



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA Y VINCULACIÓN

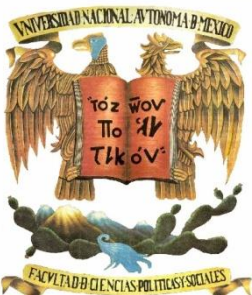
**PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN DESDE LA SOCIEDAD CIVIL PARA
PROMOVER LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA A
FAVOR DE LA EDUCACIÓN DE CALIDAD
(REPORTE DE EXPERIENCIA PROFESIONAL)**

**TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA
NORMA CRISTINA ESPINOSA VÁZQUEZ**

ASESORA: MTRA. ADELA MABARAK CELIS

Ciudad Universitaria, CDMX 2017





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A mis papás y Cuqui, mis pilares y guías.

A mis profesores y a la Universidad Nacional Autónoma de México, mi alma mater.

Un agradecimiento especial a David Calderón por su invaluable ayuda, sus comentarios y sugerencias enriquecieron este trabajo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
Capítulo I. La comunicación y la participación ciudadana en la construcción de la agenda pública en los medios	9
1.1 Concepto de comunicación y participación ciudadana	9
1.2 La agenda pública en los medios de comunicación	17
1.3 Los medios de comunicación en México y su responsabilidad social	20
1.4 El tema educativo en los medios de comunicación	26
Capítulo II. Mexicanos Primero como OSC a favor de la participación ciudadana para mejorar la calidad educativa	30
2.1 Antecedentes y objetivos de Mexicanos Primero	30
2.2 Misión y visión de Mexicanos Primero	35
2.3 La educación como base del desarrollo social	40
2.4 Las OSC en la construcción de la ciudadanía	45
Capítulo III. Estrategia de comunicación a favor de la calidad educativa	48
3.1 Mexicanos Primero y la calidad educativa en México	48
3.2 Objetivo estratégico	53
3.3 Estrategia de comunicación	54
3.4 Evaluación de resultados	63
CONCLUSIONES	65
FUENTES DE CONSULTA	68

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo atiende a la modalidad de tesina, denominada “Propuesta de una estrategia de comunicación desde la sociedad civil para promover la participación ciudadana a favor de la educación de calidad”, y tiene como objetivo primordial desarrollar una estrategia de comunicación que favorezca la participación y exigencia ciudadana a favor de la calidad educativa en nuestro país.

Desarrollar una estrategia de comunicación enfocada en el tema educativo resulta interesante, pues a pesar de ser la educación la base del desarrollo social, en México este tema difícilmente ha ocupado los principales espacios en los medios masivos de comunicación; son pocas las ocasiones en que el tema educativo ocupa las primeras planas de los periódicos, o los principales espacios de noticias en televisión y radio. Suele ocurrir que el tema educativo se convierte en noticia sólo cuando hay focos rojos que atender y esto, en la mayoría de los casos, ubica al tema en un asunto más político que educativo. Así sucede, por ejemplo, con las marchas de maestros, las negociaciones salariales del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), las declaraciones de sus dirigentes, o plantones y marchas de la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE), o bien discursos del gobierno federal en materia educativa y actos oficiales presididos por el titular de la Secretaría de Educación Pública (SEP).

Ante estos hechos noticiosos, la sociedad civil ha permanecido en general como espectador de una realidad que los medios de comunicación presentan a través de datos duros y cifras oficiales que la mayoría de las veces no ofrecen las distintas caras de la moneda. Es común que la información a la que tienen acceso los periodistas y medios de comunicación sea proporcionada por las propias fuentes oficiales, quienes difícilmente expondrán las debilidades en torno al tema educativo, como sucede por ejemplo al presentar los resultados de evaluaciones nacionales e internacionales, como la Evaluación Nacional del Logro Académico

en Centros Escolares (Enlace)¹, de la cual se presume tener siempre avances, cuando, si se profundizara en realidad en los resultados obtenidos, se vería que son avances marginales frente a metas nada ambiciosas, en comparación con el resto del mundo.

Lo mismo sucede con el informe del Programa Internacional para la Evaluación de Estudiantes² (PISA, por sus siglas en inglés), cuyos resultados nunca han sido favorables para México, pues nuestro país siempre se ubica en los últimos lugares de aprovechamiento escolar; es difícil afirmar que son “avances positivos”, cuando el resultado de los estudiantes mexicanos frente al mundo permanece muy por debajo de los niveles satisfactorios de aprendizaje, quedando siempre rezagados del resto de los países que participan en esta evaluación.

Al buscar promover la participación social en el debate del tema educativo, como se hace en esta experiencia profesional, no se está pensando únicamente en un sector de la sociedad en específico, sino en la sociedad en general, pues hablar de la calidad en la educación no se circunscribe a las escuelas oficiales y la educación pública, ya que los bajos resultados educativos también se presentan en las escuelas privadas.

¹ ENLACE es un programa diseñado y operado por la SEP cuyo propósito, es contribuir al avance educativo de cada alumna y alumno, cada centro escolar y cada entidad federativa. Representa la acción evaluativa de mayor dimensión en el Sistema Educativo Nacional en virtud de la cantidad de pruebas diferentes que se aplican y la cobertura que tiene. <http://www.enlace.sep.gob.mx/> 21.abril.2013 9:09 hrs.

² PISA es un proyecto de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), cuyo objetivo es evaluar la formación de los alumnos cuando llegan al final de la etapa de enseñanza obligatoria, hacia los 15 años. Fue desarrollado entre 1997 y 1999 y aplicado por primera vez en el año 2000 con la colaboración de 28 países miembros de la OCDE, entre ellos México (más cuatro países no miembros, dando un total de 32 países). <http://www.oecd.org/pisa/39730818.pdf> 17.octubre.2014 15:44 hrs.

La suma de todos estos factores: la falta de acceso oportuno a información veraz sin matices políticos, escasa prensa especializada, insuficientes espacios e interés en medios de comunicación por hablar el tema y la falta de sensibilidad de la sociedad para ver, por una parte, el tema educativo como prioridad y oportunidad de desarrollo, y por la otra la necesidad de alzar la voz, participar y exigir un cambio en el sistema educativo, han ubicado por mucho tiempo al tema educativo al margen de la agenda nacional y lejos de las prioridades de atención de una sociedad que pretende alcanzar un crecimiento y desarrollo pleno.

Este proyecto de investigación consta de tres capítulos, a saber: Capítulo I denominado “La comunicación y la participación ciudadana en la construcción de la agenda pública en los medios”, cuya finalidad consiste explorar la importancia que tienen los canales de comunicación para la transmisión y difusión de mensajes, así como la relevancia que los medios de comunicación le han dado al tema educativo y su responsabilidad social como formadores de la opinión pública.

Se divide en cuatro apartados que son 1.1 Concepto de comunicación y participación ciudadana, 1.2 La agenda pública en los medios de comunicación, 1.3 Los medios de comunicación en México y su responsabilidad social, y 1.4 El tema educativo en los medios de comunicación.

En el segundo capítulo, titulado “Mexicanos Primero como OSC a favor de la participación ciudadana para mejorar la calidad educativa”, se da a conocer los antecedentes de Mexicanos Primero, su creación, misión, visión y acciones como organización de la sociedad civil a favor de la calidad de la educación, así como el papel que juegan las organizaciones de la sociedad civil en la construcción de una ciudadanía participativa.

Este segundo capítulo consta de cuatro apartados: 2.1 Antecedentes y objetivos de Mexicanos Primero, 2.2 Misión y visión de Mexicanos Primero, 2.3 La educación como base del desarrollo social, y 2.4 Las OSC en la construcción de la ciudadanía.

En el tercer y último capítulo, “Estrategia de comunicación a favor de la calidad educativa”, se plantea una estrategia de comunicación desde la organización de la sociedad civil Mexicanos Primero, a través de cuatro apartados: 3.1 Mexicanos Primero y la calidad educativa en México, 3.2 Objetivo estratégico, 3.3 Estrategia de comunicación y 3.4 Evaluación de resultados.

En este último capítulo se pretende exponer las acciones orientadas a sensibilizar a diferentes actores de la sociedad (padres de familia, maestros, medios de comunicación, etcétera) sobre la importancia de alzar la voz para exigir respuestas y soluciones a un problema común que afecta a toda la sociedad mexicana, como lo es el tema educativo; así como la importancia que tiene la calidad de la educación para el desarrollo de nuestro país para impulsar un cambio en la cultura cívica, forjando instrumentos de participación, compromiso y exigencia ciudadana.

Como parte de la estrategia de comunicación se proponen distintas acciones comunicativas, en las que se involucran a cada uno de los grupos sociales con acciones dirigidas a favor de una educación de calidad.

CAPÍTULO I. LA COMUNICACIÓN Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA AGENDA PÚBLICA EN LOS MEDIOS

1.1 Concepto de comunicación y participación ciudadana

La comunicación es un proceso complejo en el que intervienen múltiples factores; está presente en el ser humano desde que somos pequeños, empleamos la comunicación verbal y no verbal para transformar o afectar el medio en el que nos desenvolvemos.

Cualquiera que sea la forma de comunicación que utilicemos, verbal o no verbal, ésta tiene siempre un objetivo: provocar una respuesta. Sin embargo, para que este objetivo se logre cumplir de una forma eficiente y efectiva debemos emplear las palabras o elementos comunicativos adecuados, lo que David Berlo llama “propósito comunicativo”. De acuerdo con este autor, “la mayor tarea del consultor de la comunicación es tratar de llevar a la gente a analizar sus propósitos en la comunicación y especificarla en términos de las respuestas que quieren obtener.”³

El mensaje que se envíe al receptor puede tener diferentes propósitos: puede ser que la intención del mensaje sea llamar la atención sobre determinada situación, y al mismo tiempo tener como objetivo influir en la conducta del receptor para que actúe en consecuencia; que le lleve a tomar una decisión que afecte o modifique su entorno; como sucede por ejemplo con las campañas a favor del cuidado del medio ambiente: primero la fuente lanza un mensaje sobre el daño ocasionado al ecosistema, con el objetivo de informar al receptor sobre un determinado hecho, y al mismo tiempo tratar de modificar o influir en su conducta con respecto a sus hábitos en el cuidado del medio ambiente.

³ BERLO K. David, *El proceso de la comunicación*, México, El Ateneo, 16ª edición, 1993, p.11

De acuerdo con Berlo, “nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente (...) Toda comunicación tiene su objetivo, su meta, o sea, producir una respuesta. Cuando aprendemos a utilizar las palabras apropiadas para expresar nuestros propósitos en términos de respuestas específicas con respecto a aquellos a quienes van dirigidos nuestros mensajes, hemos dado el primer paso hacia la comunicación eficiente y efectiva”.⁴

Por su parte, Thomas M. Steinfatt define a la comunicación como un proceso que implica algo más que intercambiar un simple uso de símbolos, pues es necesario que estos símbolos sean de comprensión mutua; debe existir un significado común de los símbolos para cada una de las personas que interactúa. “El requerimiento de símbolos de comprensión mutua significa que la comunicación no puede ocurrir a no ser que cada una de las personas que están interactuando tengan algún significado en común para *alguno* de los símbolos que se están usando.”⁵

En este sentido, Antonio Paoli señala que la comunicación tiene que ver con todos los procesos sociales, “entiendo la comunicación como el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado”.⁶

Al igual que Steinfatt, Eileen McEntee refiere a la comunicación como un proceso que implica “una serie de eventos que ocurren consecutivamente y en un orden y en un tiempo definidos”, y define “el proceso de comunicación humana como la transmisión de señales y la creación de significados”.⁷

Los autores citados anteriormente, coinciden en que la comunicación es un proceso, pero ¿qué significado tiene este concepto? De acuerdo con Thomas M. Steinfatt, “un proceso no es simplemente una secuencia de acontecimientos, uno

⁴ BERLO K. David, Op. Cit, p. 11

⁵ STEINFATT Thomas M. *Comunicación Humana. Una introducción interpersonal*, México, Diana, 1986, p. 22.

⁶ PAOLI Antonio, *Comunicación e información, México*, Trillas, 1989, p. 11

⁷ McENTEE Eileen, *Comunicación Oral*, México, McGrawHill, 1999, p. 39

después de otro. Un proceso es una interacción continua de un gran número de variables (factores) en la cual cada variable afecta a cada otra variable, y a su vez está influenciada por cada otra variable, todo al mismo tiempo. Una variable o factor es algo que varía y afecta alguna otra cosa.”⁸

Como lo señala David Berlo, en un proceso se consideran “los acontecimientos y las relaciones como dinámicos, en un constante devenir, eternamente cambiantes y continuos. Si definimos algo como proceso también estamos significando que este algo carece de principio, de fin o de una secuela fija de acontecimientos; que no es estático, no descansa; que se haya en movimiento. Los componentes de un proceso ‘interaccionan’, es decir, cada uno de ellos influye sobre los demás.”⁹

Por su parte, Clevenger y Matthews definen el proceso como una “serie de eventos que ocurren consecutivamente en un orden y en un tiempo definidos. Los eventos están interrelacionados cuando el resultado de un evento influye de tal manera que ocurra otro evento o varios eventos. Los eventos se interrelacionan en un orden temporal cuando, después de que sucede uno, otros lo siguen en alguna secuencia predeterminada o determinable”.¹⁰

En el proceso de la comunicación humana se identifican la fuente o emisor (codificador) –una persona o grupo de personas-, el mensaje (código) –estímulo que se transmite-, el receptor (decodificador) –quien recibe el mensaje o código, lo decodifica y crea significado para él-, el canal –el medio que permite enviar el mensaje-, el ruido –cualquier interferencia en el proceso de la comunicación-, y la retroalimentación –cualquier medida que tome la fuente o el receptor para mejorar el proceso de la comunicación-.

