cabo en La Paz el **Seminario Internacional** sobre el Derecho a la Educación, cuyas exposiciones y conclusiones han sido editadas en un video como recurso para alimentar los procesos de sensibilización y capacitación en torno a la Campaña Regional de educación.

En febrero se difunde el **proyecto de investigación** sobre “Concepciones y políticas públicas y no gubernamentales sobre calidad de la educación en siete países de la región. Perspectivas para la Campaña EPT en América Latina”, con el objetivo de:

“Fortalecer y/o generar corrientes de investigación en las actividades de la Campaña, como mecanismo de: producción de conocimiento, construcción de concepciones, enfoques y posiciones concertadas, instrumento de debate y de interlocución, referidas a diferentes aspectos de la problemática educativa de los países involucrados”

La investigación, originalmente pensada como investigación documental, toma un rumbo diferente al lanzarse en el mes de junio la convocatoria de “Sistematización de experiencias educativas de calidad en América Latina y El Caribe”, en un intento de recuperar la propia práctica y obtener de ella indicadores para valorar la calidad de los procesos educativos.

Los resultados de la investigación y la sistematización son presentados y analizados en el II Encuentro Latinoamericano

El II Encuentro Latinoamericano de la Sociedad Civil para la incidencia en Políticas Educativas, se lleva a cabo del 11 al 13 de diciembre en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, con el lema “Reflexionando sobre la calidad educativa”.

El II Encuentro representa un avance notable de la Campaña Continental en los siguientes aspectos:

- La Coordinación de la Campaña Continental cuenta con un miembro más: Ibis Dinamarca, quien se integra al ETI después de consultas en los países y al interior del mismo equipo. Ibis aportará desde su trabajo con pueblos indígenas y en educación intercultural.
- La Campaña se masifica y adquiere un perfil más continental. En efecto, en el II Encuentro se dieron cita delegaciones de 17 países de América Latina y El Caribe,

además de la delegación de AeA España y una representante de la Campaña Mundial de Educación. Se hicieron también presentes ONGs Internacionales, como IBIs Dinamarca y la Asociación Alemana de Educación de Adultos (AAEA/Bolivia). Como organizaciones de segundo nivel, participaron cuatro redes latinoamericanas: La Federación Internacional de Fe y Alegría, con base en Caracas (Venezuela) ; la Red Latinoamericana de Información y Documentación en Educación – REDUC, con sede en Santiago de Chile; la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica ALER/CIESPAL, radicada en Quito (Ecuador) y la Red de Educación Popular entre mujeres- REPEM; con base en Uruguay.

- El encuentro reflexiona a profundidad sobre temáticas esenciales a la campaña. En Santa Cruz se reflexionó en torno a la “calidad de la educación”, a partir de un trabajo investigativo y de sistematización de seis experiencias realizada durante varios meses. Después de discusiones en grupos y plenaria sobre los sentidos que rodean la “calidad” de la educación, los participantes pasaron a trabajar los “indicadores de calidad”. Al constatar que se trata de una tarea técnica compleja, el trabajo se focalizó en definir condiciones y criterios para la elaboración de indicadores desde el enfoque de derechos.
- Los resultados de esta reflexión fueron socializados con actores locales del Foro Cruceño de Educación en un foro-debate y una mesa redonda , y de una manera más amplia con la sociedad boliviana y latinoamericana en la **Declaración** final del evento: “Por una educación de calidad para todos y todas”.

Una presencia tan significativa de países y redes no podía desaprovechar la ocasión para hacer un balance de lo avanzado hasta ahora por la Campaña de Educación en América, sin ocultar las dificultades inherentes a todo proceso.

El Grupo de Países Andinos han logrado consolidar espacios nacionales de incidencia de la sociedad civil, como ser Foros Nacionales de Educación, Redes, Pactos Sociales, Campañas por el Derecho a la Educación. A Futuro los desafíos son: incorporar nuevos actores a estos espacios, mayor relacionamiento y articulación a la Campaña Continental, desarrollar el espacio de intercambio, reflexión y propuesta en la sub-región andina.

El Grupo Sur de países, exceptuando Brasil, no tiene constituidos foros, redes o campañas nacionales ligadas al proceso de la Campaña Continental por el derecho a la educación, aunque algunos son sedes de importantes redes latinoamericanas (REDUC, FLAPE, REPEM)¹⁹. Los desafíos son: fortalecer los procesos nacionales y articular un espacio de discusión sub-regional.

El Grupo de países de Centro América, México y El Caribe ha logrado crear espacios nacionales de incidencia. Sin embargo, con la excepción de Guatemala, Dominicana y Nicaragua, estos espacios recién se han constituido durante 2003. Sus desafíos: fortalecer

¹⁹ Red Latinoamericana de Información y Documentación (REDUC) y Foro Latinoamericano de Políticas Educativas (FLAPE), con base en Chile; Red de Educación Popular y Mujeres (REPEM), con base en Uruguay.

los espacios nacionales a través de planes de acción nacional; incorporar a los maestros; desarrollar el sistema de información y comunicación; coordinar con UNESCO y organizaciones internacionales.

Finalmente, para el 2004 se deben tomar en cuenta las siguientes tareas:

- Completar la constitución de espacios nacionales de incidencia educativa en los países donde todavía no estén constituidos (Argentina, BÉlice, Costa Rica, Chile, Panamá, Paraguay) y fortalecer los actualmente existentes , incorporando nuevos actores (movimientos sociales, magisterio,...) y elaborando planes nacionales.
- Mejorar el sistema regional de información y comunicación, con los aportes de FLAPE , REDUC.y ALER/CIESPAL.
- Profundizar el debate conceptual sobre el derecho a una educación de calidad, con nuevas investigaciones y sistematizaciones.
- Hacer más efectivo el trabajo del ETI, con el aporte de IBIS Dinamarca como quinto miembro de la coordinación interinstitucional de la Campaña.
- Desarrollar mayor capacidad de incidencia , articulándose a otros espacios de la sociedad civil (redes regionales, FSM,...), y en aquellos espacios donde se toman decisiones sobre políticas educativas (Unesco, OEA, BM/BID, UNICEF, Cumbres, Ministerios...).

3. Las experiencias sistematizadas.

La Campaña Educativa de Ayuda en Acción se desarrolló, como hemos visto, en dos escenarios: nacional y continental. Sin embargo para efectos de la sistematización no se han tomado en cuenta todas las acciones desarrolladas en esos ámbitos sino solamente aquellas acciones o experiencias que podían tener un mayor potencial ²⁰ en relación al objetivo que se planteó para la sistematización:

“Recuperar críticamente las metodologías desplegadas por AeA en el marco de la campaña educativa, evidenciando el grado de apropiación y participación de los actores, y su nivel de incidencia en políticas públicas” .

²⁰ Los **criterios** para seleccionar estas experiencias en lugar de otras iniciativas habidas en la campaña de educación, fueron el grado de desarrollo o madurez de las experiencias y su riqueza metodológica, es decir, su capacidad de movilizar a los actores en torno a la problemática educativa en la perspectiva de incidencia en políticas públicas. No fue un criterio definitivo el “éxito” de las experiencias, entendido como el logro de resultados visibles en la acción educativa. Más que experiencias exitosas en sus resultados, fueron escogidas experiencias ricas en sus procesos, sin desdeñar por supuesto los logros habidos.

