

*Justice.
Compassion
Love*



EL SIGUIENTE PASO:

Del apoyo a la acción

**EVERY CHILD.
EVERYWHERE.
IN SCHOOL.**



Como Adventistas, creemos que todos los niños, de todos los lugares, deben estar en la escuela. La educación contribuye poderosamente a que los niños de todo el mundo se acerquen a la plenitud de la vida que Dios desea para ellos. La primera etapa de nuestra campaña mundial ha sido un enorme éxito. La Iglesia Mundial y ADRA se han reunido para ser testigos de que más de 1 millón de personas han firmado nuestra petición que pide a los líderes del mundo actuar para mejorar el acceso a la educación. Hemos demostrado que hay un enorme apoyo de las comunidades de base para nuestra campaña.

Ahora debemos convertir este apoyo generalizado en acción. Para hacerlo, necesitamos que los Adventistas de todo el mundo lleven la campaña a sus líderes nacionales. En un momento como este, con las escuelas cerradas por la pandemia y los presupuestos gubernamentales reducidos, nuestro mensaje es fundamental. Por el bien de los niños de todo el mundo, no se puede olvidar la educación.

Cómo localizar la campaña para su país

El siguiente paso de la campaña mundial es que la Iglesia y ADRA se reúnan para localizarla en los países individuales. Las decisiones sobre cómo se presta y financia la educación no las toman los líderes mundiales, sino los nacionales y estatales. Finalmente, estos tomadores de decisiones siempre han sido el objetivo de nuestra campaña.

Para ayudarle a localizar esta campaña, ADRA está desarrollando un informe que analizará el estado de los niños desescolarizados de todo el mundo, y las políticas y acciones necesarias para abordar esto. Además, ADRA también está desarrollando un kit de recursos para que los departamentos ministeriales, las iglesias locales y las escuelas continúen su participación más allá de la petición. Estos recursos estarán disponibles para ser distribuidos en octubre de 2020.

A continuación, encontrará algunos de los pasos fundamentales de la Fase 2. Idealmente, estos pasos se integran en un plan de promoción más amplio, pero incluso aislados, ayudarán a aprovechar la petición para generar influencia y acción sobre la educación.

Paso 1: Definir una petición clara para su gobierno.

Nuestra petición solicita a los líderes actuar para que todos los niños, de todos los lugares, tengan acceso a la educación. Dado que esta petición fue a nivel mundial, su solicitud de política fue intencionalmente no específica. Esto reconoce que los cambios en los sistemas y las políticas deben trabajarse país por país. Sin embargo, hay algunos temas claros y puntos en común en que deben focalizarse todos los países. El informe de ADRA hace un análisis detallado de las barreras de la educación en todo el mundo. Los esfuerzos de promoción nacional pueden usar esto como un punto de partida para desarrollar peticiones específicas.

A continuación, hay una lista de las barreras que puede considerar abordar en su país, para garantizar que todos los niños tengan acceso a la educación. Recomendamos, que, si su tiempo para investigar y participar en el contexto nacional de su problema es limitado, comience con el aspecto financiero.

Barreras financieras

La mayor barrera para lograr nuestras metas es: asegurar la disponibilidad de recursos.

El Marco de Acción para la Educación 2030 contiene 2 métricas clave para evaluar la idoneidad de la financiación de la educación.

1. Mayor movilización de recursos nacionales para la educación

- Donde los países están en camino de lograr completar la educación secundaria universal de calidad, asegurar que el gasto cumpla los niveles de referencia de financiación mínimos. 4 por ciento del producto interno bruto (PIB), y 15 por ciento del gasto gubernamental.
- Donde los países no están cumpliendo, aumentar el gasto a los niveles de referencia o más. 6 por ciento del PIB, y 20 por ciento del gasto gubernamental.