⁸ STEINFATT Thomas M. *Op cit*, p. 22.

⁹ BERLO K. David, *Op. Cit*, p.11

¹⁰ MC ENTEE Eileen, *Comunicación oral*, México, Mc Graw Hill, 1996, p. 39

De acuerdo con los autores aquí mencionados, se puede definir a la comunicación humana como un proceso: una serie de eventos que ocurren consecutivamente, en un orden y tiempo preciso. En la comunicación se intercambia con el interlocutor símbolos comunes y mutuamente comprensibles, y a estos símbolos se les atribuye un significado que permite interpretar y comprender el mensaje.

La comunicación abarca gran variedad de especialidades, entre ellas la comunicación política, y existen múltiples definiciones que nos acercan a este concepto. De acuerdo con Aimée Vega, la comunicación política ha sido definida desde múltiples perspectivas “Como actividad comunicativa con efectos potenciales en la política (Fajen, 1966), como intercambio de símbolos políticos (Meadow, 1980), como elemento potencial en la regulación de la conducta humana cuando ésta se encuentra en una situación de conflicto (Nimmo, 1978), como condición necesaria para la legitimación de las instituciones políticas frente a los ciudadanos (Trent y Friedenber, 1995), como un fenómeno que involucra elementos tales como el poder, la ideología, los conflictos y los consensos (Parés i Maicas, 1990); y finalmente como un espacio más amplio que permea todo el terreno de la actividad política (Wolton, 1992; Gosselin, 1998).”¹¹

La comunicación política, como actividad comunicativa, es fundamental para propiciar la participación ciudadana. Los medios masivos de comunicación desempeñan un papel muy importante en esta disciplina, que “tiende a ser considerada, en términos generales, como aquella área que ‘estudia el papel de los medios de difusión en el mundo de la política e incide en los procesos de comunicación de masas y en el comportamiento político’. Son precisamente los medios de difusión (...) a través del cual se desarrolla el estudio de la

¹¹ **RAZÓN Y PALABRA** “Los Escenarios de la Comunicación Política Mexicana” por Aimée Vega, No. 35, año 2003, Octubre-Noviembre, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n35/avega.html> 22 de octubre de 2012, 22:35 hrs.

comunicación política y la concepción que se tiene de ella desde la teoría y la práctica.”¹²

Los diferentes medios de comunicación en el mundo de la política inciden en los procesos de comunicación de masas, en el comportamiento político y en la participación ciudadana.

La participación ciudadana es un concepto que se encuentra presente en nuestra sociedad como un impulso movilizador enfocado hacia una meta en común; los seres humanos se relacionan y buscan la suma de voluntades cuando quieren realizar un cambio en su entorno o comunidad.

De acuerdo con David Calderón, la participación ciudadana “no es más que otra oportunidad de aprendizaje y desarrollo, una estrategia para favorecer la democracia, una manera de ejercer y ejercitar la ciudadanía. La política de participación debe ser inclusiva y no verse sólo como instrumento para el logro de metas gubernamentales, sino como una vía para el desarrollo y el ‘empoderamiento’ de los miembros, de las instancias de participación”.¹³

En este ejercicio ciudadano de participación, las personas tienen la oportunidad de tomar la palabra para dialogar con diferentes actores sociales y abordar problemas comunes. “Paulo Freire (1972) señalaba, la participación social en educación es un derecho cuyo ejercicio puede llevar a la transformación de individuos e instituciones y, por tanto, a favorecer el desarrollo de culturas más democráticas.”¹⁴

¹² **ORTEGA Ibarra Cecilia**, *Hacia una comunicación política más amplia. Lucha política y comunicación en el golpe de estado en Venezuela (2002)*, Tesis para obtener el grado de maestría en comunicación, FCPyS-UNAM, 2008, p. 9

¹³ <http://www.mexicanosprimero.org/maestros/blog-mexicanos-primero/237-participacion-como-educacion-ii.html> 23 de octubre de 2012, 23:30 hrs.

¹⁴ **OBSERVATORIO CIUDADANO DE LA EDUCACIÓN**, *Participación social en la educación: Del análisis a las propuestas*, México, Observatorio Ciudadano de la Educación A.C., 2008, p. 33.

De acuerdo con la asociación civil *Hacia una Cultura Democrática A.C.*, “Las políticas de participación social presuponen procesos de aprendizaje de los participantes en el corto, mediano y largo plazo, lo cual debe tomarse en cuenta al evaluar resultados, pues se depende de un contexto y de la propia maduración de las políticas y de quienes participan en ellas”.¹⁵

La participación ciudadana debe tener un objetivo, ser efectiva y propiciar la transparencia y rendición de cuentas; la participación parte de una cultura de la información que permita a los ciudadanos conocer, opinar y evaluar los alcances y retos a los que deberá enfrentarse en el ejercicio de su quehacer ciudadano.

En los últimos años, la participación ciudadana ha tomado fuerza mediante la creación de organizaciones de la sociedad civil (OSC). Podemos identificar así a la sociedad civil organizada enfocada en participar e incidir en las políticas públicas, realizar trabajos a favor de diversas causas sociales con la finalidad de aportar en la mejora continua enfocada en determinados sectores de gran interés social, adquiriendo tal relevancia que pueden incluso llegar a convertirse en protagonistas de temas destacados y de gran impacto social, como lo son medio ambiente, derechos humanos, educación, salud, asistencia social, seguridad, prevención de adicciones, apoyo en desastres naturales, por mencionar sólo algunos.

Como lo señala David Calderón “En forma simultánea y, más sorprendentemente, sin un plan previo y en la mayor independencia unas de otras, brotaron en diversos países organizaciones creadas por líderes de la sociedad civil, académicos, estudiantes y empresarios que comparten la visión que la promoción de una educación inclusiva y de calidad para todos nuestros niños y jóvenes es una de las estrategias más eficaces para producir avances sociales y económicos para los habitantes de nuestro continente. Cada uno lo conjuga con

¹⁵ Ídem. p.46

un matiz diferente, pero el mensaje es el mismo: la educación es un derecho, es la clave de la justicia y prosperidad, es una responsabilidad de todos.”¹⁶

Encontramos así ciudadanos actuando y participando en beneficio de un bien común, movidos por la necesidad de un cambio y organizados con la finalidad de promover o impulsar una causa, en este caso el tema educativo y la educación como un derecho fundamental del ser humano.

Un movimiento social surge como respuesta a una situación que requiere de atención y análisis urgente, que permita identificar el problema desde su base u origen y situarlo en el contexto social, económico y político en el que surge. De acuerdo con Manuel Castells, los movimientos sociales “nacen y se desarrollan en los hechos cotidianos, planteando nuevos problemas y lanzando nuevos desafíos”.¹⁷

Como refieren Laura Collin Harguindeguy y Rafael Molina, “las Organizaciones de la Sociedad Civil han adquirido un protagonismo inusual desde al menos hace quince años. Se las considera las protagonistas de una nueva forma de gobierno, la gobernanza, según Lecay, se las convoca a integrar consejos consultivos en las dependencias gubernamentales, en los que supuestamente se definen las políticas públicas y los programas, se invita a sus dirigentes a incorporarse en la conducción de programas de gobierno, sobre todo de contenido social.”¹⁸

El trabajo de las OSC ha logrado incidir en las políticas públicas y con ello han contribuido al desarrollo social en nuestro país, tal y como ha sucedido por ejemplo con organizaciones como “México Unido contra la Delincuencia” en seguridad pública; “Causa en Común” a favor de una ciudadanía responsable y rendición de cuentas; “Alto al secuestro” que lleva a cabo acciones que

¹⁶ EL FINANCIERO. Sección Opinión, p.22, “Un movimiento continental por la educación” por David Calderón, 21 de septiembre de 2001. pág.22

¹⁷ CASTELLS Manuel, *Movimientos sociales urbanos*, México, Siglo XXI Editores, 17ª edición, 2008, p.116

¹⁸ <http://nuevomundo.revues.org/47723> 21 de noviembre de 2012, 15:37 hrs.

contribuyan a erradicar la criminalidad, violencia e inseguridad en México; y “Mexicanos Primero” promotor de la educación de calidad en México, “potenciador y catalizador de transformaciones educativas que nuestro país necesita, desde la trinchera ciudadana”¹⁹.

Todas estas OSC mencionadas, han aportado con sus iniciativas, información y acciones para incidir en la transformación y desarrollo de políticas públicas en México.

¹⁹ **MEXICANOS PRIMERO**, “Informe Anual 2012”, México, 2013, p. 4.

1.2 La agenda pública en los medios de comunicación

Todos los días la sociedad recibe y está expuesta a diferentes mensajes y medios de comunicación. En esos mensajes se abordan temas que la mayoría de las veces no resultan del todo desconocidos, pues se escuchan constantemente durante cierto tiempo por diferentes medios, impresos o electrónicos, con tal insistencia que pueden llegar a convertirse en tema de conversación para diferentes grupos o sectores de la sociedad.

De acuerdo con Maxwell McCombs, las noticias que recibimos diariamente y que informan de los últimos acontecimientos y los cambios que suceden en un entorno más allá de nuestra experiencia inmediata, a través de la prensa, televisión e internet, no sólo se limitan a señalar la existencia de hechos y asuntos importantes. “Los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público es lo que se ha dado en llamar la fijación de la agenda por parte de los medios informativos”.²⁰

En nuestro entorno existe infinidad de mensajes susceptibles de convertirse en temas de la agenda pública. La agenda pública se construye a través de la valoración que los medios de comunicación le dan a ciertos temas posicionándolos en el debate público. Los medios de comunicación, de acuerdo con su línea editorial, le asignan una valoración distinta a cada temática social.

Manuel Tamayo y Ernesto Carrilo refieren en su artículo “La Formación de la agenda pública”, que “para McCombs y Saw (1972) la agenda pública sería como una especie de espejo en el que se reflejan los temas a los que dan cobertura prioritaria los medios de comunicación. Desde esta perspectiva, los

²⁰ **McCOMBS** Maxwell, *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, España, Paidós, 2006, pág. 24

medios no influirían tanto en las actitudes de los ciudadanos como en las percepciones cognitivas de cuáles son los temas más importantes”.²¹

De forma general, podría decirse que los ciudadanos identifican los problemas principales de su entorno y país al identificar en los noticieros, periódicos, revistas, etc. el tema o los temas que destacan los medios de comunicación, cada uno de acuerdo con su línea editorial.

Como lo señala Maxwell McCombs, “los periódicos nos hacen llegar una multitud de pistas sobre la importancia, en términos relativos, de los temas de su agenda diaria. Esa noticia que abre la primera página interior, el tamaño de un titular o, incluso, la longitud de una noticia..., todo eso nos está hablando de la relevancia de los temas de la agenda informativa. Y en los sitios web, nos encontramos con pistas parecidas. En cuanto a la agenda informativa de la televisión, su capacidad es más limitada, por lo que, hasta una pequeña mención en el telediario de la noche ya nos está diciendo a las claras que esa cuestión tiene relevancia. En cambio, hay otras pistas que nos vienen dadas por su ubicación en el programa y por la cantidad de tiempo que dedican a la noticia.”²²

La información o nota que cada medio informativo decide publicar y en consecuencia repetir día tras día, ya sea a través de notas informativas, entrevistas, declaraciones de actores involucrados, reportajes o artículos y columnas, son los asuntos que cada uno de los medios informativos ha destacado como el tema más fuerte a difundir de todos los mensajes, para influir en la opinión pública, resaltando su importancia y posicionar el tema como un asunto relevante dentro de la agenda mediática.

²¹http://codex.colmex.mx:8991/exlibris/aleph/a18_1/apache_media/MII4C2PP55H6B6YAF54A87YJ6GFR6U. pdf, 24 de octubre de 2012, 13:45 hrs.

²² **McCOMBS** Maxwell, *Op. Cit.* pág. 24

De acuerdo con Maxwell McCombs, “El público echa mano de esas pistas de relevancia que le dan los medios para organizar su propia agenda y decidir, de este modo, cuáles son los temas más importantes. Y a base de tiempo, esos temas donde las informaciones han puesto el acento se vuelven también los más importantes en la consideración pública. En consecuencia, la agenda de los medios informativos se vuelve, en gran medida, la agenda pública. En otras palabras, los medios informativos establecen la agenda del público, situando un tema en su repertorio de manera que se vuelve el foco de su atención y de su pensamiento –y, tal vez, de su acción–, constituye el nivel inicial en la formación de la opinión pública.”²³

La exposición constante de la información proporcionada por los medios masivos de comunicación, y su influencia para posicionar determinados temas en la agenda pública, al seleccionar y destacar las noticias sobresalientes del día, entre la infinidad de información considerada de interés general, logran influir en la opinión pública al decidir los temas que deben estar al centro del debate, posicionándolos como asuntos de interés por su importancia o impacto social.

²³ *Ídem.* p. 25

1.3 Los medios de comunicación en México y su responsabilidad social

Los medios de comunicación ocupan un lugar destacado en la toma de decisiones, ya que tienen la facultad de transmitir y difundir información que influye sobre la opinión pública y orientan los temas de discusión política, económica y social.