Identificar, por tanto, qué experiencias de Campaña deberían ser sistematizadas fue un primer ejercicio realizado por los Equipos Sistematizadores, que de acuerdo al método adoptado lleva el nombre de “delimitación de la experiencia”²¹

Las experiencias seleccionadas fueron éstas:

En el ámbito nacional:

PAIS	EXPERIENCIA
BOLIVIA	El Foro Educativo Boliviano como espacio de incidencia de la Sociedad Civil en Políticas Públicas (2001-2003).
PERU	Aplicación de la estrategia de la “tenaza” en la institucionalización de la educación temprana de niños y niñas de 0 a 3 años en el Perú (2000-2003).
ECUADOR	Participación comunitaria en la dinámica educativa local. El caso de los Centros de Apoyo Escolar (CAEs), ADT Santa Elena.
NICARAGUA	El papel de la Mesa Educativa de Nueva Segovia en la sensibilización por el acceso a una educación gratuita y de calidad (2002-2003).
HONDURAS	Los Gobiernos Escolares como espacios dinamizadores de la participación estudiantil en el desarrollo comunitario en Honduras (2003).
EL SALVADOR	Los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) como espacios/herramienta de participación comunitaria en la gestión educativa local (2002-2003).
MEXICO	El Consorcio de Educación Intercultural como estrategia de articulación para la incidencia en Políticas Públicas (2000-2003)
ESPAÑA	La articulación europea de Ayuda en Acción para la exigibilidad en la “Iniciativa por Vía Rápida o Fast Track Initiative” en el período mayo de 2002 a diciembre de 2003.

En el ámbito continental:

“La coordinación regional de la Campaña desde Ayuda en Acción como espacio de seguimiento e incidencia regional por la EPT, de julio 2002 a diciembre 2003”.

3.1. Características globales de las experiencias sistematizadas.

Las experiencias presentan estos rasgos generales:

Dimensión Temporal

²¹ “La sistematización como estrategia de aprendizaje en el Sistema ACERCA. Potencialidades y limitaciones desde la práctica sistematizadora”, marzo 2005.

Las experiencias sistematizadas suceden sobre todo en el período 2002-2003 de la Campaña de Educación.

Las **razones** para hacer de este período el “objeto empírico” de la sistematización radican en que sólo a partir del 2002 se dan acciones nacionales de Campaña planificadas sistemática y rigurosamente por AeA. Hasta ese momento las actividades son desiguales, dispersas, carentes de un norte y estrategias claras.

Del mismo modo, en el ámbito regional, recién durante el primer trimestre del 2002 se logra aprobar el Plan de Trabajo y el Convenio entre las instituciones socias (AeA, CEAAL, PIDHDD)

Complejidad

La Campaña Regional de Educación es un **proceso complejo** dada la multiplicidad: de contextos y niveles geográficos en que se desarrolla, de actores y sujetos que intervienen, de espacios de interlocución y articulación que se crean, de áreas temáticas tratadas, de relaciones generadas hacia fuera con otras instituciones, redes y organismos internacionales.

Diversidad

Toda esa complejidad tiene como efecto **experiencias de Campaña diversas** en cuanto a:

- **Los enfoques de incidencia política.** Unas más atentas a la formulación y negociación y monitoreo de las políticas y otras más orientadas a la vigilancia y la exigibilidad. Esto influye y le da un significado distinto a la relación entre la sociedad civil y el estado: más de denuncia y exigencia (“observatorio”) en unos casos, más negociadora y colaborativa en otros.
- **Las metodologías implementadas.** Si entendemos por “metodologías” las formas que asumen las experiencias para incidir en políticas públicas, podemos observar una gran variedad de métodos de organización para la incidencia: foros, campañas, observatorios, mesas de trabajo, consorcios...
- **Desarrollos diferenciados,** con ritmos diferentes en cada experiencia, dependiendo del grado de apropiación y compromiso de los actores:
- **Rol de AeA en las experiencias de Campaña.** A veces impulsora y facilitadora, a veces como “socia estratégica”, a veces co-gestora y corresponsable de las acciones y financiadora en la mayoría de las experiencias.

Convergencia

Por sobre la complejidad y diversidad de las experiencias , ha sido mérito de la Campaña de Educación la capacidad de articularlas en una propuesta conjunta y horizontes compartidos.

Vemos estos puntos de convergencia de las experiencias de campaña:

- **En los objetivos finales.** Todas las experiencias sin excepción asumen las metas de Dakar . Una educación para todos (EPT), añaden los documentos, que debe ser “pública, de calidad, gratuita, inclusiva, pertinente”
- **En la estrategia global (enfoque de campaña).** Por sobre la diversidad de métodos y formas de operativización de la Campaña, existen coincidencias “estratégicas”: sólo empoderando a la sociedad civil y activando la participación ciudadana se logrará incidir en las políticas públicas (interlocución con el estado y los decisores de políticas), y a partir de ahí se va a poder impactar de forma visible en el mejoramiento de la educación.
- **En los objetivos estratégicos de la campaña:** investigación; sensibilización, capacitación y educación, organización y fortalecimiento interno; negociación. Aunque los énfasis pueden ser mayores o menores según el tipo de experiencia.

Tensión entre lo particular y lo general

La imagen que transmite la Campaña de Educación en América se acerca mucho a la de un campo de fuerzas o al de un sistema complejo, cuyo crecimiento depende de la cantidad y calidad de las relaciones entre sus elementos.

En las experiencias de campaña se pueden rastrear fuerzas o tensiones entre los siguientes polos:

- **Entre lo local y lo nacional.** Las experiencias trabajan esta tensión entre espacios de incidencia local (ADs, Comunidades, ...) y el espacio nacional (foro, red, ...). Se buscan en general espacios de articulación intermedios (departamentales, provinciales, municipales), como facilitadores de los flujos en una u otra dirección.
- **Entre lo nacional y lo regional.** Los dos escenarios de la Campaña (nacional y regional) han tenido desarrollos y dinámicas propias. Las reuniones interinstitucionales en cada país y los encuentros regionales han facilitado la interacción y articulación entre estos dos ámbitos.
- **Entre lo regional y lo mundial.** La Campaña Regional de Educación ha estado presente en espacios como el FSM, el FME o la Consulta Colectiva sobre EPT organizada por UNESCO (CCONGs/EPT), con un aporte todavía débil. En cambio la incidencia ha sido mayor en la Semana de Acción Global por el derecho a la educación, que se organiza cada año en el marco de la CME.

- **Entre lo educativo y el programa nacional de desarrollo (AeA).** La educación es un componente esencial de la estrategia de desarrollo de AeA, pero no es el único componente. La Campaña de Educación llevó a priorizar el componente educativo en los Programas Nacionales y PROAs. Los equipos nacionales han tenido que adecuarse a esta situación desde las Areas de Desarrollo hasta la oficina nacional.

