Organización de los Estados Americanos
Organização dos Estados Americanos
Organisation des États Américains
Organization of American States

PROYECTO OEA

EXPANSIÓN DEL COMPROMISO HEMISFÉRICO CON LA EDUCACIÓN TEMPRANA A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA Y LAS REDES DE COMUNICACIÓN

"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EDUCATIVA DE LA PRIMERA INFANCIA"

Equipo a cargo:
Lenore Yaffee García (Directora, DEC/OEA)
Gaby Fujimoto (Coordinadora del Proyecto)

Equipo de comunicadores:
Claudia Leiva (JUNJI - Chile)
Consuelo Ramos (Acción por los Niños - Perú)
Diana Mireya Pedraza (Colombia)

10, Agosto 2009

INDICE

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EDUCATIVA DE LA PRIMERA INFANCIA **3**

I. INTRODUCCIÓN 3
II. ANTECEDENTES 4
III. JUSTIFICACIÓN DE LA ESTRATEGIA 5
IV. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 5
4.1 OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA 6
4.2 PÚBLICO OBJETIVO 6
4.3 COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA 7
4.4 DESARROLLO DE LOS COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA 10
4.5 MENSAJES 11
4.6 TIEMPO DE EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA 11
4.7 PLANES DE ACCIÓN 12
4.8 INDICADORES DE LA ESTRATEGIA 15
4.9 IMPACTO DE LA ESTRATEGIA 19
4.10 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 20

II SIMPOSIO INTERAMERICANO OEA 2009: REUNIÓN DE COMUNICADORES **23**

I. ANTECEDENTES 23
II. CONCLUSIONES 24

ANEXOS **29**

ANEXO 1: PRIMERA INFANCIA 30
ANEXO 2: REVISTA DE PRIMERA INFANCIA 34
ANEXO 3: ESTRUCTURA PORTAL SOBRE PRIMERA INFANCIA 39

BIBLIOGRAFÍA **42**

I. INTRODUCCIÓN

La Oficina de Educación y Cultura (DEC/SEDI) de la Organización de los Estados Americanos (OEA) trabaja en el campo de la educación temprana hace más de una década, apoyando la construcción de consensos sobre calidad, equidad y eficiencia en la entrega de servicios de educación temprana. Para ello, proporciona asistencia técnica a los Estados miembros en la implementación de sus políticas para la primera infancia; organiza jornadas sobre asuntos técnico-políticos y facilita el diálogo sobre políticas y estrategias de educación, cuidado y desarrollo infantil, asociándose con organizaciones internacionales y de la sociedad civil activas en este campo como UNICEF, UNESCO, la Fundación Bernard Van Leer, Corporación Andina de Fomento, Banco Mundial, Asociación Mundial de Educadores Infantiles (AMEI-WAECE) y la Organización Mundial de Educación Preescolar (OMEP).

Como parte de su estrategia, el DEC implementa diferentes iniciativas orientadas a fortalecer el Compromiso Hemisférico por la Primera Infancia que adoptaron los Ministros de Educación de los Estados miembros de la OEA en noviembre de 2007. El compromiso asumido, entre otros, establece la necesidad de poner en marcha estrategias de comunicación y difusión de atención integral a la primera infancia, favorecer el intercambio de experiencias exitosas y contribuir con ello al fortalecimiento de las políticas de atención y educación.

A fin de apoyar el cumplimiento de esos acuerdos, se viene implementando el proyecto "Expansión del Compromiso Hemisférico con la Educación Temprana a través de la Tecnología y las Redes de Comunicación", que pretende dar visibilidad a la primera infancia a través de argumentos científicos, económicos, políticos y prácticos para aumentar la atención y la inversión en esta etapa, e ilustrar maneras de conseguir cambios en el desarrollo, cuidado y educación de la primera infancia a través de las políticas públicas. El proyecto cuenta con el apoyo financiero de la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional (CIDA); más la asesoría de un equipo de comunicadoras encargadas de su implementación[1].