Carlos Marín afirma que “las empresas periodísticas, cualquiera que sea el medio que empleen, son localizadoras, procesadoras y transmisoras de información. Se dedican a la recopilación, al manejo, a la difusión de datos y de opiniones de interés público, y realizan este trabajo de manera periódica, oportuna, verídica y verosímil.”²⁴

Al ejercicio periodístico le corresponde ser oportuno, veraz e imparcial; sin embargo, estas cualidades no necesariamente se aplican en la realidad, como lo señala Marín: “Implícita o explícitamente, cada texto periodístico entraña una carga subjetiva que se origina en la formación de quien lo escribe y en el interés económico, político, ideológico de cada empresa periodística. El periodismo es entonces, de manera inevitable, intrínsecamente parcial. Su ejercicio –fluidez de informaciones y opiniones- incide en la modelación de criterios y en la respuesta social para que las estructuras económicas, políticas y sociales se mantengan, sufran retrocesos o se perfeccionen.”²⁵

La información que los diferentes medios de comunicación difunden sobre el acontecer nacional, aporta a la opinión pública elementos para formarse una opinión y tener argumentos sobre determinado tema o hecho noticioso, “la información y la interpretación del acontecer público no constituye un fin, sino que aportan elementos para que el individuo conozca, descarte, analice, calcule, suponga, combata, proteste, reclame, decida.”²⁶

²⁴ **MARÍN**, Carlos, *Manual de periodismo*, México, Grijalbo, 3ª. reimpresión, 2005, p. 10

²⁵ Ídem, p. 12

²⁶ Ídem, p.12

De ahí que el periodismo, como señala Marín, actúa como estimulante del cambio social y por lo mismo quienes lo ejercen tienen la responsabilidad de informar con apego a la veracidad periodística, y evitar tergiversar, mentir y ocultar información, ya que la objetividad determinará el aprecio o desprecio público de la ética periodística que aplica cada medio de comunicación y los periodistas.

De acuerdo con Carlos Marín, el “problema endémico de esta disciplina pública en México, es la corrupción de instituciones oficiales, funcionarios, empresas informativas y periodistas, lo cual determina despliegues, omisiones y retorcimientos interesados en prensa, radio y televisión.”²⁷

Lo anterior, señala Marín, se hace presente “a través de oficinas de ‘información’ y ‘comunicación’, mediante dádivas (embute), boletines (que dan cuenta sólo de lo que conviene a los funcionarios en turno) y publicidad abierta (anuncios comerciales) y oculta (gacetillas: publicidad disfrazada de ‘información periodística’), esas oficinas operan como diques para contener o dosificar el libre flujo de información, en oposición directa a una libertad natural y a un precepto constitucional (el artículo sexto que garantiza la libertad de expresión).²⁸

Desafortunadamente, algunas empresas periodísticas anteponen sus objetivos económicos e intereses a la calidad profesional de sus publicaciones y noticiarios. “Lejos de satisfacer las necesidades de información que tiene la sociedad mexicana, muchas empresas de comunicación constituyen descarados negocios que supeditan la información a la obtención de utilidades y sobreviven gracias al subsidio del gobierno a título de ‘publicidad’, y no por los recursos que debieran obtener de dos únicas y legítimas fuentes: un público interesado en el periodismo confiable y un servicio transparente de contenidos publicitarios.”²⁹

²⁷ *Ibidem* p. 13.

²⁸ *Ídem* p. 13

²⁹ *Ídem*, p.14

Por su parte, Jorge Medina Viedas, señala que los medios de comunicación deben esforzarse diariamente por alcanzar un periodismo equilibrado, racional y comprometido con la comunidad.

Como lo afirma Medina “los buenos periodistas deben saber manejar las presiones de la tecnología y de los intereses que están detrás de la empresa donde laboran, o de un partido o de una ideología. Las buenas empresas periodísticas, por su parte, deben construir sus propios equilibrios a fin de que con su civismo y su compromiso social frenen aquellas fuerzas interesadas en implantar las visiones en blanco y negro o las de todo o nada, que son especialmente dañinas para una sociedad democrática. En muchos sentidos parece razonable lo que afirma Fallows: la vida no es todo o nada ‘se supone que los maestros sean exigentes sin ser sádicos. Los bomberos rompen puertas cuando es necesario, sin destruir controladamente la propiedad. Y así con sentido común, los periodistas pueden evitar virtualmente todos los peligros ahora adjudicados al periodismo’” .³⁰

En este sentido, Carlos Marín advierte que de ninguna manera situaciones como las señaladas anteriormente debe ser un elemento de desaliento para ejercer el periodismo o demeritar la labor del periodista, ya que “practicado con responsabilidad y conciencia, es una de las disciplinas que generan las mayores satisfacciones: para la sociedad, en cuanto que propicia el conocimiento, el diálogo, la confrontación de las cuestiones públicas y –consecuentemente– la democracia; y para quien lo ejerce, porque coloca a los periodistas en los primeros planos del quehacer público, cuando se ocupa de la búsqueda, obtención, procesamiento y difusión de los acontecimientos más relevantes.”³¹

Por otra parte, como afirma Marín, si bien las empresas periodísticas tienen objetivos económicos, las más exitosas entre la opinión pública son las que no sobreponen el interés económico a la calidad profesional de sus publicaciones y

³⁰ MEDINA Viedas, Jorge, *Los medios en la política*, México, Ediciones Cal y Arena, 2000, p. 236.

³¹ MARÍN, Carlos, *Op. Cit.* p. 14

noticiarios, así como el respeto y reconocimiento que un periodista o reportero adquiere en su propio gremio y reconocimiento social por su trabajo profesional y objetivo, al investigar y mostrar siempre las diferentes voces y hechos de un suceso, sin anteponer los intereses personales.

Medina Viedas coincide en que “hoy tenemos que comprender que la información funciona como una mercancía en condiciones semejantes a otras que existen en el mercado, la cual se somete mucho más a las leyes de la oferta y la demanda y mucho menos a criterios sociales o éticos”.³²

No se debe olvidar que los cambios tecnológicos han generado una gran competencia entre las empresas periodísticas y la oferta de información en redes sociales y portales electrónicos de noticias, lo que obliga a dichas empresas a buscar nuevos mecanismos que agilicen y hagan más eficiente su demanda con productos que su público objetivo esté interesado en consumir y que les retribuya en ventas.

Como lo señala Medina al citar a Juan Luis Cebrián, los periodistas deben entender que para servir se necesita compromiso con la verdad, consigo mismos, con sus valores y prácticas que exige su profesión. “Profesionalidad es, pues, la clave. Profesionalidad frente a las presiones –sean de la propia empresa, del poder político o publicitario, o de la opinión reinante en la sociedad-. Profesionalidad ante los sectarismos que nacen de las propias manías de los redactores, de sus bienes particulares, de sus afrentas y ensoñaciones. Profesionalidad, consistente en no dar noticias que no estén debidamente comprobadas, no ocultarlas por motivos ajenos al interés del lector o del televidente, no manipularlas en beneficio de nadie y no escatimar opiniones y análisis al respecto, por contradictorios que sean con el propio sentir o con la línea oficial de la empresa.”³³

³² MEDINA Viedas, *Op. Cit.*, p. 230

³³ Ídem, p. 240.

Medina argumente que aún no hay un mejor instrumento social que la profesión de un periodista y los medios de comunicación para que la sociedad lleve diariamente un registro de la realidad; esto sólo lo da el periodismo ejercido con inteligencia y creatividad, que logre transmitir con claridad los sentimientos o describa y narre un hecho o evento que afecte el entorno social. Los medios de comunicación han adquirido gran importancia por su protagonismo social y su presencia, ya que han logrado ser generadores de una conciencia colectiva. Los medios de comunicación no deben ser meros transmisores de un discurso o “reproductores sumisos de un discurso autoritario del poder político y económico. Por el contrario: los medios de comunicación tienen el derecho y el deber de promover el cambio social o inspirar la discusión y el debate abierto y crítico de la realidad del entorno”.³⁴

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, se tiene que la mayoría de las veces, los medios de comunicación y los reporteros realizan su trabajo dentro de un contexto en el que, por una parte, les corresponde lidiar con la oportunidad de cumplir con su compromiso social de informar con veracidad y objetividad, y por la otra sujetarse a ciertos intereses que pueden ser susceptibles a la apertura o a la cerrazón; es así que si una información no viene revestida de cierto filo que la haga noticiosa, a pesar de que sea un tema de gran interés social como la educación, no será merecedor de lograr un espacio en los medios de comunicación, pues generalmente se dice que “la nota es lo que vende”.

Los medios de comunicación son una empresa que vende noticias, y cada uno ofrece una interpretación distinta sobre un mismo hecho y se enfoca a distintos actores sociales. De acuerdo con su perfil y público objetivo hacen una selección de la información y rescatan los hechos noticiosos acorde al perfil de sus audiencia y línea editorial.

³⁴ *Ibíd.*, p. 243.

Debido a su gran alcance, los medios de comunicación cumplen un papel destacado en la formación de la opinión pública, por ello dentro de una sociedad democrática, los medios deben cumplir el compromiso ético y responsable de informar de forma oportuna, veraz e imparcial.

Los reporteros, como “primer eslabón” en la cadena de la información deberán ejercer su labor con responsabilidad; buscar y promover la verdad de la información transmitida a los lectores, dando voz a diversos actores sociales y ejerciendo su derecho de libertad de expresión y de información, sin hacer a un lado el uso responsable de los medios de comunicación; por su parte los medios de comunicación deberán promover la búsqueda y difusión de la verdad, que promuevan la información abriendo sus espacios a diferentes puntos de vista y voces sobre un mismo hecho noticioso, que oriente a la opinión pública y le brinde herramientas para formarse un juicio, que le permita no solo tener una opinión informada, sino también le aporte elementos para cuestionar y argumentar.

1.4 El tema educativo en los medios de comunicación

Frente a la agenda nacional, las noticias sobre educación son generalmente escasas. Sin tomar en cuenta la importancia que tiene este tema para el desarrollo social y económico del país, en los medios de comunicación lo educativo se ha mantenido en segundo término. Encontramos así que los medios en nuestro país no dedican un apartado o sección especial para abordar el tema, y generalmente se incluye dentro de secciones como sociedad, política o nacional.

Así, lo típico en los diferentes medios impresos y electrónicos es la falta de una sección dedicada al tema educativo, a diferencia de otros temas que se publican habitualmente, por ejemplo: cultura, espectáculos, negocios, justicia, tecnología, sociedad, política, entre otros; ocasionalmente podemos encontrar dentro de estas secciones el tema educativo, de acuerdo con el ángulo en el que cada medio destaque o enfoque la nota.

Como lo señala Delia Covi, “la presencia del sector educativo en los canales de televisión se caracteriza por diluirse en programas diversos, en general noticiosos o programas de entrevistas y entretenimiento, generalmente programados en horas de la mañana. No hay espacios propios para la Escuela, es decir, programas donde se trate su problemática. En general el tema se vincula a aspectos políticos, al cumplimiento de metas de programas gubernamentales, a evaluaciones realizadas por organismos internacionales y a los costos de útiles escolares y de colegiatura de la educación privada. En el momento de inicio del ciclo escolar de los niveles básicos y medio, la educación aparece directamente vinculada con el entorpecimiento del tránsito que produce la masiva movilización de estudiantes hacia planteles educativos. Mención especial merecen, tanto en televisión como en los demás medios, los actores destacados del ámbito educativo (Secretario de Educación Pública, líderes sindicales, rectores de

universidades, funcionarios públicos, etc.) como fuente de opinión e información sobre ciertos aspectos vinculados a la educación.”³⁵

La educación no suele ser un asunto relevante para los medios de comunicación, a menos que se trate de temas coyunturales; por ejemplo, que se hable de resultados nacionales e internacionales que nos posicionan en un bajo nivel educativo, así el tema se convierte en noticia, pero su seguimiento no va más allá de dos o tres días y pierde fuerza en los días subsecuentes hasta olvidarse en la ola noticiosa.

El esfuerzo por posicionar a la educación en la agenda pública requiere un hecho noticioso; las buenas noticias no destacan a menos que sean novedades; en una rueda de prensa se debe “vender” la nota a los reporteros como si fuera un producto, para que ellos a su vez logren “vender” a su redacción, esa noticia.

Como resultado, el comportamiento de la prensa frente a la escuela o acontecimientos que se enmarcan en el plano educativo, suele emigrar hacia el ámbito político, social o económico, desde donde se difunde, según haya surgido la información.

Sin embargo, señala Covi, “vale la pena tomar en cuenta algunas secciones referidas al ámbito educativo que se incluyen en los periódicos de mayor circulación. Por ejemplo, Reforma publica una vez al mes una pequeña revista llamada Los Universitarios, donde plasma notas vinculadas a los proveedores de educación superior y alumnos. Este suplemento ha ido evolucionando cada vez más hacia la detección de nuevos usuarios de servicios educativos, comportándose como un publrreportaje en lugar de ser una sección verdaderamente informativa. En este mismo suplemento durante algunos años el periódico publicó una vez al año un ranking de “las mejores universidades nacionales” según algunas categorías que ellos mismos establecieron, la falta de

³⁵ **Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado.** “Observar y analizar la educación desde la ventana de los medios” por Delia Covi Druetta, Nº 59-60, 2007, p. 25-26

solvencia metodológica hizo dudar de estos resultados que, sin embargo, algunas instituciones privadas aprovecharon como argumento para comercializar sus servicios.”³⁶

También es importante destacar el esfuerzo que en fechas recientes han realizado algunos medios de comunicación, quienes con esfuerzos similares al del periódico Reforma, han tratado de poner el tema educativo en la agenda mediática como por ejemplo El Universal, que publica con cierta periodicidad un suplemento especial dedicado a la educación superior, y Milenio con su suplemento semanal dedicado a la información y análisis de la educación titulado Campus Milenio.