3.2. Las experiencias nacionales de Campaña.

Las experiencias nacionales de Campaña sistematizadas por los Equipos Nacionales y señaladas al comienzo de este capítulo, cuentan con un informe-relato detallado de las mismas, siguiendo las pautas del diseño²² de la sistematización. Por otra parte en la sección anterior se han identificado rasgos generales característicos de las experiencias. El objetivo de este apartado es ampliar la información sobre las experiencias sistematizadas resumiendo el estudio comparativo²³ de las mismas en torno a los siguientes ejes: sujetos /actores, objetivos, procesos y resultados. No haremos mención de los contextos por cuanto de estos se habló en el capítulo anterior sobre los escenarios de la Campaña.

Sujetos / actores.

Las experiencias sistematizadas nos muestran una diversidad notable tanto en los sujetos educativos, población meta de las experiencias, como en los actores que intervienen y articulan sus acciones en la campaña. En algunos casos los sujetos educativos son también actores que elaboran y negocian propuestas frente a otros actores y el estado.

Los niños y niñas.

Los niños y niñas son sujetos prioritarios en las experiencias de Ecuador y Perú.

La experiencia peruana enfatiza la edad de 0 a 3 años, período frecuentemente “olvidado” en las políticas educativas. El niño, ya desde los primeros años de vida es una persona completa, con capacidad de interactuar con los demás personas que lo rodean, y transformarse en ese intercambio con los otros y el entorno. El niño tiene sus intereses, necesidades y derechos, y nace con habilidades que le permiten interactuar y adaptarse al entorno, llegando a dar respuestas con una relativa autonomía. No son seres desvalidos que dependen solamente de los adultos. La falta de atención a estas necesidades afecta al normal desempeño escolar y al desarrollo de la personalidad.

Los niños y niñas escolarizados son, en la experiencia ecuatoriana, actores centrales de la Campaña Educativa, en cuanto sujetos principales destinatarios de la acción y también como ciudadanos que se organizan y participan, junto con los demás actores, haciendo

²² La sistematización de la Campaña se ejecutó en base a un diseño general elaborado en el Taller de capacitación y organización realizado en Quito-Ecuador (julio, 2003). Tomando en cuenta este marco cada Equipo Nacional elaboró el diseño particular de sistematización de la experiencia nacional seleccionado. Los informes finales de las experiencias sistematizadas forman parte del cuerpo de Anexos del Informe Final de la Sistematización de la Campaña Regional de Educación.

²³ “El fortalecimiento de los actores para la incidencia...”, cit., pp. 113-137.

valer sus derechos. Este rol es importante por cuanto a través de ellos se da renovación y el relevo generacional para que la sociedad se desarrolle.

Los /as Adolescentes y jóvenes.

El protagonismo educativo de adolescentes y jóvenes es resaltado en las experiencias de los Gobiernos Escolares Estudiantiles de Nicaragua y Honduras, aunque con diferente signo. Más funcionalizados a las políticas del centro en la experiencia nicaragüense, más autónomos y propositivos en el caso de Honduras.

Las experiencias de El Salvador y México se hacen eco de la importancia de este liderazgo juvenil en la construcción de propuestas educativas innovadoras.

Los padres y las madres de familia

Su papel es esencial en las experiencias que tienen a los niños/as como sujetos educativos prioritarios.

En la experiencia peruana de educación temprana, los padres y madres se organizan en Comités de Aula para recabar fondos que garanticen la actividad de las maestras en el centro infantil. Algunas madres asumen el rol de “madres cuidadoras”, colaborando en la atención de los infantes.

En la experiencia ecuatoriana de los Centros de Apoyo Escolar (CAEs), las madres de familia asumen un liderazgo pro-activo en la comunidad educativa, y son ellas quienes generan condiciones para el aprendizaje integral de los niños /niñas, provocando a los mismos maestros. Al mismo tiempo les ha permitido proyectarse como líderes en otros espacios comunitarios.

Los educadores y las educadoras.

Cambios educativos profundos no son posibles sin el compromiso de los educadores. Ellos están presentes como actores en todas las experiencias.

La experiencia salvadoreña cuestiona el rol tradicional de los maestros/as que se sienten dueños de la educación y minimizan a los demás actores (alumnos, padres y madres de familia). La experiencia ecuatoriana por su parte rescata el potencial educador de otros actores comunitarios como los jóvenes y las madres de familia.

Dirigentes comunitarios.

Las experiencias hablan del rol fundamental de estos actores para diseñar e implementar iniciativas y proyectos que benefician a la comunidad. . Si bien en un primer momento estos líderes no priorizan las necesidades educativas y culturales de la población, se ha

podido advertir que una vez sensibilizados y capacitados desarrollan energías con gran capacidad de impacto también ese campo.

Las instituciones y organizaciones de la sociedad civil.

En las experiencias de Campaña asumen particular protagonismo las ONGs , Ayuda en Acción como es natural y sus “socias estratégicas”, y con un perfil más bajo instituciones y organizaciones sociales tales como universidades, sindicatos de maestros, iglesias, asociaciones vecinales,...

La inserción de estas organizaciones en la experiencia de Campaña puede variar: como miembros del equipo o instancia ejecutora de la Campaña; como “aliados estratégicos” o simple apoyo en la implementación de la Campaña.

Autoridades Gubernamentales.

Las experiencias aluden con frecuencia a estos actores, en diferentes espacios y niveles de la gestión: ministros y secretarios de estado, viceministros, directores nacionales, directores de centros educativos, alcaldes, concejales,

Su papel es fundamental por cuanto representan en diferentes escalas las políticas oficiales y son pieza clave en las coordinaciones y negociaciones destinadas a mejorar la calidad de vida de las comunidades, y de manera particular la calidad de la educación.

Su participación en las experiencias puede variar de acuerdo al enfoque de campaña asumido por sus impulsores: más como “interlocutores” o más como “co-gestores” de las propuestas. También es importante considerar el nivel de la escala de decisiones. En general es más fácil trabajar de forma conjunta en los niveles más bajos de la toma de decisiones (comunidades, municipios, distritos,..), mientras en los altos niveles de decisión (ministerios, viceministerios,...) prevalece una visión instrumental de la sociedad civil y menos de corresponsabilidad.

Objetivos.

Todas las experiencias sistematizadas asumen el objetivo general planteado por la Campaña Educativa en América:

“Contribuir a que la educación con calidad, especialmente la rural, tenga un lugar prioritario en la agenda política internacional de desarrollo regional y, en particular, en las agendas políticas de los gobiernos de los países en que se desarrolla la campaña”.

Esta formulación general viene traducida de diferente forma en los planes nacionales de Campaña Educativa según las opciones y prioridades definidas en cada país, como vimos en el capítulo anterior.

Comparando estas distintas formulaciones de las campañas nacionales llegamos a aspectos comunes y énfasis particulares en cuanto a los objetivos que se quieren conseguir:

Aspectos comunes:

- Se trata de influir / incidir en los gobiernos / estados, como responsables de elaborar y aplicar las políticas educativas, para que garanticen una educación de calidad para toda la población.
- La movilización y empoderamiento de los actores de la sociedad civil / comunidad .como factor clave para lograr la incidencia.
- La educación es visualizada como un derecho humano y estrategia de desarrollo integral.