Para alcanzar este propósito, el proyecto prevé el diseño de una Estrategia de Comunicación que permita la difusión y movilización para aumentar la participación en el cuidado y educación de calidad para la primera infancia. En el diseño de esta estrategia subyace la consideración de la comunicación como una disciplina que contribuye al desarrollo de acciones integrales y a la obtención de resultados eficaces en beneficio de los niños y niñas comprendidos en la primera infancia (0 a 8 años de edad).

La estrategia que se pone a consideración, ofrece lineamientos generales y herramientas a los comunicadores de los países participantes del proyecto "Expansión del Compromiso Hemisférico con la Educación Temprana a través de la Tecnología y las Redes de Comunicación" para fortalecer los esfuerzos que realizan en la abogacía, promoción y difusión de información sobre la primera infancia.

La estrategia pretende aumentar la conexión, intercambio y colaboración entre gobiernos, investigadores y académicos, diseñadores de política, organizaciones internacionales y de la sociedad civil, otros actores de educación y sectores relevantes (salud, bienestar, desarrollo social, mujer, familia, redes, entre otras). Está concebida para apoyar y fortalecer la creación de una red global que sirva para presentar y compartir la información e investigación más actualizada y sólida, para sensibilizar a los diseñadores de políticas sobre la importancia de invertir en el cuidado y educación de la primera infancia y para promover una mayor participación de padres, comunidades y medios de comunicación.

[1] Periodistas Diana Mireya Pedraza de Colombia, Claudia Leiva de Chile y Consuelo Ramos de Perú y además, la consultora peruana Karima Wanuz que se unió a la OEA/DEC en febrero de 2009.

II. ANTECEDENTES

Para elaborar una Estrategia de Comunicación que posicione la primera infancia como tema prioritario de los gobiernos y de los ciudadanos, existe una posición fundamentada sobre los contenidos relacionados al desarrollo humano, la primera infancia y los argumentos científicos, económicos y de salud que respaldan la estrategia de comunicación de este proyecto. (Ver Anexo 1: La Primera Infancia y Evidencias de la importancia de la primera infancia para el desarrollo).

Las evidencias y constataciones realizadas en los últimos años, desde diversas perspectivas (culturales, psicológicas, económicas, educativas, de las neurociencias, entre otras), han consolidado la importancia del desarrollo, atención y educación temprana desde antes del nacimiento y con acciones de carácter integral que cubran todas las dimensiones de su desarrollo (emocionales, físicas e intelectuales), en particular la dimensión educativa de alta calidad.

Neurocientíficos como Fraser Mustard; economistas como Amartya Sen y James Heckman; educadoras como María Victoria Peralta y Maribel Cormack, pedíatras como Mary Eming Young, entre otros, han reiterado que la atención integral a la primera infancia desde muy temprana edad, produce resultados potencialmente más rentables, entre los que se encuentra la reducción de los porcentajes de repetición, deserción, agresión, violencia y la preparación del capital humano y social que se requiere para participar en el desarrollo, la producción y economía de cada país.

En términos sociales, todas las condiciones desfavorables que acarrea la pobreza, y que dan pie a la inequidad social y económica, están estrechamente relacionadas con las desigualdades en las primeras etapas de desarrollo y aprendizaje de niños y niñas. No lograr romper con el círculo vicioso de la pobreza, es mantener a los niños más pobres a la zaga de los más favorecidos.

La estimulación desde el nacimiento y la educación durante los primeros años de vida dan como resultado niños y niñas más exitosos en la escuela, más competentes en lo que se refiere a la formación de las relaciones sociales y a las emociones, y además demuestran un desarrollo verbal e intelectual más elevado que aquellos que no experimentan una educación temprana de calidad. Por lo tanto, garantizar un desarrollo infantil saludable, es una inversión en la futura población activa de un país y en la capacidad de progresar económica y socialmente.