En este sentido, Delia Covi afirma que “en un país signado por los intereses económicos de los grandes grupos mediáticos, construir una imagen diferente de la Escuela y del sector educativo en su conjunto va más allá de filtrarse en las noticias de los telediarios o programas radiofónicos matutinos (...) Y en ese más allá está la urgencia de construir una estrategia dinámica que penetre en las agendas y llegue hasta las puertas de las políticas públicas de la educación, sin perder el sentido de la crítica, sin dejar de alimentar la controversia y apuntar los desatinos de medios y gobiernos.”³⁷

Ante este panorama del tema educativo en los medios, es necesario reconocer el trabajo periodístico que tuvo el periódico Reforma el 16 de octubre del 2012, con la publicación de una sección especial sobre educación; que a lo largo de sus 14 páginas publicó artículos, notas y reportajes; fuera de ello, a la fecha no se ha repetido una edición similar en éste u otro periódico.

A pesar de estos esfuerzos que se han presentado de forma aislada, la educación no se tiene contemplada por los editores como un tema central para que los periódicos de circulación nacional le otorguen una sección especial dentro de su edición diaria. Las características propias de cada medio de comunicación

³⁶ *Ibidem* p. 27

³⁷ *idem* p. 34

son también una condición en la forma en que se emite y recibe la información, por lo que las noticias se muestran de forma distinta de acuerdo con el medio y de lo que cada uno quiere transmitir. Cada uno destacará y valorará de forma distinta la información, dependiendo de diversos factores como el grupo editorial (periódicos), fijación de tiempos (radio), el predominio de la imagen sobre el contenido (televisión).

CAPÍTULO II. MEXICANOS PRIMERO COMO OSC A FAVOR DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA PARA MEJORAR LA CALIDAD EDUCATIVA

2.1 Antecedentes y objetivos de Mexicanos Primero

Mexicanos Primero inicia su fundación en 2004, cuando Fernando Landeros y Claudio X. González Guajardo, dedicados a proyectos sociales y filantrópicos, coincidieron en la necesidad de emprender iniciativas que favorecieran las condiciones de vida de los mexicanos y en consecuencia aportaran al desarrollo del país.

En un principio, los esfuerzos de Landeros y González Guajardo se concentraron en la organización de festivales o eventos con el objetivo de reunir fondos destinados al apoyo de causas sociales y culturales, como por ejemplo campañas para becas, recaudación para ofrecer aulas de cómputo, mantenimiento a infraestructura o instalación de aulas informáticas en escuelas públicas; iniciativas a favor de la salud, la atención a la discapacidad o el impulso a la nutrición de la niñez y juventud en México; promover una mayor conciencia sobre la importancia de la biodiversidad y del uso sustentable de nuestros recursos naturales; divulgación de las artes, las humanidades y las ciencias en México, entre otras acciones.

Fernando Landeros y Claudio X. González crearon un equipo de trabajo junto con David Calderón Martín del Campo, quienes realizaron una investigación sobre los principales problemas sociales que afectan a México y le impiden su desarrollo pleno, así como la viabilidad de atender y aportar soluciones y acciones concretas desde la sociedad civil. Observaron que si bien las acciones a favor de las causas sociales aportaban a mejorar las condiciones de vida de miles de mexicanos, el esfuerzo no era suficiente para influir en las políticas públicas nacionales, por lo que analizaron cuál sería la mejor opción para ello. Revisaron cuáles eran los indicadores y el impacto global en el bienestar que pueden tener

las mejoras en diversos temas sociales, por ejemplo el medio ambiente, la salud, la educación o la seguridad, entre otros.

Después de realizar un análisis y revisión de los principales problemas que afectan a la sociedad mexicana, y que impiden avanzar y lograr el desarrollo pleno del país, optaron por elegir el tema educativo como el eje central y principal foco de sus acciones, ya que coincidieron en que tener una mejor educación establece las condiciones para tener una mejor vida como personas, en la comunidad, entorno social y en el país.

Después de varias rondas con expertos en los diversos temas, confirmaron que en la mayoría de los casos, la calidad del sistema nacional de educación tiene el potencial de actuar como “factor precipitante”, es decir, que los cambios para el bienestar de la población en general, en los diversos temas, para poder ser sustentables y mantener su dirección en el tiempo, requieren de ciudadanos empoderados, críticos y creativos, y que la educación de calidad puede marcar esa diferencia en sus vidas.

Apostar a un cambio a través de la educación de calidad representaba un reto importante, pues ya muchas organizaciones realizan, con gran reconocimiento, entregas de beneficios tangibles para poblaciones vulnerables. Hacía falta un aporte distinto que complementara esos beneficios sociales y ayudara a cambiar desde su origen, aquello que condiciona y reproduce la falta de desarrollo en las capacidades de las personas, y propicia la desigualdad social.

De acuerdo con Claudio X González, “las reformas estructurales son, sin duda, cambios que al país le urgen. Pero la reforma más importante es la educativa. Sin ciudadanos educados no van a servir de gran cosa mejoras regulatorias, ajustes laborales, rediseños fiscales. Para los cambios económicos estamos suponiendo un mínimo de capital humano, trabajadores productivos, y para los cambios políticos estamos considerando una comunidad participativa,

ciudadanos activos. Pero no hemos hecho lo suficiente, como país, para consolidar esa premisa, premisa que es a la vez promesa.”³⁸

Fernando Landeros, Claudio X. González y David Calderón decidieron emprender el reto de aportar desde la sociedad civil propuestas para impulsar la educación de calidad en México, así como señalar las acciones que no aportaban al tema educativo. Decidieron formar una organización civil, sin fines de lucro, que funcionara como un programa de incidencia y defensoría; así como otros se encargaban, en sus respectivas asociaciones, de ampliar la oferta educativa (a través de becas, computadoras o cursos), a Mexicanos Primero le correspondería cualificar la demanda educativa: hacer saber a los ciudadanos en general, y a los padres en particular, en qué consiste la educación de calidad que es derecho de los mexicanos, y cuáles son los cambios de reglas y de prácticas, en el gobierno y en la sociedad, que son necesarios para alcanzarla.

Para González Guajardo promover un cambio social desde la educación “no es sólo cuestión de viabilidad económica y de gobernabilidad política. Es ante todo un tema de derechos. El derecho a la educación de calidad es un derecho habilitante, porque permite crear una base mínima para ejercer y exigir los demás derechos. El derecho a la educación de los mexicanos se conculca cada vez que el aprendizaje se frena o se limita, no por razón de la capacidad personal de nuestros niños, niñas y adolescentes, sino por la simulación, la ventaja personal, la soberbia y la opacidad de los adultos con responsabilidades concretas.”³⁹

La decisión de crear una Organización de la Sociedad Civil (OSC) que trabajara a favor del tema educativo, dio paso a pensar en el nombre que diera identidad y concentrara los esfuerzos del grupo de personas que visualizaron un cambio social en México a través del reto de impulsar la educación de calidad, que situara a los mexicanos dentro de primeros lugares de los países en desarrollo,

³⁸ MEXICANOS PRIMERO, “Informe Anual 2009”, México, 2010, p. 5

³⁹ MEXICANOS PRIMERO, “Informe Anual 2010”, México, 2011. p. 5

“poner a los mexicanos primero, antes que ninguno, a las niñas, los niños y jóvenes en su derecho a aprender”⁴⁰, fundándose así Mexicanos Primero.

Desde su presentación pública en 2008, Mexicanos Primero concentra la “vocación de ejercer vigilancia ciudadana sobre las políticas públicas, poner atención a las buenas prácticas que ya ocurren en nuestro país y el mundo, documentar con rigor los avances y retrocesos, articularnos con otros actores en la construcción de la confianza y en acción concertada.”⁴¹

Mexicanos Primero se ha destacado desde entonces como una iniciativa ciudadana, independiente y plural, creada para impulsar el derecho de los niños a la educación de calidad y contribuir a una cultura cívica de corresponsabilidad, transparencia y rendición de cuentas. Se ha propuesto incidir en la política pública a través de la participación democrática, con evaluación y propuestas fundadas en evidencia de rigor académico, vinculación con los actores involucrados en el tema educativo y mediante una comunicación de alto impacto.

Las acciones de Mexicanos Primero se concentran en la educación básica, especialmente en el valor de transformación y equidad que representa la escuela pública, reconociendo a los maestros como el principal agente de transformación de los resultados educativos.

“Mexicanos Primero está integrado por cuatro órganos:

El Consejo Directivo: conformado por los asociados fundadores de la iniciativa, quienes definen por consenso las líneas de acción bajo el liderazgo del presidente y del director de la organización.

⁴⁰ Ídem. p. 6

⁴¹ Ídem. p. 5

El Patronato: integrado por jóvenes empresarios, quienes invierten –en un sistema de membresía- para fondear la operación y el patrimonio de la organización.

El Consejo Académico: expertos y académicos en el ámbito educativo y social que consultamos pro-bono.

El Equipo: conformado por profesionistas comprometidos por la causa, con dedicación de tiempo completo y alta interacción.”⁴²

⁴² MEXICANOS PRIMERO, *Op. Cit.* p. 6

2.2 Misión y visión de Mexicanos Primero

A través de sus acciones, Mexicanos Primero convoca a respetar el derecho de las niñas, niños y jóvenes a recibir una educación de calidad, mediante acciones muy puntuales, tales como: el monitoreo de resultados educativos en México y el mundo; la investigación y generación de propuestas; la construcción de acuerdos y la movilización ciudadana.

La misión que tiene Mexicanos Primero es “impulsar el entendimiento y la corresponsabilidad en torno a las prioridades nacionales, comenzando por la educación.

Tiene la visión de ser promotor de una transformación en la cultura cívica, forjando instrumentos de participación, compromiso y exigencia ciudadana.”⁴³

Las propuestas de esta Organización de la Sociedad Civil, están respaldadas por investigaciones rigurosas, orientadas a propiciar la participación de todos mexicanos en las decisiones educativas mediante un gran esfuerzo de comunicación y vinculación.

De acuerdo con Mexicanos Primero, la participación de los padres de familia, maestros y ciudadanos es fundamental para el cumplimiento de las metas. Se propuso así trabajar de forma coordinada con todos los actores sociales; para ello, se ha dado a la tarea de emprender las siguientes acciones: “Impulsamos a los padres y madres de familia, maestros, alumnos, empresarios, sociedad organizada y ciudadanos a ejercer un rol activo en la educación.

Involucramos a los líderes sociales para que la prioridad educativa sea asumida como propia.

⁴³ MEXICANOS PRIMERO, *Op. Cit.* p. 6

Propiciamos el diálogo con los académicos y expertos nacionales e internacionales, para contar con un punto de referencia y de mejora continua en el tema educativo.

Construimos puentes con autoridades educativas federales y estatales, legisladores, el sector privado, organizaciones de la sociedad civil, el sector académico y organizaciones sindicales para concretar una educación de calidad y con acceso universal para los niños, niñas y jóvenes mexicanos.

Convocamos a las autoridades federales y estatales, dirigentes de partidos y legisladores para que se comprometan en la instrumentación de las políticas públicas que eleven la calidad educativa en nuestro país.

Sumamos a los medios de comunicación de mayor alcance, para que el tema de la educación de calidad sea reconocido y se convierta en patrimonio común.”⁴⁴

Las convicciones de esta organización de la sociedad civil están fundamentadas en la voz de los ciudadanos, por ello ha identificado como principios los siguientes diez conceptos:

“1. Sólo la educación de calidad cambia a México. La justicia y prosperidad del país dependen de la calidad de la educación.

2. La verdadera independencia y libertad está en la educación. La calidad educativa es indispensable para la movilidad social y la autodeterminación de las personas.

3. El derecho de los niños es primero. Las negociaciones de los adultos no pueden prevalecer sobre las oportunidades vitales de los niños.

⁴⁴ MEXICANOS PRIMERO, “Informe Anual 2009”, México, p. 7

4. Que no falte ninguno. Los niños y jóvenes tienen derecho a seguir en la escuela y le debemos atención a cada uno, a toda situación de desventaja, limitación o riesgo de abandono.

5. Los maestros son nuestros y son la clave para avanzar. Ningún sistema excede la calidad de sus maestros, el maestro debe responder a la comunidad y ser apoyado por ella.

6. Lo que no se evalúa no se puede mejorar, lo que no se transparenta no se puede cambiar. Es necesario medir el logro de todos los actores, todo el tiempo y activar las consecuencias. Divulgar la información educativa impulsa más el cambio que la mayoría de las mejoras técnicas.

7. Ni un paso atrás, siempre avanzar. La verdadera reforma educativa nunca termina; las reformas se miden por el logro, no por las promesas.

8. La escuela no es de gobierno, es nuestra. La educación es responsabilidad de todos y la escuela pública es patrimonio irrenunciable de los mexicanos.

9. La escuela es el proyecto de la comunidad, no su reflejo. La escolaridad debe servir para romper el círculo de dependencia y marginación; no debe haber pobres escuelas para pobres.

10. El lugar de México en el mundo es el lugar de mi hijo en la escuela. La competitividad y productividad de la nación se ganan en la calidad de lo que ocurre en cada aula.”⁴⁵

⁴⁵ Ídem p. 8

Mexicanos Primero se ha propuesto incidir en la política pública mediante la participación social. Las propuestas que difunde busca que se produzcan las decisiones de política pública que garanticen el derecho a la educación de calidad; por ello proponen un Decálogo que refleja los diez principios que lleven a transformar el sistema educativo de México, a saber:

1. “Formar, reclutar, evaluar continuamente y conocer a los maestros como factor clave para la mejora educativa, impulsando la consolidación de su preparación continua, labor pedagógica y liderazgo positivo en el aula.