Aspectos diferenciados:

- En la priorización de los sujetos de la Campaña: niños/niñas (Perú, Ecuador, Nicaragua), indígenas (Honduras, México) o población en general (El Salvador, Bolivia, España).
- En la priorización de los ámbitos en que se desarrolla la Campaña: rural (Perú, Ecuador, Honduras, México),o general (urbano y rural) (Bolivia, Nicaragua, El Salvador, España).
- En los sentidos de la “calidad” de la educación que se busca: educación para el desarrollo (Bolivia, Ecuador, España), educación gratuita (Nicaragua), educación integral (Perú), educación intercultural (México).

Procesos.

¿Qué procesos ponen en movimiento las diferentes experiencias sistematizadas para alcanzar sus objetivos?

Sensibilización e información

Estrategia importante puesto que los cambios deseados no se dan de la noche a la mañana, si no es a través de llamar la atención de los gobernantes y la sociedad sobre su importancia y necesidad. Los medios y formas más utilizados por las experiencias han sido:

- Folletos, publicaciones y afiches
- Programas radiales
- Videoforos
- Programas televisivos.
- Pasacalles
- Visitas casa por casa.

Investigación y construcción de propuestas.

La investigación ha sido relevante en casi todas las experiencias. Investigación con características diferentes a la investigación tradicional en aspectos esenciales como: la

participación de los actores como sujetos en la producción de los conocimientos, y la articulación entre actividad investigativa y la elaboración de las propuestas.

Este formato de investigación afin a la Investigación-acción Participativa (IAP), fue aplicado con estas variantes:

- Diagnósticos participativos previos a la formulación del proyecto “Extensión, calidad y cobertura educativa “ (Mesa Educativa de Nueva Segovia, Nicaragua) y a la elaboración comunitaria de los PEIs (El Salvador).
- Sistematización de experiencias de educación intercultural (Consortio Intercultural, México).
- Experimentación de la propuesta pedagógica centrada en el niño/a como sujeto, previa a su posterior generalización (Estrategia de la “tenaza”, Perú)
- Investigación documental con presentación y análisis de documentos en talleres y seminarios (Bolivia, España).

Desarrollo de capacidades.

Si bien la sensibilización e información mueve a los cambios, estos sólo pueden ser efectivizados por personas que tengan las competencias necesarias para llevarlos a cabo.

En todas las experiencias encontramos procesos de capacitación dirigidos prevalentemente a los actores involucrados en ellas. Así, por ejemplo, la construcción y posterior multiplicación de la propuesta educativa temprana en el Perú, se llevaron a cabo en eventos de formación y capacitación de educadores y padres de familia. En la experiencia ecuatoriana, jóvenes, profesores y madres de familia participan en eventos de actualización pedagógica y gestión de los CAEs. La Mesa Educativa de Nicaragua ofrece a sus miembros y a técnicos del Ministerio un curso de Diplomado sobre “Equidad y Calidad de la educación Básica”. Los Gobiernos Escolares en Honduras son capacitados en liderazgo juvenil y valores democráticos.

Fortalecimiento institucional.

Todos los anteriores procesos se sustentan y tienen como finalidad el fortalecimiento de la organización. En efecto, la Campaña de Educación sólo es viable con una sociedad civil organizada y con capacidad de interlocución. De ahí que los procesos organizacionales han sido la preocupación central de las experiencias. Las formas organizativas han sido múltiples: foros, redes, gobiernos escolares, consorcios, mesas educativas.... Algunas experiencias privilegian una forma organizativa particular, otras combinan varias de estas formas.

Exigibilidad y negociación.

Las campañas educativas generan diversos tipos de dinámicas, que podemos calificar como “enfoques de campaña”. Algunas enfatizan el enfoque de “vigilancia y exigibilidad”, presionando a los gobiernos a cumplir compromisos asumidos o simplemente aplicar las

normas ya existentes , como vemos en los casos de Nicaragua y España. Otras campañas priorizan la elaboración de propuestas y su negociación con los gobiernos, como sucede en las experiencias de Bolivia y Perú.

Procesos de co-gestión.

Son también interesantes procesos de co-gestión impulsados desde la campaña educativa a niveles comunitarios, como las experiencias de los CAEs en Ecuador o los Gobiernos Escolares Estudiantiles en Honduras y Nicaragua.

Hasta aquí los procesos que se han dado en el marco de las campañas nacionales. Sin embargo, estos procesos no son valorados e integrados de la misma manera en todas las experiencias . Los énfasis y las combinaciones se dan en función de las opciones antes señaladas (sujetos, espacios y contenidos), pero también tienen que ver con concepciones y estilos de trabajo .

Los procesos tampoco son lineares. No hay una única secuencia “lógica” entre ellos. Según los contextos, unos procesos se dan antes , simultáneamente o después de otros. Así, por ejemplo, los procesos de sensibilización e información pueden venir antes que el fortalecimiento organizacional, pero en otros casos es la organización que hace posible campañas de sensibilización e información. Lo importante es destacar la interrelación de los mismos, y reconocer las lógicas internas propias de cada uno de ellos.

Otra característica de los procesos ha sido que en algunos casos son procesos ya existentes que las experiencias vienen a reforzar y profundizar (Foro Educativo Boliviano, los PEIs en El Salvador...), en otros se abren nuevos procesos (Mesa Educativa de Nueva Segovia, Consorcio Intercultural de México, articulación europea para la incidencia en la IFA...).

Resultados.

Los procesos generados en el marco de las campañas nacionales apuntan como su objetivo estratégico central al fortalecimiento de la sociedad civil para la incidencia en políticas públicas. El logro de ese objetivo permitiría avanzar en una educación de calidad para todos y todas, según las metas de Dakar.

El fortalecimiento organizacional es a la vez proceso y objetivo de la Campaña Educativa, como se decía antes. Al ubicarlo como resultado de la campaña debemos analizar sobre todo en qué medida se ha dado un verdadero fortalecimiento y capacidad de interlocución para la incidencia. No bastaría por tanto registrar la cantidad y diversidad de formas organizativas generadas desde la campaña, sino su capacidad real de incidir.

Para valorar el “fortalecimiento de la sociedad civil” como **resultado** de la Campaña tomaremos como referencia estos indicadores: el grado de consolidación de las formas organizativas; la cantidad y calidad de documentos y propuestas elaboradas (capacidad de propuesta) ; la influencia en los decisores de políticas educativas; las innovaciones pedagógicas desarrolladas.

Consolidación organizacional.

Una mirada a las formas organizativas desplegadas en el marco de la Campaña nos muestra que los foros y redes nacionales, con alguna excepción, son todavía débiles. El Foro boliviano ha sufrido el alejamiento de actores importantes como los maestros y las organizaciones populares laborales e indígenas. El desarrollo de los foros regionales es lento. El Foro de Nicaragua está recuperándose después de una gestión poco participativa. En México se están dando los primeros pasos.

En cambio las formas organizativas de nivel comunitario, como los CAEs de Ecuador, la Mesa Educativa de Nueva Segovia o los Gobiernos Escolares de Honduras dan señales de mayor vitalidad y articulación entre los actores.

Producción de documentos de análisis y propuestas.

Son relevantes por el nivel de análisis y calidad de las propuestas: la Agenda Educativa Nacional y la Estrategia de la Educación Boliviana, elaboradas por el Foro Educativo Boliviano; la “Agenda olvidada: la educación de niñas y niños de 0 a 3 años” elaborada y difundida en el marco de la campaña educativa del Perú; las publicaciones sobre interculturalidad y educación intercultural producidas por el Consorcio mexicano; informes y documentos producidos por el colectivo de ONGs españolas en el marco del IFA.