Desde el ámbito de la economía también existen evidencias que justifican que la inversión en la primera infancia es rentable y una gran apuesta de futuro. Así lo que afirmó el Premio Nóbel de Economía 1998, Amartya Sen, cuando señaló que “en efecto, la calidad de la niñez tiene importancia no sólo para lo que pase en los niños, sino también para la vida futura. Las inversiones para en la primera infancia son importantes por su propio derecho debido a que ellas abren el camino para una vida de mejor salud, desempeño mental y físico, y productividad”[2].

Bajo esta misma premisa, el investigador estadounidense James Heckman, Premio Nóbel de Economía en el año 2000, ha concluido que por cada dólar invertido en educación inicial, producirá un retorno de ocho dólares cuando el individuo sea adulto (8 a 1), retorno mucho mayor que el de cada dólar invertido en programas escolares de la educación media y superior (3 a 1).

[2] Myers, Robert. “The twelve who survive”. YPSILANTI, MI: High/Scope Press, 1992, 1995. Tomado de: Sen, Amartya y Brundtland, Gro Harlem. “Romper el ciclo de la pobreza. Invertir en la infancia”. Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Desarrollo Sostenible, División Desarrollo Social. Conferencias Magistrales. París, 14 de marzo de 1999.

Todo lo anterior hace pensar que el desarrollo infantil temprano se puede concebir como la mejor y más eficaz opción de intervención para ayudar tanto a los niños más pobres y vulnerables, como a sus familias, comunidades y naciones, como una forma de romper con el círculo vicioso de la pobreza. Pero para lograrlo, es necesario que los programas de educación temprana sean parte estratégica de las políticas educacionales de los países.

III. JUSTIFICACIÓN DE LA ESTRATEGIA

El proyecto "Expansión del Compromiso Hemisférico con la Educación Temprana a través de la Tecnología y las Redes de Comunicación" nace en la V Reunión de Ministros de Educación de los Estados miembros de la OEA, llevada a cabo en Cartagena, Colombia, en noviembre de 2007, cuyo tema central fueron las "Lecciones aprendidas y compromisos hemisféricos con la Educación de la Primera Infancia". En ese momento los Ministros adoptaron un "Compromiso Hemisférico a la Educación de la Infancia Temprana" en el que se comprometieron, entre otras cosas, a "Apoyar las políticas de comunicación y diseminación sobre el cuidado y la educación infantil integral".

Bajo esta perspectiva, el proyecto "Expansión del Compromiso Hemisférico con la Educación Temprana a través de la Tecnología y las Redes de Comunicación" coordinado por el Departamento de Educación y Cultura de la OEA, concibe la comunicación como una disciplina que contribuye al desarrollo de acciones integrales y resultados eficaces en beneficio de los niños y niñas menores de 8 años.

En este sentido y siguiendo a Manuel Martín Serrano, la comunicación es la capacidad que tienen algunos seres vivos para interactuar mediante el intercambio de información. La comunicación es todo aquello que produce una retroalimentación (por mínima que sea), es una acción fundamental para toda organización, un proceso que da origen y sentido a una interacción eficaz con los diferentes actores que participan y se benefician de ella.

Dentro de ese contexto, la "Estrategia de Comunicación para el Mejoramiento de la Calidad Educativa de la Primera Infancia" propone un enfoque cultural caracterizado por una relación educación-comunicación que permite una condición articuladora y transversal. Supone establecer mensajes orientados a garantizar la atención de la primera infancia, fomentar una educación temprana de calidad y promover la importancia de invertir en la primera infancia para mejorar la economía de un país. Propone diseñar, desarrollar e implementar acciones de comunicación centradas en el público objetivo: diseñadores de política, directores nacionales y especialistas en cuidado y educación de la primera infancia; padres, agentes educativos, profesores, instituciones de la sociedad civil y empresas de cada país y subregión.