2. Ampliar significativamente la participación social en la toma de decisiones y en la rendición de cuentas sobre educación, a nivel sistémico y escuela por escuela.

3. Favorecer la mejora radical de las prácticas educativas que lleve a los alumnos mexicanos al aprendizaje para la vida y que fomente la continuidad de nivel a nivel.

4. Establecer la suficiente autonomía para cada escuela de manera que pueda asumir plenamente la responsabilidad sobre los resultados de su labor educativa.

5. Sistematizar los incentivos y sanciones de manera justa y transparente, detallando las consecuencias del ejercicio de la responsabilidad en todos los participantes del proceso educativo.

6. Alcanzar la certeza y autonomía de la evaluación como instrumento para orientar y asegurar la calidad educativa.

7. Poner en marcha mecanismos compensatorios eficientes para revertir la deserción y el rezago, atendiendo la equidad en el derecho al logro educativo.

8. Establecer la educación valoral como tarea de la comunidad educativa verificando el alcance de las competencias ciudadanas.

9. Aplicar en forma intensa y coherente las tecnologías de la información y de la comunicación como aceleradores para cerrar las brechas educativas.

10. Lograr el cambio en la proporción del gasto educativo público de manera que se utilice con mayor eficiencia y dé cabida a la mejora y la innovación basadas en evidencia.”⁴⁶

Mexicanos Primero propone implementar instrumentos de exigencia ciudadana para observar y evaluar desde la sociedad civil el esfuerzo de los gobiernos federal y estatal en materia educativa. Estas acciones se orientan a favor de un cambio de cultura cívica y de una transformación de impacto a través de la conformación de una red extensa y activa de ciudadanos informados, participativos y exigentes.

⁴⁶ MEXICANOS PRIMERO, *Op. Cit.* p. 9

2.3 La educación como base del desarrollo social

Mexicanos Primero asegura que “Sólo la educación de calidad cambia a México”, pues no sólo se debe hablar de cantidad y/o cobertura en educación, se debe poner especial énfasis a la calidad educativa. Es necesario que los niños y jóvenes mexicanos no sólo tengan acceso a la escuela, sino que también se cumpla con su derecho a recibir educación de calidad.

La experiencia internacional refleja que en donde hay calidad educativa existe desarrollo, hay más competitividad, más democracia, mayor respeto a los derechos humanos; en ese sentido, es importante buscar la transformación del sistema educativo nacional, porque en México las autoridades educativas se han enfocado más en atender la cobertura educativa que en ofrecer educación de calidad; por lo que es urgente proponer soluciones a esta problemática, pensando que si se resuelve lo educativo, los resultados positivos influirán en el entorno social y las principales problemáticas por resolver en nuestro país.

“Sólo la educación de calidad cambia a México”, de acuerdo con Claudio X. González, “Es una idea, sencilla y poderosa, funge como punto de referencia para nuestros esfuerzos. El cambio al que nos referiremos es el más trascendente, el de más alta prioridad. México cambia sólo si los mexicanos cambian. Nuestra sociedad puede ser más segura, más productiva, con mayor movilidad, con mejores resultados en salud, en distribución del ingreso y en ciudadanía sólo si la educación cumple su papel liberador e impulsor”.⁴⁷

González Guajardo asegura que “Cuando en Mexicanos Primero hablamos de ‘calidad educativa’ no nos referimos a una excelencia ostentosa, que es deseable pero no obligatoria lograr. No; o la educación es de calidad, o se está violentando el derecho de las niñas y los niños a tener oportunidades equivalentes

⁴⁷ MEXICANOS PRIMERO, *Op. Cit.*, p. 5

en la vida. La calidad educativa representa un reto para sacudirnos la complacencia, la mediocridad, la pasividad.”⁴⁸

En México existe un enorme rezago educativo, hablando de calidad y cantidad, en educación pública y privada, y aunque la Secretaría de Educación Pública ha documentado cierto avance en los resultados educativos de nuestro país, éste es aún insuficiente para comparar el resultado de los estudiantes de educación básica frente a sus similares del resto del mundo, lo cual pone a México y a sus estudiantes en desventaja.

“Nuestro país tiene un enorme rezago en cantidad y calidad educativa, tanto en el ámbito público como en el privado. Asimismo, no estamos avanzando a velocidad suficiente, ni en prácticas ni en resultados. De hecho al paso que nos movemos, nos llevaría 50 años alcanzar el promedio de las naciones de la OCDE en matemáticas y más de 150 años en comprensión lectora. Eso con una condición: que el promedio no se mueva.”⁴⁹

De acuerdo con David Calderón, “si los cambios son insuficientes o lentos, tenderán a la irrelevancia. Lo que nos estamos jugando es que nuestras niñas y nuestros jóvenes queden alienados de su tiempo y de su mundo, el tiempo en el que debieran vivir, el mundo que les toca habitar. Ya no podemos verlos como objeto de protección, sino como sujeto de derechos.”⁵⁰

Los resultados educativos en México requieren de un cambio urgente, que permita una transformación de fondo en donde cada ciudadano pueda desarrollar su talento, tanto para su beneficio como en beneficio de la sociedad. “Naciones de diversas latitudes nos han demostrado que se puede variar el curso educativo de un país y con ello apuntalar su desarrollo. Las implicaciones de la mejora

⁴⁸ Idem, p. 5

⁴⁹ MEXICANOS PRIMERO, *Ahora es cuando. Metas 2012-2024*, México, Mexicanos Primero Visión 2030, A.C., 2012, p. 4

⁵⁰ MEXICANOS PRIMERO, *Metas. Estado de la Educación en México 2011*, México, Mexicanos Primero Visión 2030, A.C., 2011, p. 10-11.

educativa son vastas. Se refleja en los derechos de los humanos, el empleo, la competitividad, la creatividad, la salud, la seguridad, el estado de derecho y la activación democrática y ciudadana en una nación. En resumen, en el tan anhelado bienestar.”⁵¹

Para Mexicanos Primero, favorecer el tema educativo y enfocarse en la implementación de una educación de calidad aportará los elementos que permitan apoyar el desarrollo pleno de las siguientes acciones:

“A) Se acelera el desarrollo humano. En la vida de cada persona educada, esta riqueza fructifica en su favor en términos individuales y familiares; la educación brinda las mejores oportunidades para una vida más libre y más plena. La educación de calidad no es sólo un disparate de resultados positivos en términos estructurales y macroeconómicos; otras fuentes de riqueza están sujetas, en distinta medida, a fuertes restricciones de parte de los marcos normativos y de un cúmulo de imponderables externos.

B) Se produce un ejercicio más pleno de la ciudadanía. Si la experiencia familiar aporta condiciones clave para el desarrollo del discernimiento ético personal, la escuela es la arena en que las convicciones prosociales que marcan la dinámica comunitaria se iluminan y amplían, o se bloquean y distorsionan. La educación de calidad brinda un espacio natural para adquirir las competencias ligadas al trabajo en equipo y el aprendizaje participativo, al ejercicio del diálogo y la defensa fundada en las propias posiciones.

C) Se genera prosperidad. Los buenos resultados educativos de una nación se traducen en un crecimiento económico sostenido; en el caso de nuestro país puede evidenciarse cómo –incluso con una calidad deficiente– hay actualmente una alta tasa de retorno social de la educación, es decir, claramente la educación genera más riqueza de la que consume, y la inversión en ella está plenamente

⁵¹ MEXICANOS PRIMERO, *Ahora es cuando. Metas 2012-2024*, p. 4

justificada por los dividendos que arroja en términos de valor netamente material, que se ubican en el orden del 11 al 14% para todo México en conjunto.

D) Se consolida el estado de derecho. Toda regulación queda a la deriva sin una cultura compartida de confianza y exigencia. Tenemos un país de leyes, incluso sobre regulado en varios aspectos, pero nuestra situación real es muy precaria en cuanto a seguridad y justicia cierta, expedita imparcial y gratuita.

E) Se consolida el capital social. En sentido estricto, las personas son la verdadera riqueza de un país, sus capacidades son las que capitalizan todos los demás bienes. Los mismos recursos naturales tienen una deriva sin beneficio cuando no hay una población educada que sepa capitalizarlos; en el caso concreto de México podemos ver cómo las oportunidades que ofrecen las reservas petroleras pueden dispersarse y diluirse, hasta volverse insignificantes, ante la incapacidad del gobierno y sociedad para generar intercambios de alto valor. Todas las sociedades desarrolladas del mundo actual partieron de un gran capital humano, y siguen invirtiendo en su ampliación.”⁵²

Como lo señala David Calderón, “datos y cifras nos muestran un diferencial negativo en aprovechamiento educativo con respecto a naciones desarrolladas; tal vez más impactante es reconocer cómo también hay países que, partiendo de una condición más limitada que la de México en cuanto a tradición educativa, volumen de servicios o incluso inversión económica efectiva, nos están rebasando en visión, corresponsabilidad y urgencia. Empezando, por así decirlo, de más atrás, están cobrando una velocidad y consistencia en su ruta al ejercicio pleno del derecho a aprender, que nos cuestiona fuertemente en nuestra complacencia y complicidad.”⁵³

⁵² MEXICANOS PRIMERO, documento informativo, p. 3-4.

⁵³ MEXICANOS PRIMERO, *Metas. Estado de la Educación en México 2011*, México, Mexicanos Primero Visión 2030, A.C., 2011, p. 11.

Sin duda, la educación es fundamental para el desarrollo social y la construcción de la ciudadanía, sin perder de vista que no sólo es importante la cobertura, hablando el crecimiento en cuanto a un mayor número de escuelas y matrícula, es imprescindible centrarse en la calidad de la educación que se brinda a los niños y jóvenes desde la educación básica, pues es la base para su desarrollo personal y profesional, y que le brindará las herramientas necesarias para lograr las competencias y desarrollo personal y profesional a lo largo de su vida.

Lograr la transformación educativa requiere de ciudadanos informados y participativos, que exijan las autoridades avances acelerados y consistentes en la calidad del sistema educativo y rendición de cuentas.

2.4 Las OSC en la construcción de la ciudadanía

La fuerza y participación que las organizaciones de la sociedad civil (OSC) han demostrado recientemente al involucrarse en diversos ámbitos políticos y sociales, impulsando estrategias que buscan favorecer el desarrollo del país haciéndose escuchar por los gobiernos estatal y federal ante determinadas problemáticas, las ha ubicado en un lugar destacado, no sólo para cuestionar e identificar problemas sociales, sino por sumarse a la aportación de soluciones a través de diversas propuestas que contribuyan al bienestar social.

La participación social entendida como un derecho, al igual que la educación, derecho fundamental del ser humano, se puede identificar como un factor clave para alcanzar el desarrollo pleno de una sociedad, “Paulo Freire (1972) señalaba, la participación social en educación es un derecho cuyo ejercicio puede llevar a la transformación de individuos e instituciones y, por tanto, a favorecer el desarrollo de culturas más democráticas.”⁵⁴

Así, la participación de la sociedad civil en la construcción de espacios democráticos de diálogo y formación ciudadana, ha estado presente hace varias décadas. “La participación con otros en tareas comunes es parte de la transformación del ser humano en un ser social, al satisfacer un importante deseo de relacionarnos con otros, y ayudar a los individuos a descubrir la fuerza potencial de la colaboración.”⁵⁵

Al referirse a la participación social en educación el llamado no debe ser sólo a los padres de familia que tienen a sus hijos en la escuela, ni limitarse a la comunidad escolar, el alcance de la participación social en el tema educativo debe convocar no sólo a los usuarios de los servicios educativos sino a la sociedad en general, concientizándola sobre la importancia que tiene la educación para el

⁵⁴ **OBSERVATORIO CIUDADANO DE LA EDUCACIÓN**, *Participación social en la educación: Del análisis a las propuestas*, México, Observatorio Ciudadano de la Educación A.C., 2008, p. 35.

⁵⁵ Idem, p. 37

desarrollo social. “La inclusión de las organizaciones de la sociedad civil en las políticas educativas desde su diseño y hasta su evaluación, pueden ayudar a obtener mejores resultados, a desarrollar procesos con una mayor transparencia y a volverse contrapeso en la toma de decisiones institucional.”⁵⁶

Como organización de la sociedad civil, Mexicanos Primero, se ha enfocado en realizar propuestas concretas para contribuir a mejorar la calidad de la educación en el país, ha seguido de forma crítica y propositiva los resultados nacionales e internacionales que dan a conocer índices de desempeño escolar a través de evaluaciones como la Evaluación Nacional del Logro Académico en Centros Escolares (ENLACE), y el Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA, por sus siglas en inglés), que si bien han aportado elementos importantes para la rendición de cuentas y toma de decisiones, aún no se convierten en referentes sólidos para el cambio en las prácticas y los resultados de lo que ocurre en las aulas.