Impactos en los decisores de políticas educativas.

Los impactos son todavía muy pequeños, si exceptuamos el caso peruano donde la propuesta de educación temprana ha pasado a formar parte de la nueva Ley de Educación del Perú. En la mayoría de los casos lo más que se ha logrado es que las propuestas sean tomadas en cuenta o consultadas por los organismos gubernamentales responsables de elaborar o aplicar las políticas. La estrategia de exigibilidad ha tenido éxito en Nicaragua al obligar al gobierno a aplicar la Ley de Participación Educativa. El Foro Educativo Boliviano es aceptado como miembro del Consejo Nacional de Educación. Sin embargo, de manera general, la sociedad civil todavía no es reconocida como corresponsable en la definición de las políticas, y las relaciones son más que todo instrumentales.

Como saldo global positivo, la campaña ha contribuido a fortalecer la imagen de AeA como interlocutor válido para abordar los temas estructurales que afectan a la educación y es reconocido por instancias de la sociedad civil, con las que se articula y propone de manera conjunta.

Innovaciones educativas desarrolladas.

La campaña educativa impulsada por Ayuda en Acción ha puesto en marcha la estrategia de fortalecer la sociedad civil para la incidencia en políticas públicas. Pero ello no nos debe

hacer olvidar el fin último de la campaña, que es el cumplimiento de las metas de Dakar y la EPT, una educación básica de calidad para todos y todas.

El mejoramiento del acceso y de la calidad educativa no es sólo una meta sino también el camino. Así lo han entendido muchas de las experiencias sistematizadas al incorporar al proceso de campaña innovaciones pedagógicas como es el caso peruano donde en tan solo dos años se logra que 140 centros infantiles se apropien de la propuesta alternativa de educación temprana. El tener propuestas de calidad experimentadas y validadas ha mostrado ser un factor decisivo a la hora de incidir en políticas públicas, y no sólo la presión social.

3.2. La experiencia de coordinación regional de la Campaña.

La Campaña de Educación impulsada por AeA en América tuvo en la Unidad de Coordinación Regional (UCR) su instancia ejecutora. Entre las funciones asignadas a la Unidad están la de coordinar las campañas nacionales y así mismo la coordinación de acciones conjuntas de la Campaña Continental con CEAAL, ActionAid y la PIDHDD. En junio 2001 asumió este cargo Margarita Salinas, profesional boliviana con amplia experiencia en gestión institucional e integrante de las corrientes innovadores de educación.

En el Taller de capacitación y organización de la Sistematización (Quito, julio 2003) se consideró importante incluir el trabajo de la UCR en la sistematización de la campaña. El diseño²⁴ de sistematización precisó la experiencia²⁵ a sistematizar, objetivos²⁶, etapas e instrumentos de la sistematización.

Del trabajo de sistematización realizado²⁷ recuperamos para esta síntesis dos aspectos substantivos: las estrategias de la coordinación y los factores, positivos y negativos, decisivos en esta intervención.

Estrategias de coordinación.

Estas fueron trazadas en el Plan Trienal de la Campaña de Educación en América, y se concretaron en las siguientes líneas de acción y actividades coordinadas desde la UCR:

Investigación y sistematización.

²⁴ Diseño de la Sistematización de la UCR, en “El fortalecimiento de los actores para la incidencia...”, cit., Anexo 3.

²⁵ “La coordinación regional de la Campaña desde Ayuda en Acción como espacio de seguimiento e incidencia regional por la EPT, de julio 2002 a diciembre 2003”.

²⁶ 1. Conocer los mecanismos de seguimiento de las experiencias nacionales y su adecuación a los objetivos de la campaña, en términos de fortalezas y debilidades. 2. Conocer los grados de influencia de la propuesta de AeA en la interlocución con los Gobiernos Nacionales, la UNESCO y el Banco Mundial, desde la coordinación interinstitucional. 3. Conocer facilitadores y obstáculos en la articulación entre acciones de incidencia a nivel regional y nacional.

²⁷ “La coordinación regional de la Campaña desde Ayuda en Acción”, en “El fortalecimiento de los actores para la incidencia...”, cit., cap. III, pp. 68-113.

- Investigación / Estado de arte de la Educación Indígena en México y Centroamérica. Perspectivas en el marco de la Campaña de Educación en América”
- Políticas educativas públicas comparadas en áreas rurales de Bolivia, Ecuador y Perú. Perspectivas de trabajo para la Campaña de Educación para Todos.
- Sistematización de seis experiencias de calidad educativa en América Latina y El Caribe.
- Sistematización de la Campaña regional de Educación, impulsada por AeA en América.

Información y sensibilización.

- Elaboración, edición y distribución de Boletines Internos de la UCR para la Campaña de Educación (abril, junio, noviembre 2002; abril, agosto, noviembre 2003).
- Difusión de artículos, comentarios, noticias, slogans sobre objetivos, contenidos y estado de avance de la Campaña de Educación, por medios impresos (afiches, tarjetas,...), electrónicos (portal web, video, boletín electrónico) y radiales.
- Movilización en torno a la Semana de Acción de la Campaña Mundial de Educación (CME).
- Elaboración, edición y difusión de documentos de investigación /sistematización, memorias de eventos (talleres, encuentros, seminarios...).
- Eventos de análisis de la problemática educativa, y nivel de respuesta de parte de los gobiernos y tomadores de decisiones.

Desarrollo de la organización.

- Elaboración y aplicación del sistema de monitoreo, seguimiento y evaluación en las Campañas Nacionales en los siete países participantes de la Campaña.
- Integración al Equipo Técnico InterInstitucional(ETI), responsable de organizar los Cursos/Talleres nacionales sobre Control y Vigilancia ciudadana del derecho a la Educación y los Encuentros Latinoamericanos de la Sociedad Civil para la incidencia en Políticas Públicas (México 2002; Santa Cruz 2003).
- Organización de encuentros nacionales, sub-regionales y regionales de seguimiento a la Campaña .
- Representación de AeA en eventos internacionales.

Negociación, cabildeo y lobby.

En la firma de convenios con “socios estratégicos” de cara a la Campaña y el apoyo a la constitución de redes, mesas de trabajo, foros, plataformas, consorcios,...en los países, coordinando con las oficinas nacionales.

En resumen, a través de estas estrategias la UCR conformó un “estilo de coordinación y gestión” de la Campaña Regional caracterizado por la información y comunicación continuas, la consulta en la toma de decisiones, la corresponsabilidad en la ejecución de las

actividades y el asesoramiento y orientación permanentes a los Equipos Nacionales de AeA, usando instrumentos y metodologías participativas.

Facilitadores y obstáculos en la coordinación regional de la Campaña.

El objetivo de la UCR ha sido fortalecer, a través de la coordinación, las iniciativas de la sociedad civil para la incidencia en políticas educativas. Cómo se han articulado los actores para la incidencia y los resultados conseguidos en los ámbitos nacional y continental ha sido referido en anteriores puntos. Por otra parte, hemos visto cuáles fueron las estrategias utilizadas por la UCR para el logro de ese objetivo. La pregunta que nos hacemos ahora es : qué factores han facilitado y qué factores han bloqueado el accionar de la UCR en la perspectiva del fortalecimiento de las sociedad civil para la incidencia en políticas educativas..