2. Mayor ayuda para la educación

- Aumentar la ayuda al 0,7 del ingreso nacional bruto (INB) y dedicar por lo menos el 10 por ciento a la educación.
- Asignar mínimo el 50 por ciento de la ayuda para educación a los países de bajos ingresos.
- Escalar el enfoque en la educación básica y alinear la financiación con las necesidades del país receptor y las prioridades del gobierno.

Barreras sociales y culturales

Otra área clave que necesita ser abordada mediante políticas, son las barreras sociales y culturales. A continuación, hay algunos ejemplos de acciones de política sugeridas.

Inequidad de género:

- Desafiar las normas sociales relacionadas con la participación de las niñas y promover la planificación de la educación sensible al género.

Niños con discapacidades:

- Comprometerse con los marcos internacionales, tales como:
 - Los gobiernos nacionales deben comprometerse a financiar adecuadamente la educación inclusiva para personas con discapacidades.

- Los países donantes deben comprometerse a financiar **el desarrollo inclusivo con la discapacidad**
- Mejorar los datos sobre niños con discapacidades.
- Desarrollar políticas de educación inclusivas, que incluyan capacitar mejor a los maestros sobre educación especial y la construcción de instalaciones escolares más accesibles.
- Promoción comunitaria para afrontar las actitudes negativas, la estigmatización y la violencia.

Paso 2: Comunicarse para hacer su petición a los líderes nacionales.

El último paso será comunicar la campaña a los líderes y tomadores de decisiones más relevantes en cada país. Estas piezas de comunicación deben incluir información sobre la campaña, la importancia de la educación y lo que pueden hacer para garantizar que todos los niños estén en la escuela (*la petición de política*), el éxito de nuestra petición mundial, y el tremendo apoyo de las comunidades de base que nos respalda.

Estos tomadores de decisiones por lo general son personas de los ministerios de educación, de finanzas, de emergencias y gestión de desastres, o el primer ministro o presidente.

Esta petición puede ser algo tan simple como escribir una carta (*por ejemplo, utilizando la plantilla de carta que está en el kit de recursos*) u organizando su propio evento e invitando a influenciadores y tomadores de decisiones clave para que asistan y participen.

Hay innumerables maneras en las que puede llamar la atención de sus líderes hacia la campaña.

Los acercamientos internos, como las reuniones directas con el/la líder o con asesores clave, funcionan mejor cuando se tiene una relación estrecha con los tomadores de decisiones, o si cree que ya están inclinados a llevar a cabo lo que les está pidiendo hacer.

Los acercamientos externos están diseñados para crear conciencia general sobre el problema e influencia pública positiva para la acción.

Esto puede incluir:

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Contacto con los medios de comunicación ➤ Organización de un día de cabildeo con miembros de la Iglesia ➤ Ofrecer un evento de alto perfil ➤ Comprometer a las iglesias y otros promotores de las comunidades | <ul style="list-style-type: none"> de base para que se comuniquen con los tomadores de decisiones que ha elegido (por ejemplo, campañas de escritura masiva de cartas o por correo electrónico) ➤ Campañas en línea |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Lograr progreso significativo en esta campaña requerirá una mezcla de enfoques internos y externos.

Paso 3: Eventos de celebración

Aunque puede sonar como autopromoción, o inclusive jactancia, una parte clave de promocionar el cambio de política es asegurar que cada éxito, grande o pequeño, sea celebrado. Es importante que esto lo observen los legisladores, pero también nuestros patrocinadores. Con cada celebración, la campaña gana impulso, lo que a su vez despierta el interés de los medios de comunicación y hace que los tomadores de decisiones escuchen, creando una ventana de oportunidad para el diálogo y el cambio de política.

El primer evento a celebrar es nuestro logro de 1 millón de firmas. Compartamos el comunicado de prensa y el vídeo de la celebración con nuestras redes y los medios de comunicación locales. Para tener acceso estos recursos, visite: ADRA.org/Inschool/Herramientas

Para obtener más información y noticias sobre la campaña, por favor visite: ADRA.org/Inschool