La "Estrategia de Comunicación para el Mejoramiento de la Calidad Educativa de la Primera Infancia" ha diseñado tres componentes principales: Información y difusión; desarrollo de capacidades; y abogacía, los cuales plantean acciones de comunicación con el objetivo de sensibilizar, movilizar y generar políticas públicas favorables al desarrollo de la niñez desde una perspectiva de derechos. En su diseño, sugiere especial atención a la propuesta de planes para que los países puedan, a partir de ubicar en qué nivel de comunicación se encuentran, seleccionar aquellas acciones que les permitan desarrollar y consolidar sus esfuerzos.

IV. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El desarrollo de la estrategia de comunicación tiene como base todas las investigaciones y hallazgos científicos sobre primera infancia, por ello el abordaje comunicativo se hace desde un enfoque integral, lo que significa que los procesos de interacción están cargados de significación y comprometen el ámbito de la vida cotidiana, las dinámicas sociales y culturales, la esfera pública, las sensibilidades y las identidades colectivas.

Desde esta mirada se entiende la comunicación como un proceso que se encuentra en cada uno de los actos que realiza el hombre, atraviesa el entramado social y construye la realidad[3]. Esto implica que la sociedad como tejido y red de relaciones, se sustenta en estructuras e intercambios comunicativos que son significativos dentro de contextos culturales específicos.

Asumir la comunicación desde esta postura implica tener en cuenta la teoría de las mediaciones de Martín Serrano, que las define como la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo por medio de un sistema de orden.

En este sentido, todo el andamiaje político y social que enmarca la primera infancia permite poder centrar la estrategia en diversos escalones jerárquicos que permitirán un contacto directo con los diferentes actores sociales que la intervienen.

A partir de esta estrategia, los mensajes emitidos por los diferentes grupos de comunicación en cada país deben estar elaborados desde un plan de acción que apunte a objetivos claros, con miras a lograr consolidar la meta establecida en el componente comunicativo.

4.1 OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA

Promover y difundir la importancia de la educación de calidad de la primera infancia a través de acciones de comunicación para lograr la sensibilización, la abogacía, la movilización social y la generación de políticas públicas y acciones a favor de la primera infancia.

4.2 PUBLICO OBJETIVO

Dentro de los lineamientos generales de la estrategia, se definió al Estado y la Sociedad Civil como público objetivo, los cuales hemos caracterizado de acuerdo a su rol:

Estado:

- Ministerios (Educación, Infancia, Salud, Mujer, Sector Social, Economía, entre otros): Dentro de sus sectores, toman decisiones sobre las políticas relacionadas con la primera infancia.
- Gobiernos locales (Municipalidades, Alcaldías, Gobernaciones, Gobiernos Regionales, entre otros): Son fundamentales para el trabajo en localidades.
- Congreso: Permite desarrollar propuestas legislativas relacionadas con el tema.

Sociedad Civil:

- Organizaciones no Gubernamentales vinculadas a la primera infancia: Contribuyen a que la circulación de la información sea más eficiente, ya que tienen una estructura funcionando que puede ser muy útil en estas actividades.
- Sector académico (investigadores, científicos, etc.): Sus conocimientos y manejo de información pueden sumar al desarrollo de acciones a favor de la primera infancia.
- Líderes de opinión: Su capacidad de convocatoria los hace un canal de información sumamente efectivo.
- Comunidad educativa (Maestros, padres de familia, niños): Son grupos que necesitan información que los ayudarán a ellos mismos y a sus familias.
- Medios de comunicación: Son sumamente importantes para las actividades de difusión, teniendo en cuenta su gran poder para llegar hasta lugares lejanos. Se considera de suma necesidad educar a los medios en los temas.
- Agrupaciones empresariales: Llegar a este sector contribuirá a generar alianzas con empresas que desarrollen responsabilidad social a favor de la infancia.