Los testimonios de los principales impulsores de la campaña y de la propia Margarita Salinas, responsable de la UCR, han apuntado hacia estos factores:

FACILITADORES:

- Las cualidades personales de la responsable: compromiso, iniciativa y capacidad negociadora.
- Contar con una estrategia institucional y sistema de seguimiento y apoyo técnico que conceptual y operativamente abarca las relaciones sur – norte, sur-sur, y los procesos de lo local a lo global..
- La presencia de AeA en gran número de países latinoamericanos y sus vínculos con redes internacionales.
- Definición de responsables nacionales de AeA para la campaña de educación, más allá de los directores de los programas nacionales.
- Voluntad política (que fue en incremento) de efectuar articulaciones y alianzas con otros actores (más allá de los de patrocinio o los tradicionales de AeA), basadas sobre todo en el diálogo y el reconocimiento de las capacidades de cada uno de ellos, sin la búsqueda de protagonismos.

OBSTACULOS:

- La falta de experiencia institucional en la participación y coordinación de este tipo de Campañas, lo que se refleja en la ausencia de una agenda clara y compartida que logre articular y direccionar la campaña desde los espacios nacionales al espacio regional y viceversa.
- Programas Nacionales con fuerte tradición de actuaciones operativas sobre el terreno, sin experiencia y con temor de articularse con movimientos /redes de educación de la sociedad civil , se ha traducido en un débil compromiso con la Campaña como puede observarse en los análisis contextuales, prioridades y recursos instituciones, aunque esta situación se ha ido revirtiendo poco a poco en la mayoría de los países.

- Como efecto de este débil compromiso, se generó en los equipos nacionales cierta dependencia de la UCR para moverse y generar impulsos en la Campaña.
- Diferencia de ritmos, intereses y prioridades institucionales a la hora de elaborar y operativizar agendas de Campaña, lo que en algunos casos provocó la finalización de convenios entre AeA y los “socios estratégicos”.
- Mecanismos y formatos de planificación, seguimiento y reporte poco ágiles.
- Sin olvidar la influencia negativa de contextos adversos que han atravesado y están atravesando los países latinoamericanos: terremotos, huracanes, inestabilidad política, desmovilización social y políticas regresivas en el campo educativo como efecto de las políticas de ajuste estructural y transnacionalización de las economías.

4. Aportes de la sistematización de la Campaña a la construcción de una metodología de incidencia en políticas públicas educativas en Ayuda en Acción.

La sistematización de la Campaña de Educación en América impulsada por Ayuda en Acción se propuso recuperar críticamente las metodologías desplegadas con el objetivo de “producir insumos para elaborar criterios metodológicos institucionales en la ejecución de Campañas destinadas a incidir en políticas públicas”. La sistematización seleccionó 8 experiencias nacionales y la coordinación regional de la Campaña a cargo de la UCR como “objeto” de análisis, además del eje “las formas de articulación y participación de los actores en la Campaña de Educación”.

Después de haber ubicado las experiencias en los escenarios nacional y continental (punto 2 del documento) y haber descrito en forma comparativa sus características generales, los procesos generados y resultados obtenidos (punto 3 del documento), nuestra tarea ahora es presentar las conclusiones en términos de aprendizajes metodológicos, sin descuidar por un momento que lo esencial de esas metodologías está ligado a la participación y articulación de los actores, así como al logro de su objetivo central: la incidencia en políticas públicas (en educación).

Este punto y el de las recomendaciones son el fruto de intercambios, debates y propuestas que tuvieron como escenario el Taller Regional de interpretación y síntesis del proceso sistematizador de la Campaña de Educación en América (2 al 8 de julio 2004, Ibarra, Ecuador).

4.1 Aportes conceptuales.

La experiencia de la campaña no sólo ha puesto en práctica estrategias para lograr la incidencia en políticas educativas, sino que ha permitido resignificar y enriquecer conceptos fundamentales desde la práctica de los actores:

Fortalecimiento de la sociedad civil

La sistematización ha detectado diferentes conceptos sobre “sociedad civil” y “estado”. El concepto de sociedad civil enriquecido por las experiencias se refiere al espacio que

expresa el interés público y sobre el cual es importante destacar los niveles de representación, legitimidad y reconocimiento de esos colectivos. Su rol no se reduce a delegar, sino constituirse como actor político (capacidad de proponer, influir, exigir y vigilar).

El fortalecimiento de la sociedad civil será tal en base a estos indicadores:

- Número y tipo de organizaciones de la sociedad civil que buscan incidir en políticas públicas educativas
- Grado de articulación que existe entre las organizaciones de la sociedad civil (agendas mínimas)
- Número de propuestas concretas y de calidad que existe en torno al tema educativo por parte de la sociedad civil
- Número de organizaciones de la sociedad civil representatividad
- Reconocimiento como interlocutor y aliado social válido

Empoderamiento de los actores.

Si bien la Campaña estuvo dirigida a fortalecer la sociedad civil, entendido como articular foros, redes y otras iniciativas para la incidencia, la práctica ha demostrado la trascendencia de generar mayor poder en esas organizaciones y en los actores que las impulsan. La sistematización logró construir un concepto de “empoderamiento” con base a los siguientes “indicadores”:

- Representatividad
- Apropiación de la propuesta de incidencia
- Autonomía
- Democracia interna: grado de participación, autogestión
- Capacidad de negociación y concertación
- Legitimidad social
- Capacidad de movilización
- Grado de consecución de propuestas planteadas

Incidencia en políticas públicas

Este concepto clave de la Campaña se refiere a la influencia en los tomadores de decisión de instituciones públicas, a nivel local, nacional y organismos internacionales.

Cuándo y cómo se llega o se influye en los tomadores de decisiones la incidencia se complejiza en términos de:

1) Grados de incidencia o nivel de resultados en la incidencia:

- Consulta o interlocución con el Estado
- Influencia en la adopción de políticas

2) Formas:

- Exigibilidad
- Concertación en la formulación de leyes, propuestas, etc.
- Cogestión para la implementación de las leyes

3) Niveles

- Internacional
- Regional
- Nacional (foros, redes, plataformas, mesas, etc).
- Local (departamentos, municipios, mesas, etc.)

4) Indicadores de “incidencia”:

- Políticas adoptadas y ejecutadas (leyes, normas, presupuesto)
- Programas que se innovan e implementan en lo educativo
- Incorporación en la agenda pública del tema educativo
- Reconocimiento por parte del Gobierno de las organizaciones proponentes como interlocutores válidos de la sociedad civil
- Apropiación del Estado de la propuesta

La incidencia en políticas públicas está orientada al cumplimiento de las metas de Dakar. Por tanto el objetivo último (impacto) tiene que ver con una educación básica de calidad para todos y todas (EPT).

Eso no significa que apuntemos a todas las metas de Dakar y tengamos que trabajar todos los temas de la EPT. Desde el contexto y la experiencia institucional se focalizarán los temas.

4.2 Aportes metodológicos.

El “discurso metodológico” en la Campaña.

El concepto de “metodología” en la campaña es utilizado por lo general como sinónimo de “estrategia”. Por lo tanto su significado general tiene que ver con la articulación lógica de elementos para el logro de un objetivo.