De acuerdo con Felipe Martínez Rizo y Emilo Blanco, “actualmente, la evaluación no se utiliza de manera sistemática en el diseño de políticas o la implementación de iniciativas de mejora escolar. En lo referente a la rendición de cuentas, la mera disponibilidad de información no ha sido suficiente para que la sociedad formule y canalice efectivamente sus demandas. La complejidad de los problemas y el hecho de que los resultados de las reformas sólo se ven en el mediano y largo plazo hacen particularmente difícil este proceso”.⁵⁷

Mexicanos Primero ha realizado y publicado diversos estudios sobre el estado de la educación en México, como *Contra la Pared, Brechas, y Metas*. En esta serie, se busca hacer un llamado a la responsabilidad y participación informada de la sociedad. “El avance no puede juzgarse ni corregirse si no sabemos a dónde vamos. (...) Se propone socializar la educación real de la

⁵⁶ Idem, p. 37

⁵⁷ http://www.fmrizo.net/fmrizo_pdfs/capitulos/C%20047%202010%20Evaluacion%20Educativa%20en%20Mexico_FMR-EB%20COLMEX.pdf p. 5. 16 de enero de 2013. 16:20 hrs.

educación en México, darnos elementos de valoración gracias al comparativo internacional, y finalmente impulsar un movimiento a favor de las metas que puede proponer la sociedad civil. Vamos a que todos alcancen el bachillerato completo y que lo hagan con la calidad que se requiere para ser ciudadanos activos del mundo.”⁵⁸

La mejora educativa aportará valiosos resultados sociales en la construcción de la ciudadanía y el desarrollo del país, que se verá reflejado en el respeto por el estado de derecho y por los derechos humanos, la activación democrática y ciudadana, aprovechamiento de recursos naturales, mejores empleos, salud, seguridad, competitividad y en consecuencia una mejor calidad de vida.

De acuerdo con David Calderón “El tipo de participación social que busca instalar Mexicanos Primero es una interacción real. Por muchas décadas, los gobiernos en México se han reducido a establecer mecanismos de consulta, en la forma de foros o de invitaciones a Consejos Consultivos. En esas actividades, son los funcionarios los que seleccionan a las organizaciones o personas invitadas, con lo que sesgan a su favor, en la mayor parte de los casos, las opiniones y recomendaciones que puedan recibir. En cambio, Mexicanos Primero aboga por los mecanismos de iniciativa ciudadana: campañas de petición con firmas, desplegados y manifiestos que pidan la actuación de la ley, foros de exposición en los que se llama a la responsabilidad de rendir cuentas”.⁵⁹

En este sentido, lo que Mexicanos Primero pretende, como OSC, es favorecer una participación no filtrada por los gobernantes, sino los llamados puntuales a la responsabilidad con la sociedad, para quienes han recibido el mandato como servidores públicos.

⁵⁸ **MEXICANOS PRIMERO**, *Metas. Estado de la Educación en México 2011*, México, Mexicanos Primero Visión 2030, A.C., 2011, p. 7

⁵⁹ **Entrevista a David Calderón**, director general de Mexicanos Primero, mayo, 2013.

CAPÍTULO III. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN A FAVOR DE LA CALIDAD EDUCATIVA

3.1 Mexicanos Primero y la calidad educativa en México

La educación es uno de los temas fundamentales para el desarrollo de un país y debe ser prioridad en cualquier sociedad; sin embargo, en México el tema educativo permaneció durante mucho tiempo como un tema no prioritario en la agenda pública, dando como resultado un grave rezago educativo que hasta la fecha prevalece en nuestro país, siendo más fuerte este daño en zonas rurales y comunidades marginadas, en donde incluso el acceso a servicios básicos es aún limitado.

Durante sexenios, el gobierno de México ha tratado de legitimar sus acciones a favor de la educación anunciando en cada informe la multiplicación de planteles escolares, implementación de programas educativos, cobertura en educación, nuevos planes de estudio y reformas a educación básica, situando a la educación como un tema más de cantidad y cobertura que de calidad en la enseñanza y aprendizaje.

El tema de la calidad educativa comenzó a tomar fuerza durante los últimos años; la difusión en medios de los resultados educativos de pruebas nacionales e internacionales tiene una mayor permanencia mediática que, al igual que la indignación de la sociedad ante los malos resultados en los que siempre se ubica el sistema educativo mexicano, antes se diluían al paso del tiempo sin consecuencias para ninguno de los responsables de rendir cuentas del tema educativo.

Mexicanos Primero tomó el reto de contribuir en el impulso del tema educativo para situarlo en la agenda pública, a través de diversas investigaciones que originaron la publicación de estudios sobre el estado de la educación en

México, con ello se buscó despertar el interés y la activación de los actores sociales involucrados en el tema educativo, pero aún no es suficiente.

Una de las acciones que Mexicanos Primero ha realizado para sensibilizar e impulsar el llamado a la acción en el tema de la calidad educativa, en una sociedad que parecía restarle importancia al tema, es la publicación de estudios como: *Contra la pared*, 2009; *Brechas*, 2010; *Metas*, 2011; *Ahora es cuando. Metas 2012-2024*; e *IDEI 2012. Avance en los estados de 2009 a 2012*, entre otros.

Otro detonante que hizo voltear la mirada hacia la importancia de la calidad educativa, es la película *¡De Panzazo!* que bajo la producción de Mexicanos Primero y la dirección de Juan Carlos Rulfo, abordó de forma descarnada el tema educativo, evidenciando la carencia en infraestructura, la baja capacitación docente, escasa participación de padres de familia, el lento avance de las acciones de autoridades educativas, la ineficacia para implementar programas adecuados y con resultados exitosos por parte del gobierno federal, y mostró cómo la intervención del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), y la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE) han contribuido al rezago educativo en el que se encuentra actualmente nuestro país.

La polémica que surgió con la proyección de la película *¡De Panzazo!* fue motivo de discusiones en foros con académicos, universitarios, empresarios, líderes de opinión y medios de comunicación; que si bien sus opiniones se concentraron a favor o en contra del argumento e investigación presentadas en la película. Lo destacado fue que *¡De Panzazo!* logró no sólo llevar al cine un tema pocas veces abordado, sino que situaba en un punto destacado el tema educativo, evidenciando las carencias y moviendo la conciencia de una sociedad que estaba “acostumbrada” a ver en las aulas la precaria infraestructura, la inasistencia de maestros en las aulas, la apatía de las autoridades, el poder sindical, y los bajos resultados educativos, en un contexto político y social de gran movilidad hacia las elecciones presidenciales.

De acuerdo con Carlos Ornelas, “el deterioro de la escuela pública mexicana, que comenzó en los años del desarrollo estabilizador, para comienzos de los noventa era una catástrofe silenciosa, como la calificó Gilberto Guevara Niebla. Hoy, de acuerdo con la película de Mexicanos Primero, la catástrofe es vociferante, se manifiesta en todos los rincones del sistema y afecta a estudiantes, docentes, padres y sociedad. Según el filme, todos compartimos algo de la responsabilidad por la crisis que atraviesa la escuela. Y a todos corresponde rescatarla. Pero hay grados de responsabilidad y la película los distribuye.”⁶⁰

Con esta película Mexicanos Primero logró situar en el centro del debate nacional a la educación. “*¡De Panzazo!* no brinda la solución total, nadie puede ofrecerla, pero mueve a intensificar la protesta. Ahora, hay que bregar por la búsqueda de alternativas”, refiere Ornelas.⁶¹

Otras de las acciones impulsadas por Mexicanos Primero a favor de la calidad educativa son las iniciativas “¿Dónde está mi maestro?” y “Fin al abuso”, a través de las cuales se ha detonado la exigencia para la realización de un padrón nacional de maestros, pues en México se desconoce cuántos maestros hay y en dónde se encuentran sus centros de trabajo. A partir de esto, se tienen identificados más de 20 mil personas que están registradas como maestros pero que en realidad son comisionados al SNTE y no realizan trabajos que tengan que ver con la educación.

Como lo manifiesta Claudio X. González, “Nos llega el final de otra administración y aún no tenemos una respuesta contundente, clara y honesta a la sencilla pregunta de ¿cuántos maestros hay en México? Ante esa falla cabe la indignación y el coraje, pero sobre todo la insistencia y la perseverancia. Por eso, las 103 organizaciones reunidas en torno a la iniciativa de “¿Dónde está mi

⁶⁰ **EDUCACIÓN 2001** “Pasar de Panzazo” por Carlos Ornelas, Marzo 2012, pág. 15.

⁶¹ Ídem. pág. 16.

maestro?”, exigimos que el futuro gobierno cumpla la tarea de publicar un padrón de maestros confiable a más tardar para el inicio del ciclo escolar 2013-2014”.⁶²

Con la iniciativa “Fin al abuso”, a través de la exigencia ciudadana, se solicitó al gobierno federal y las autoridades educativas poner un alto al pago de las comisiones sindicales que no tengan que ver con trabajo a favor de la educación, pues tal sólo para el pago de 23,353 comisionados sindicales que Mexicanos Primero tiene identificados, se destinan del erario \$1,700’000,000 de pesos cada año.

“Ese dinero se debería de utilizar para fines educativos. En cambio, se utiliza para pagar a una organización territorial que el Sindicato y sus secciones manipulan impunemente para cumplir con fines de poder y control. Es decir, el Estado Mexicano le paga al Sindicato, con dinero que le pertenece a la educación, el personal que necesita para cumplir con fines que casi siempre son contrarios a la lógica educativa”.⁶³

Otras acciones han tenido también gran difusión mediática y generado un cambio en la identificación de la calidad educativa como tarea imprescindible. Por ejemplo, en 2007 y en 2010 Mexicanos Primero organizó series de foros y entrevistas con Andreas Schleicher, el responsable internacional de la prueba PISA, para dar a conocer con mayor detalle los resultados de los estudiantes mexicanos en dicha prueba, y también las acciones que otros países han tomado para atender a las dificultades y carencias que sus resultados hicieron evidentes.

⁶² **REFORMA.** Sección Nacional-Opinión, p. 21, “¡Fin al abuso!” por Claudio X. González, 5 de septiembre de 2012.

⁶³ Ídem. p. 21

La publicación de estudios sobre el estado de la educación en México, y el lanzamiento de las iniciativas para transparentar el número de maestros en el país, así como el número de comisionados sindicales y el dinero que se destina del erario para cubrir sus sueldos, son algunos de los primeros pasos que Mexicanos Primero está dando, a través de la investigación, análisis, crítica y propuestas encaminadas para un sólo objetivo: mejorar la calidad de la educación en México.

3.2 Objetivo estratégico

Esta propuesta que presento tiene como objetivo desarrollar una estrategia de comunicación enfocada en el tema educativo, que favorezca la participación y exigencia ciudadana a favor de la calidad de la educación en nuestro país.

El tema educativo debe permear en todos los ámbitos sociales; es decir, no únicamente debe interesar a los padres de familia que tienen a sus hijos en edad escolar, a los maestros, directores o autoridades educativas y líderes sindicales; el tema educativo debe ir más allá de las aulas e involucrar a toda la comunidad y su entorno. Es vital que toda la sociedad se interese e intervenga en el tema, pues no sólo afecta a quienes directamente están involucrados con la escuela; la educación escolarizada debe ser un tema de interés general, pero no sólo para informarse, sino para involucrarse, opinar y actuar, con el objetivo de favorecer y lograr un cambio a corto plazo, en la educación en México.

Mexicanos Primero ya logró resultados destacados en la agenda pública al mostrar con evidencia el rezago educativo y realizar al gobierno federal la exigencia ciudadana para transparentar el número de maestros, comisionados y los recursos del erario asignados para el pago de nóminas de estas comisiones sindicales.

Sin embargo, es importante que esta indignación y exigencia ciudadana de rendición de cuentas en educación, pueda permear en la sociedad a través de la información y sensibilización sobre el tema; para ello, se han utilizado las publicaciones en investigación que Mexicanos Primero ha realizado sobre el estado de la educación en México durante los últimos cinco años.

3.3 Estrategia de comunicación

En este trabajo se ofrece una propuesta para llevar a cabo una estrategia de comunicación desde la sociedad civil, con la que se logre informar, sensibilizar y actuar en consecuencia, con el objetivo de promover la participación ciudadana a favor de la educación de calidad.

Como lo refieren Norma Macías y Diana Cardona, el concepto de “estrategia” dirige a la posibilidad de elegir, es así que “gracias a que el ser humano es capaz de sobrepasar opciones al prever sus consecuencias futuras, no sólo ha podido sobrevivir sino también modificar su ambiente a conveniencia, crear herramientas sofisticadas para auxiliarse en tareas cotidianas, elaborar planes y rutas para cumplirlos; en fin, optimizar circunstancias y recursos cuando decide entre opciones diversas que crearán escenarios futuros distintos”.⁶⁴

Toda estrategia debe ofrecer beneficios o características de solución ante un problema, con el impacto suficiente para hacer llegar el mensaje al público objetivo y lograr persuadirlas para cumplir con el propósito planteado, para ello a partir de la información previa se deben construir diversos escenarios que nos lleven al cumplimiento de las metas y objetivos.

Construir los escenarios permitirá anticipar las situaciones o acciones y la manera de incidir en ellas. “Estos escenarios se jerarquizan y elegimos aquellos que son más probables, de forma tal que podamos elaborar acciones en el presente para hacer factible el escenario preferible o para evitar que suceda el peor.”⁶⁵

Plantear diversos escenarios al realizar una estrategia de comunicación resulta útil en la medida en que permite elegir diversas acciones encaminadas a

⁶⁴ **MACÍAS** Nora y **CARDONA** Diana, *Comunicometodología. Intervención social estratégica*, México, UIC, 2007, p. 121.

⁶⁵ Ídem. p. 121

cumplir con nuestro objetivo, encontrando la forma o formas apropiadas y que requieran de menor inversión en tiempo, esfuerzo y con el menor riesgo. En este sentido, el escenario o escenarios planteados serán susceptibles de modificarse de acuerdo con la información disponible en el curso de la acción y las circunstancias que se produzcan y lleguen a alterar dicha acción.

De acuerdo con Macías y Cardona, “la estrategia es un proceso en constante modificación, en continua incógnita por la desenvolvura de los sucesos en el tiempo, siempre abierta al cambio que produce el azar de un mundo complejo y con un sinnúmero de variables que intervienen en todo tiempo y espacio. La buena estrategia puede reconstruirse desde cero y cambiar la circunstancia si se percibe adecuada para seguir un rumbo más ventajoso no previsto en los escenarios anteriores.”⁶⁶

Una estrategia debe planearse en el momento en que enfrentamos o estamos ante un problema que atender; al referirnos en específico a una estrategia de comunicación necesariamente debemos involucrar e interactuar otros elementos y actores que contribuyan en el cumplimiento de nuestro objetivo.

Una estrategia de comunicación, señalan Macías y Cardona, “tiene como prioridad implicar al otro en el espacio de interacción y, a partir de ahí, preocuparse por el cómo de la expresión, la difusión y los elementos socioculturales que se pondrán en juego, que afectan, condicionan y posibilitan la interacción comunicativa. La estrategia de comunicación es necesaria cuando las circunstancias del ambiente y del interior del sistema cambian o se colapsan, pero es indispensable cuando tenemos ante nosotros lo imprevisto, información nueva a difundir, cambio de objetivos, funciones, procesos y estructuras sistémicas, y se vuelve determinante un crecimiento, desarrollo o disolución de las interacciones anteriores de los elementos o sistemas.”⁶⁷

⁶⁶ MACÍAS Nora y CARDONA Diana, *Op.Cit.* p. 139

⁶⁷ Ídem. p. 141

Para este trabajo, en el que se presenta una propuesta para una estrategia de comunicación desde la sociedad civil, se parte de la utilización de datos en materia educativa que arrojan los trabajos de investigación realizados por Mexicanos Primero, con la finalidad de proporcionar instrumentos de participación y de demanda a los ciudadanos, para favorecer la calidad educativa en nuestro país.

El primer paso para lograr una comunicación efectiva es la realización de mensajes clave de acuerdo con lo que se quiere destacar y el público al que se quiere llegar, ponderando cómo se debe decir para que sea escuchado, e identificar en qué atributos está sustentada la promesa básica.

Uno de los puntos a destacar en la elaboración de una estrategia de comunicación son los mensajes elaborados para alcanzar acuerdos y con ello lograr la participación social. No se trata sólo de seleccionar información y argumentar al momento de estructurar mensajes, pensando en ganarle terreno a la competencia, como sucede con la mercadotecnia y la publicidad, donde la lucha es por posicionar una marca y persuadir al público al consumo de determinado producto o marca.

Tal como lo señalan Macías y Cardona, la comunicación humana es mucho más que una situación de competencia, pues no sólo ocupa el lugar de combate sino también el de los acuerdos, por ello es importante “motivar la reflexión sobre estrategias que abarquen a los sujetos, sus mediaciones, sus códigos, sus formas y objetivos en la interacción, los tiempos y espacios de la misma, sus saberes, posibilidades de comprensión y competencias comunicativas.”⁶⁸

Para esta propuesta en particular, se busca proponer desde la sociedad civil un beneficio común a todos los ciudadanos, como lo es obtener para todas las niñas, niños y jóvenes mexicanos, que cursan la educación básica, una educación

⁶⁸ MACÍAS Nora y CARDONA Diana, *Op.Cit.* p. 142

de calidad, que en consecuencia favorezca el desarrollo pleno de nuestro país, a través de una estrategia de comunicación que dé lugar al cambio y la transformación paulatina del entorno mediante la participación ciudadana.

El mensaje primordial en todas las líneas de comunicación empleadas en las diversas estrategias de comunicación de Mexicanos Primero ha sido “Sólo la educación de calidad cambia a México”, mensaje contundente con el que generalmente ningún actor social puede estar en desacuerdo; la forma de diversificar la información se encuentra en el canal de comunicación y público objetivo.

Como lo señalan Roxana Morduchowicz y Juan Carlos Tedesco, “En términos cuantitativos y cualitativos, la información educativa se dirige a un universo muy amplio de personas con intereses muy diferentes entre sí. Los padres y los estudiantes –particularmente los de nivel medio y superior– están interesados en conocer cómo afecta la política educativa a la educación que reciben sus hijos; los docentes están interesados en conocer el impacto sobre su situación profesional y sus intereses corporativos; los empresarios, la (s) iglesia(s), etc. se interesan en aspectos específicos, sean de tipo financiero, curricular o administrativo. En todo caso, estamos ante audiencias masivas, con muy heterogéneos grados de calificación, de interés y de acceso a los diferentes medios de comunicación”.⁶⁹

Un aspecto fundamental y que acompaña en todo momento el mensaje, es la aportación de instrumentos de participación y de demanda ciudadana, es decir; abordar el tema educativo y sus diversas aristas siempre respaldado con información confiable y análisis detallado que den cuenta del contexto del cual partimos y por el que la sociedad civil, representada por Mexicanos Primero, se pronuncia y toma como base para señalar las principales debilidades de un sistema educativo vulnerable y en constante retroceso.

⁶⁹ TEDESCO Juan Carlos y Morduchowicz Roxana, *El papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública en educación*, Argentina, IIPE-UNESCO, 2003, p. 13

Abordar el tema educativo en una sociedad en la que la educación no se considera preponderante en la agenda pública implica un reto mayor; pues se está ante un escenario en el que “estamos tan mal educados que ni siquiera sabemos lo importante que es la educación”, como lo ha referido en diversas ocasiones David Calderón.

Las acciones que se emplean en esta estrategia de comunicación parten de los instrumentos de participación y de demanda ciudadana generados por el área de investigación de Mexicanos Primero, siendo el más reciente el Índice de Desempeño Educativo Incluyente (IDEI), en el que a través de un ranking se da a conocer del desempeño educativo que compara el esfuerzo que hace cada entidad federativa para incluir a todas sus niñas, niños y jóvenes en las oportunidades de aprendizaje.

Tomando como un caso concreto el estudio del *índice de Desempeño Educativo Incluyente. Avance en los estados de 2009 a 2012*, revisaremos diversas etapas de la estrategia de comunicación:

- 1. Identificación de un área de oportunidad en el debate educativo que se quiere impulsar y los escenarios que se pueden prever de la intervención de Mexicanos Primero.** Identificamos, por ejemplo; la necesidad de involucrar a la sociedad en el tema educativo, que las autoridades tomaran en serio su papel en la rectoría de la educación, y que la sociedad en general se sensibilizara sobre la necesidad de contar con educación de calidad en educación básica.
- 2. Contar con información de fuentes confiables y tratada con rigor académico, que ofrezca credibilidad y autoridad para opinar.** Investigadores de Mexicanos Primero, bajo la dirección de David Calderón, se dieron a la tarea de realizar una serie de investigaciones sobre el estado de la educación en México, enfocándose en casos particulares; uno de los estudios es el *Índice de Desempeño Educativo Incluyente (IDEI)*, en el que

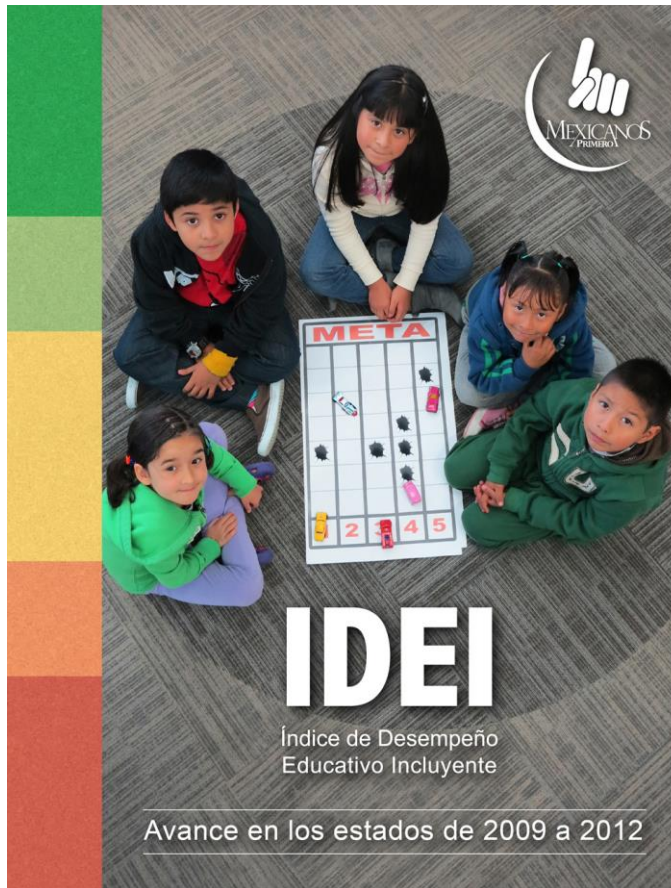
se documentan las investigaciones en torno al esfuerzo que cada una de las entidades federativas realiza para lograr una educación incluyente. El IDEI se formó de seis dimensiones (aprendizaje, eficacia, permanencia, participación, profesionalización docente y supervisión), que miden el esfuerzo de los actores involucrados en la educación en cada Estado.

3. **Identificar un enfoque y tratamiento que facilite la comprensión del mensaje en nuestro público objetivo.** En el caso del IDEI, en donde se manejan cifras, valores, indicadores, cuadros comparativos y porcentajes, el reto fue elaborar materiales que presentaran información atractiva (Hoja de datos), con puntos de discusión accesibles y de fácil comprensión (Talking Points con principales hallazgos), información con el uso de gráficas atractivas y sencillas para interpretar, que incluyen la descripción de los problemas que se tratan pero también las propuestas de solución (videos gráficos interactivos).
4. **Determinar cuatro o cinco mensajes clave que se van a priorizar, que impliquen el involucramiento y el llamado a la acción para quien entre en contacto con ellos.** En el caso del IDEI identificamos los siguientes mensajes: “¡Los estados sí pueden hacer la diferencia!”, “La educación es incluyente sólo si es de calidad”, “El cambio es posible. El contexto no es pretexto”, “Los estados deben acelerar el paso de su transformación educativa en un contexto internacional, el mundo no nos va a esperar”. El llamado a la acción: “construyamos juntos la calidad educativa para los niños, maestros y comunidades escolares de todo el país. Sólo así podremos lograr el México más justo, próspero y destacado que todos anhelamos”.
5. **Convocar a una experiencia presencial e interactiva:** A través de una rueda de prensa que convoque tanto a medios nacionales como a actores relevantes, con un sólido trabajo antecedente de relaciones públicas con jefes de información, editores y reporteros, así como invitaciones

focalizadas a representantes de los grupos a los que se quiere interesar sobre el tema: funcionarios, líderes de opinión, dirigentes de otras OSCs, académicos. En ella se exponen los hallazgos principales del estudio, se toman preguntas de los reporteros y se distribuyen tanto el estudio completo como resúmenes ejecutivos y boletín de prensa, todo guiado por los mensajes fundamentales y la promesa básica que se determinó desde la fase de planeación.

6. **Reforzar el trabajo de difusión en medios nacionales y estatales**, a través de la programación de una agenda de entrevistas distribuida en el tiempo, además de ofrecer la versión estenográfica de la rueda de prensa, junto con boletines y láminas descriptivas de la presentación del estudio.
7. **Prever un ciclo de resonancia en medios** a través del involucramiento de líderes de opinión, editorialistas, columnistas y comentaristas reconocidos, activistas y líderes en redes sociales.
8. **Programar una agenda de reuniones posteriores**, públicas o a puerta cerrada, con actores relevantes como especialistas en el tema, académicos, funcionarios estatales y federales del sector educativo, asociaciones de padres, grupos empresariales, reuniones de organizaciones de sociedad civil, legisladores, etcétera.
9. **Difusión del estudio completo y los materiales ágiles de divulgación** a través del portal electrónico de Mexicanos Primero, así como envío físico del libro a quienes no estuvieron presentes en la rueda prensa, a las bibliotecas de las instituciones académicas y a los gobiernos estatales.
10. **Evaluación del impacto y nuevo ciclo de estrategia**. Se debe realizar un análisis de la información que los diversos actores sociales involucrados en la estrategia de comunicación replican en los espacios en donde se desenvuelven, para saber si recibieron eficazmente el mensaje o en su

caso continuar con su refuerzo; un apoyo importante para este análisis es el monitoreo de medios nacionales y estatales. Una forma de medir el interés del estudio en redes sociales es a través de las conversaciones y el número de descargas electrónicas que el estudio tiene en el portal.



El IDEI busca ser una herramienta para una mejor planeación de las autoridades y un instrumento de demanda ciudadana para los mexicanos.

En la estrategia de comunicación el público objetivo a quien se dirige el mensaje de demanda ciudadana, son todos aquellos actores sociales que intervienen en la toma de decisiones: padres de familia, maestros, directores, funcionarios, académicos y sociedad en general, pues el tema educativo tiene que ver con todos los ámbitos y desarrollo social de nuestro país.

El mensaje a difundir debe ser directo y claro para que no haya lugar a confusiones, y determinar qué queremos que se haga en consecuencia a través

del llamado a la acción; en el caso de la estrategia de comunicación para Mexicanos Primero, buscamos que la sociedad se informe sobre el tema educativo, se sensibilice y actúe; comparta información con la gente a su alrededor y participe firmando en los portales realizados para ello, a fin lograr influir en la toma de decisiones a favor de una educación de calidad en México.