Sin embargo, el “discurso metodológico” en la Campaña es complejo, como vemos en el siguiente cuadro:

Líneas estratégicas Líneas metodológicas	INVESTIGACION SENSIBILIZACION ORGANIZACIÓN NEGOCIACION		
Estrategias particulares Metodologías particulares	FOROS,MESAS, ETC..		
Estrategia global Metodología general	Fortalecimiento de la sociedad civil	Incidencia en políticas públicas	Cumplimiento metas de Dakar/EPT
(planificación estratégica)	RESULTADOS	EFFECTOS	IMPACTOS

Al ser el “objeto” de la sistematización las experiencias de la Campaña, en cuanto formas concretas de participación y articulación de los actores para la incidencia en políticas públicas, nuestra referencia principal son las “metodologías particulares” de la campaña desplegadas en los diferentes países. Ellas han sido analizadas críticamente en la perspectiva de recuperar lecciones y aprendizajes para futuras campañas.

Cuándo una metodología de campaña es “adecuada”.

No todas las metodologías de campaña han sido igualmente exitosas. Por ello se hace relevante preguntarse cuándo una metodología se considera exitosa o qué condiciones favorecen el éxito de una metodología de incidencia.

De las experiencias analizadas la “estrategia de la tenaza” (Perú) fue seleccionada como la más exitosa y adecuada por las siguientes razones (criterios):

- Cuenta con una propuesta concreta de cambio: propuesta pedagógica de educación temprana.
- Articula lo local con lo nacional, lo concreto con lo global.
- Articula diversos actores: organizaciones, generadores de opinión, expertos, instituciones públicas.
- Moviliza a la sociedad civil.
- Involucra a los Medios de Comunicación.

Queda claro, como resultó del estudio comparativo de las experiencias de campaña, que no existe una metodología “privilegiada” en la incidencia, sino que todas son igualmente legítimas y potencialmente impactantes, siempre y cuando se acerquen a los criterios antes señalados.

Por las mismas razones no se puede establecer que los Foros sean el “paradigma metodológico” para la incidencia en políticas, a pesar de que existe una clara tendencia

al interior de la campaña a conformar Foros Educativos (Bolivia, México, Nicaragua,...). Tampoco existe un solo modelo de Foro: hay foros con participación de instituciones públicas y sociedad civil (Foros de Unesco) y foros con participación exclusiva de la sociedad civil (FEB, Espacio de Incidencia Civil en la Educación de México...); foros integrados por personalidades (como el Foro de la Educación en Perú) y foros integrados por instituciones y organizaciones (Foro Educativo Boliviano,. Espacio de Incidencia Civil en la educación- Foro mexicano,...).

Criterios para la elaboración de una metodología de incidencia política en el marco de la Estrategia Institucional de Ayuda en Acción.

Tomando en cuenta los aportes de las diferentes experiencias se pueden establecer los criterios que deberá tener la elaboración de una metodología de campaña para la incidencia en políticas públicas:

1. Partir de un análisis de la realidad:
 - Identificando problemáticas y temáticas clave
 - Identificando actores.
2. Contar con un posicionamiento institucional.
3. Elaborar una agenda global.
4. Seleccionar temática(s) clave .
5. Investigación y diseño de propuestas de cambio
6. Definir estrategia:
 - Objetivos
 - Alianzas con actores clave.
7. Trabajar en el nivel local, nacional e internacional.
8. Contar con propuestas concretas de cambio (ya sea en un tema específico movilizador o en temáticas amplias).
9. Trabajar con instancias decisoras.
10. Trabajar con la Sociedad Civil:
 - Empoderando sujetos sociales y colectivos (con métodos participativos, aprender haciendo, ...).
 - Recuperar y valorar actores (mujeres, estudiantes, niños/niñas...)
 - Fortaleciendo las organizaciones locales.
 - Articulando a los actores movilizados.

- Sensibilizando a la opinión pública.

4.2 Aportes en el relacionamiento y coordinación interinstitucional.

La coordinación de la Campaña desde AeA (UCR) arroja un conjunto de aprendizajes, que de manera global apuntan a un “modelo innovador de coordinación interinstitucional”.

Ellos son:

Políticas claras de alianza.

En la búsqueda y articulación de actores y organizaciones para la incidencia las experiencias de Campaña nos han mostrado éxitos y también fracasos. La sistematización ha logrado identificar importantes criterios a la hora de organizar el trabajo de incidencia con los “aliados estratégicos” y su propio rol en las alianzas:

Criterios para establecer alianzas:

- Seleccionar cuidadosamente los aliados /actores en base a : credibilidad y transparencia; legitimidad y representatividad en la sociedad civil: capacidad de propuesta, capacidad de convocatoria, capacidad de movilización, experiencia, capacidad de negociación y concertación.
- Definir claramente un fin y objetivo común entre los actores. Visión de proceso, más que de actividades o proyectos
- Definición de roles y funciones tomando en cuenta la experiencia, capacidad y recursos de los actores involucrados.
- Definición y concertación de una estrategia.
- Manejo de agendas mínimas, fácilmente aceptables por todos los actores.
- En la creación de articulaciones o redes: potencialidad de organizarse democráticamente.
- Definir y aplicar una política de intercambio y comunicación permanentes.

Rol de Ayuda en Acción:

- Partir de un posicionamiento y experiencia institucional.
- Rol de: promotora, proponente, acompañante de procesos, facilitadora.
- Mediadora, cuando las condiciones nacionales lo permiten.
- Rol, por tanto, de compromiso y ejercicio democrático, que no debe reducirse al de financiera o simple facilitadora de recursos.

Coordinación con visión estratégica

La experiencia sistematizada de la Unidad de Coordinación Regional de la Campaña nos permite enriquecer el concepto de Coordinación con visión estratégica incorporando los siguientes elementos:

1. La existencia de una estrategia de campaña, crea el marco adecuado para una coordinación con visión estratégica. Ayuda en Acción cuenta con una estrategia institucional que conceptualmente abarca la relación sur – norte y los procesos de lo local a lo global.
2. La estrategia de campaña de AeA ha resultado relevante en la medida que la Coordinación ha asumido el rol de promotora, facilitadora y catalizadora de procesos, promoviendo alianzas estratégicas, antes que como financiadora o facilitadora de recursos.
3. La articulación entre los diferentes procesos de campaña ha sido posible gracias a que la coordinación ha sabido combinar la autonomía para la toma de decisiones , y la consulta y reporte sistemático con las instancias de coordinación nacionales, regionales y la oficina de AeA España.
4. La voluntad política del director y equipo nacional de AeA, así como la democratización interna, facilitan una coordinación más abierta, participativa y productiva
5. En relación a las campañas nacionales, una coordinación con visión estratégica supone:
 - La motivación e información permanentes.
 - Conocimiento de la experiencia institucional, a nivel central y de ADs, su desarrollo y cambios de personal, y el conocimiento de sus planes y programas.
 - Apoyo técnico y cualificado en la elaboración de planes, proyectos e instrumentos metodológicos para la organización y la incidencia. Estos deben ser ágiles y estar integrados a la estrategia nacional.
 - La formación y seguimiento de los responsables de campaña .
 - Acompañamiento que no suponga sustituir inactivas y dinámicas propias.
6. El rol de la UCR en el Equipo Técnico Interinstitucional (ETI), que coordina la campaña continental de educación y ha logrado que 17 países y más de 20 redes y articulaciones nacionales se integren a la Campaña, se deben a la visión, compromiso y diálogo permanente más que a la búsqueda de protagonismos institucionales.
7. El intercambio de experiencias a nivel nacional e internacional , además del flujo de información, ha hecho posible la aún débil articulación que existe entre campañas nacionales y de éstas con la campaña continental.