Un aspecto fundamental para hacer llegar el mensaje a un mayor número de actores sociales es a través de ruedas de prensa, en donde los medios masivos de comunicación han sido fundamentales, pues si bien se han buscado establecer redes con organizaciones de la sociedad civil para crear alianzas y unir esfuerzos para difundir el mensaje de exigencia ciudadana, éste aún es incipiente y no tiene la fuerza necesaria para que por sí solo pueda lograr la activación y movilización ciudadana.

El manejo de las relaciones públicas con los medios de comunicación es un elemento importante en el apoyo de la difusión del mensaje, en particular cuando no se cuenta con un presupuesto para la contratación de una pauta de medios, en ese aspecto, es muy importante contar con el o los voceros que tengan amplio conocimiento en el tema, que sean actores fundamentales y que representen a la organización.

La programación de una agenda de entrevistas en radio, posterior a la rueda de prensa es de gran ayuda para la difusión del mensaje, pues en este caso se amplía el abanico de posibilidades en los medios de comunicación pues si bien la rueda de prensa ayuda a difundir el mensaje, en esta se cuenta con el apoyo de la prensa escrita y televisión, medios de comunicación que por su características, no ofrecen información inmediata, como sucede con la radio.

Es importante que se combine la difusión en medios de comunicación con actividades paralelas, como reuniones informativas con actores fundamentales en la toma de decisiones en materia educativa, académica y maestros.

3.4 Evaluación de resultados

En la evaluación de resultados, analizaremos si se cumplió con nuestro objetivo al plantear el mensaje, si se utilizaron los canales adecuados para llegar a nuestro público objetivo y si nuestros mensajes claves lograron posicionarse para reaccionar en consecuencia al llamado a la acción.

En un primer momento, la evaluación de los resultados se medirá con el impacto en medios: el número de personas a quienes llegó el mensaje, la resonancia en medios y la reacción de autoridades educativas federales y estatales como actores clave; el número de veces que apareció el vocero o nombre de la organización; preguntas, comentarios sobre el tema, y si se logró la meta que nos propusimos en el llamado a la acción. A largo plazo, cambio en actitudes y comportamiento de nuestro público objetivo, veremos si el tema logró posicionarse en la opinión pública y si los tomadores de decisiones actuaron en consecuencia.

Al registrar el impacto, el ciclo de la estrategia se va puliendo gradualmente. Así, revisando lo que se logró con la estrategia comunicativa, se puede definir mejor cuál es la temporalidad adecuada, si los materiales se pueden mejorar, cómo ha cambiado el perfil o la acción de los reporteros, cuáles de los mensajes clave ya se incorporaron al léxico de los comunicadores y de los funcionarios. De esa manera, para la siguiente ocasión, se pueden hacer los ajustes correspondientes e intentar multiplicar los efectos de comunicación que se pretenden.

Los medios de comunicación pueden llegar a orientar la agenda pública, y son capaces de transmitir y definir prioridades; en este sentido, se verificará el impacto que el tema educativo tiene en los medios de comunicación y la forma en que la prensa y los líderes de opinión retoman el tema educativo, ya sea que una noticia pueda permanecer por varios días en la agenda antes de perder su intensidad en las publicaciones, y que los líderes de opinión retomen el tema como

su bandera y se atraiga su atención para que le den seguimiento y retomen el tema en sus columnas y/o artículos que publiquen.

El mensaje recibido y la participación de la sociedad se verán reflejando en el número de respuestas obtenidas en las diversas estrategias y convocatorias en donde la participación ciudadana es fundamental como instrumento de denuncia, lo que se determina con el llamado a la acción.

CONCLUSIONES

La realización de una estrategia de comunicación resulta un paso fundamental para la difusión de mensajes clave a un público definido, pues permite planear diversos escenarios de acción y actuar en consecuencia.

En este trabajo fueron dos los retos principales, primero lograr posicionar a una organización de la sociedad civil como pieza clave en el tema educativo, y a los voceros como actores fundamentales en la política educativa, con la autoridad y credibilidad para hablar sobre las diversas aristas del tema educativo; y segundo, lograr la incusión en los diferentes medios de comunicación del tema educativo, más allá como una nota aislada de la inauguración del ciclo escolar y resultados de evaluaciones nacionales e internacionales, como tema urgente y de prioridad en la agenda pública.

Los llamados “instrumentos de participación y de demanda ciudadana” realizados por Mexicanos Primero, tales como publicaciones, investigaciones y la película *¡De Panzazo!* fueron piezas fundamentales, junto con los voceros, para hacer llegar el mensaje de urgente atención al tema educativo, en los diversos medios de comunicación.

Otros espacios en donde se ha compartido la información han sido foros y mesas de análisis, reuniones con académicos, universitarios, representantes de organizaciones de la sociedad civil, empresarios, políticos y autoridades educativas, y de esta forma tratar de que el tema y mensaje de la urgente atención al tema educativo vaya permeando en cada uno de los sectores de la sociedad.

Sin duda, los líderes de opinión y los medios de comunicación han sido un apoyo fundamental en la transmisión del mensaje, gracias a su resonancia que ha permitido llegar a un mayor número de personas, quienes a través de los diversos medios masivos de comunicación se informan día a día.

Facilitar instrumentos de demanda y participación ciudadana, es un factor fundamental para lograr que la sociedad civil tenga, en primer lugar, acceso a información objetiva, que le aporte datos duros, cifras y comparativos, que les permita identificar y reconocer que hay un serio problema que requiere atención inmediata en el aspecto educativo; en segundo lugar que se sensibilice con los datos presentados y que, finalmente, impulse a los ciudadanos a actuar en consecuencia, desde cada una de sus trincheras.

Proveer de información a través de mensajes claros y directos sobre el tema educativo, a través del mayor número de canales disponibles, es una acción fundamental pues en la medida en que el mensaje vaya permeando en diversos sectores de la sociedad, se espera lograr la sensibilización.

Los ciudadanos informados estarán más receptivos para identificar que como sociedad tenemos un grave problema, que afecta no sólo a un sector en particular sino que las carencias y falta de atención a las políticas educativas, interfiere con el desarrollo pleno del país, afectando en primer lugar el derecho de las niñas, niños y jóvenes a recibir un servicio al que está obligado el gobierno federal y los gobiernos estatales, como lo es otorgar una educación de calidad, es decir; el derecho al acceso oportuno a la escuela y tener una trayectoria exitosa, a tener maestros capacitados y escuelas dignas, que las niñas, niños y jóvenes logren los aprendizajes previstos, y que obtengan las herramientas necesarias para continuar aprendiendo a lo largo de su vida.

Los medios de comunicación conforman un proceso valioso para llevar la información a la sociedad, pero por sí solos no lograrán la participación ciudadana; es importante contar con una estrategia de acercamiento a los diversos actores sociales, a través de diversos foros y espacios en donde cada uno de nuestros receptores del mensaje se desenvuelven.

Lograr desarrollar y transmitir el mensaje adecuado para cada grupo social a través del canal de comunicación adecuado, será un elemento clave para cumplir con nuestro objetivo.

Es de gran importancia conocer los diferentes medios de comunicación y su alcance en los diversos sectores de la sociedad, pues de acuerdo con el *target* de cada uno de ellos, el mensaje deberá ser elaborado para que sea preciso y contundente y lograr que invite a la reflexión y sensibilización en el tema.

Los voceros son una pieza fundamental en la trasmisión del mensaje, pues aunque el mensaje cumpla con las características para lograr el impacto esperado, si el vocero no lo sabe comunicar no servirá el esfuerzo invertido. Los voceros deberán conocer ampliamente el tema, contar con el tiempo y disposición para atender las necesidades de información en los diversos espacios de comunicación. Los medios de comunicación son fundamentales para llevar el mensaje que queremos transmitir, y con ello promover la participación ciudadana a través de una causa, que para esta propuesta, es a favor de la educación de calidad en México.

Facilitar a la sociedad instrumentos de información, proveerles de datos y cifras que les permita ver el panorama educativo, y dimensionar el problema que representa para la sociedad la falta de acceso a una educación de calidad, como un factor que los afecta en general, y dejen de ver las deficiencias educativas como algo “normal” porque “siempre salimos mal evaluados”; y la corrupción y malversación de recursos destinados a la educación, como parte de “los usos y costumbres” del sistema, como lo han declarado los propios dirigentes del SNTE.

La participación activa de la sociedad civil organizada y la ciudadanía puede contribuir al cambio social y revertir los resultados del rezago educativo, si cuenta con la información suficiente para tomar decisiones y actuar en consecuencia.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFÍA

TORO A., Bernardo, Rodríguez G. Martha, *La comunicación y la movilización social en la construcción de bienes públicos*, Colombia, Banco Interamericano de Desarrollo, 2001.

MC ENTEE Eileen, *Comunicación oral*, México, Mc Graw Hill, 1996.

FERRER Eulalio, *El Leguaje de la publicidad*, México, FCE, 1997.

PAOLI Antonio, *Comunicación e información*, México, Trillas, 1989.

BOHMANN Karin, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Alianza Editorial Mexicana / Conaculta, 1989.

ALONSO DEL CORRAL Aurora, *Los medios de comunicación educativa*, México, Limusa / UPN, 2004.

OPPENHEIMER, Andrés, *¡Basta de historias! La obsesión latinoamericana con el pasado y las 12 claves del futuro*, México, Debate, 2011.

ORNELAS, Carlos, *El sistema educativo en México*, México, FCE, 2010.

SOMUANO María Fernanda, *Sociedad civil organizada y democracia en México*, México, El Colegio de México, 2011.

BERLO K. David, *El proceso de la comunicación*, México, El Ateneo, 16ª edición, 1993.

BAENA Paz Guillermina, Tesis en 30 días, México, Editores Mexicanos Unidos, 2012.

ROJAS Soriano Raúl, Formación de investigadores educativos, México, Plaza y Valdés, 1996.

ZUBIZARRETA Armando, La aventura del trabajo intelectual, México, Addison Wesley Longman de México, S.A. de C.V., 2ª edición, 1998.

MACÍAS Nora y **CARDONA** Diana, Comunicometodología. Intervención social estratégica, México, UIC, 2007.

McCOMBS Maxwell, Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento, España, Paidós, 2006.

MARÍN, Carlos, Manual de periodismo, México, Grijalbo, 3ª. reimpresión, 2005.

MEDINA VIEDAS Jorge, Los medios en la política, México, Ediciones Cal y Arena, 2000.

MEXICANOS PRIMERO, “Informe Anual 2009”, 2010.

MEXICANOS PRIMERO, “Informe Anual 2010”, 2011.

MEXICANOS PRIMERO, “Informe Anual 2012”, 2013.

MEXICANOS PRIMERO, Ahora es cuando. Metas 2012-2024, México, Mexicanos Primero Visión 2030, A.C., 2012.

MEXICANOS PRIMERO, Metas. Estado de la Educación en México 2011, México, Mexicanos Primero Visión 2030, A.C., 2011.

MEXICANOS PRIMERO, documento informativo.

OBSERVATORIO CIUDADANO DE LA EDUCACIÓN, *Participación social en la educación: Del análisis a las propuestas*, México, Observatorio Ciudadano de la Educación A.C., 2008.

CASTELLS Manuel, *Movimientos sociales urbanos*, México, Siglo XXI Editores, 17ª edición, 2008.

TEDESCO Juan Carlos y Morduchowicz Roxana, *El papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública en educación*, Argentina, IPE-UNESCO, 2003.

HEATH Chip y Heath Dan, *Pegar y pegar*, España, LID Editorial Empresarial, 2008.

HEMEROGRAFÍA

EDUCACIÓN 2001. “Pasar de Panzazo”, Carlos Ornelas, Marzo 2012.

REFORMA. Sección Nacional-Opinión, p. 21, “¡Fin al abuso!”, Claudio X. González, 5 de septiembre de 2012.

EL FINANCIERO. Sección Opinión, p.22, “Un movimiento continental por la educación”, David Calderón, 21 de septiembre de 2001.

REVISTA INTERUNIVERSITARIA DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO. “Observar y analizar la educación desde la ventana de los medios” por Delia Covi Druetta, N° 59-60, 2007.

INTERNET

ENLACE 2012. Evaluación Nacional del Logro Académico en Centros Escolares. Secretaría de Educación Pública. <http://www.enlace.sep.gob.mx/> 21 de abril de 2013, 9:09 hrs.

INEE. Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. <http://www.inee.edu.mx/index.php/servicios/pisa> 21 de abril de 2013, 9:30 hrs.

RAZÓN Y PALABRA “Los Escenarios de la Comunicación Política Mexicana” por Aimée Vega, No. 35, año 2003, Octubre-Noviembre, <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/avega.html> 22 de octubre de 2012, 22:35 hrs.

MEXICANOS PRIMERO <http://www.mexicanosprimero.org/maestros/blog-mexicanos-primero/237-participacion-como-educacion-ii.html> 23. octubre. 2012, 23:30 hrs.

NUEVO MUNDO <http://nuevomundo.revues.org/47723> 21 de noviembre de 2012, 15:37 hrs.

LA FORMACIÓN DE LA AGENDA PÚBLICA

http://codex.colmex.mx:8991/exlibris/aleph/a18_1/apache_media/MII4C2PP55H6B6YAF54A87YJ6GFR6U.pdf 24 de octubre de 2012.

LA EVALUACIÓN EDUCATIVA EN MÉXICO: EXPERIENCIAS, AVANCES Y DESAFÍOS

http://www.fmrizo.net/fmrizo_pdfs/capitulos/C%20047%202010%20Evaluacion%20Educativa%20en%20Mexico_FMR-EB%20COLMEX.pdf 16 de enero de 2013, 16:20 hrs.