8. Una mayor articulación con la CME y con el Education Working Group de AA International permitiría mayores articulaciones e impactos a nivel mundial, y a nivel de la campaña regional. y campañas nacionales. La Semana de Acción Global de la CME es una oportunidad importante para lograr esa integración.

Instrumentos de gestión innovadores y participativos.

Instrumentos de gestión validados a través de la sistematización son los siguientes:

1. El intercambio de experiencias, a través de eventos de formación, planificación, evaluación o sistematización, reuniones conjuntas con participación de directores y responsables, son mecanismos que ayudan a articular esfuerzos frente a objetivos comunes y enriquecer el trabajo. La participación de invitados externos (actores de la sociedad civil) enriquecen los análisis y las propuestas.
2. El actual sistema de monitoreo, seguimiento y evaluación, perfeccionado y rediseñado, con formatos más ágiles y operativos, permitiría alimentar el plan trienal y llegar más fácilmente hasta las ADs.
3. El Plan País facilita una visión más integral y estratégica a los planes trienales y los PROAs.
4. Las visitas de asistencia técnica en terreno han resultado ser una herramienta metodológica clave para la coordinación.. Permite discutir con el director/a y el equipo nacional y local sobre la campaña y sus proyecciones. Así como trabajar con los actores diversos de los países que están implicados en la campaña y analizar sus dificultades y proyecciones. Al mismo tiempo ayuda a fortalecer los equipos con talleres, reuniones y otros con temas sobre la metodología de incidencia, los temas de educación nacional y latinoamericano y de derechos humanos.
5. Mecanismos de reporte e información sencillos, sintéticos, oportunos y sistemáticos facilitan una comunicación más frecuente y fluida en el seguimiento y toma de decisiones..Las conversaciones digitales y telefónicas han demostrado ser herramientas esenciales para el seguimiento de los procesos.
6. La creación de una red virtual de información y debate de la Campaña Educativa, inspirada en la experiencia de los boletines electrónicos de la UCR y monitoreada desde la Unidad Regional , permitiría socializar información relevante en el ámbito nacional e internacional en temas de interés institucional.
7. Los procesos e informes de investigación, evaluación y sistematización logran calidad cuando son profesionalmente acompañados y supervisados .
8. La articulación de actores para el logro de objetivos comunes supone el uso de todos los medios comunicacionales posibles (telefónicos, virtuales, presenciales...) y trabajar juntos proyectos concretos.

5. Recomendaciones.

Dar continuidad y fortalecer la campaña.

La Campaña Regional de Educación ha impulsado ricos procesos con resultados también importantes, tanto al interior de los programas nacionales como en la articulación con los demás actores de la sociedad. La campaña ha permitido a Ayuda en Acción ganar imagen y posicionarse públicamente sobre temas trascendentales, como el educativo.

Por lo tanto:

1. La Campaña debe continuar y fortalecerse a partir de los resultados y los aprendizajes generados en la sistematización .
2. Se debe incorporar la campaña a la estrategia general de educación de AeA. Para ello se requiere un posicionamiento institucional a todo nivel (países, unidad regional, oficina central) y políticas que orienten y faciliten el diseño y operatividad de la campaña de incidencia política enmarcada en los objetivos de Dakar.
3. Cara a la reformulación del plan trienal de la campaña, identificar y tomar posición respecto a temas o ejes sobre los que hacer incidencia en políticas públicas por países y a nivel de la región latinoamericana . Por otra parte, en base a la reflexión sobre el contexto y las problemáticas identificadas, organizar las campañas de incidencia asumiendo los criterios metodológicos planteados en la sistematización.
4. Seguir trabajando sobre los “enganches” o engranajes entre los procesos de campaña nacionales, regionales e internacionales, orientados a la incidencia en políticas públicas en educación, definiendo claramente mecanismos de comunicación y participación.
5. Desarrollar productos comunicacionales para la campaña (spots, afiches, slogans, videos,...) , buscando sensibilizar a la sociedad civil para que asuma, como derecho ciudadano, la corresponsabilidad en la política educativa.
6. Siguiendo las pautas de la sistematización, mejorar los mecanismos de articulación de los espacios ya conformados (foros, mesas, redes, plataformas,...) y abrirse a nuevas alianzas estratégicas que vengan a fortalecer esos espacios. Considerando que el fortalecimiento de la sociedad civil no es un proceso acabado.

Sugerencias a las oficinas nacionales.

1. Como producto de las campañas nacionales se han generado procesos de incidencia en los diferentes países, por tanto se recomienda dar continuidad y profundizar dichos procesos, recreándolos a partir de las necesidades y contextos de cada país.

2. Las actividades de campaña han de integrarse plenamente a los programas nacionales implementados por los equipos nacionales y las ADs de AeA.
3. Para ello los países deberán analizar sus contextos nacionales identificando las temáticas prioritarias de acuerdo a las metas de Dakar y tomando posición como Ayuda en Acción. Entre los criterios de priorización tomar en cuenta temas o espacios en los que AeA está comprometida con las poblaciones más pobres.
4. Sistematizar los procesos seguidos en la ejecución de la campaña u otras acciones de incidencia en lo local, vinculados a la campaña.

Enriquecer el subsistema de aprendizajes.

1. La sistematización de las experiencias ha de ser una práctica permanente, como lo es la planificación y la evaluación, promoviendo una cultura de la sistematización.
2. Continuar con el ejercicio de elaboración conceptual de los términos y estrategias de campaña, ya iniciados en la sistematización. Llevar a cabo un taller regional sobre Sociedad Civil e Incidencia en Políticas Públicas desde el enfoque de gobernabilidad, coordinando con el Area de Aprendizajes.
3. Promover eventos interregionales de los foros a fin de hacer visible la cobertura e impactos de la campaña impulsada por AeA.
4. Socializar al interior de AeA, a través de un plan articulado entre Aprendizajes, Departamento de Sensibilización y Políticas de Cooperación (antes DCE) y Oficina Regional, los resultados de la sistematización haciendo énfasis en los conceptos e indicadores sobre fortalecimiento de la sociedad civil, empoderamiento de actores e incidencia en políticas públicas. Garantizar que los documentos lleguen no sólo a las oficinas nacionales sino a a las ADs.
5. Establecer espacios de difusión de las sistematizaciones en los niveles regionales e internacionales con los que estamos articulados. Buscar mayor articulación de las propuestas de AeA en espacios como FSM, FME, FSA, CCONGs /EPT.
6. Los documentos de sistematización producidos deberán ser insumos para la evaluación “profunda “ de la campaña. Esta deberá realizarse previamente a la elaboración de los nuevos Planes Institucionales Trienales (2005-2007), los cuales deberán integrar como uno de sus componentes la estrategia de campaña.