[3] Peter Berger y Thomas Luckmann definen la realidad y la construcción social de la realidad desde las relaciones que se construyen cotidianamente entre los seres humanos en donde la comunicación incide directamente. Peter L. Berger, Thomas Luckmann. La construcción social de la realidad, Buenos Aires, Amorrortu, 1993, pp. 13 a 15.

4.3 COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA

Los componentes de la Estrategia de Comunicación constituyen la base para el desarrollo de las acciones de comunicación, las mismas que pueden ser adaptadas de acuerdo a la realidad de los países participantes. Por ello, es necesario dar los alcances que permitan conocer qué componentes se incluyen en esta estrategia y qué significa cada uno de ellos.

4.3.1 Componente 1: Información y difusión

Al precisar el alcance de la expresión "información" se encuentra una de las conclusiones del Seminario Internacional de México, promovido por el Instituto Latinoamericano de Estudios Internacionales, ILET, cuando afirman que "debe surgir una información distinta concebida como reflejo de las situaciones reales; la información es un bien social y no una mercancía y debe orientarse de modo tal que los ciudadanos puedan percibir y puedan comprender a fondo los procesos económicos y políticos y sus conflictos intrínsecos en los planos nacional e internacional, y estar en condiciones de participar en la adopción de las decisiones. La información es a la vez una necesidad social y un elemento esencial del ejercicio de los derechos humanos".

Este componente requiere tener como lineamiento base para su desarrollo que la radio, prensa, televisión e Internet, sean medios de comunicación que se puedan utilizar para difundir mensajes que permitan visibilizar y posicionar la primera infancia en la agenda pública. Para lograr este objetivo, es necesario comprender los medios desde la constitución misma de su lógica de producción, lo que significa entender los textos, la narración, la gramática, los procesos icónicos y su uso social[4]; de esta manera se vislumbra que las estéticas de los medios son por naturaleza sociales, y el estudio y análisis de estas visiones contemporáneas desemboca en una mirada de integración y participación social.

Es así como se puede llegar a mirar la relación de los medios con la configuración de la vida cotidiana, y la experiencia individual con la educación, con las formas de placer, de miedo, de ocio, de diversión, es decir, todas aquellas esferas en que los medios intervienen en la manera en como los individuos se relacionan los unos con los otros en la vida social dentro de la diferenciación y diversidad de los distintos grupos sociales. Estos medios de comunicación requieren ser considerados no sólo desde una economía política de la comunicación y desde sus especificidades tecnológicas, institucionales y organizacionales, sino también desde la perspectiva de sus usos sociales y de su articulación con dimensiones claves de la vida de la sociedad. La experiencia demuestra que el trabajo realizado con los medios de comunicación y medios electrónicos permite un rápido reconocimiento político y social del tema, ya que son considerados aliados estratégicos.

Los medios pueden ser articulados con el sistema educativo y éste deberá hacerse cargo no sólo de una educación para el reconocimiento de la diversidad, sino también de una educación para una lectura crítica de los procesos a través de los cuales los medios masivos de comunicación y las industrias culturales construyen la realidad social y una parte importante de las ofertas de valores, identidades, sentidos y estilos de vida que circulan en nuestras sociedades. Una orientación adicional podría ser desarrollar desde la escuela saberes y destrezas para la producción y la emisión de mensajes que le den proyección práctica a los ideales de ciudadanía comunicativa.

Hablar de información y difusión es hablar de un uso social, de un escenario de significación en donde el acceso está determinado por el manejo de la herramienta y el conocimiento de los mensajes que se quieren transmitir. En una sociedad en donde la virtualidad permite el

[4] Para ampliar sobre los lenguajes de los medios, ver Chris Goddard y Bernadette J. Saunders. "Child abuse and the media", documentos parte de El rol de los Medios de Comunicación, Proyecto Eje: Abuso sexual infantil en Queensland: Selección de trabajos de investigación, Comisión de delitos de Queensland, Brisbane en la Prevención del abuso infantil, Nº 14, 2001. http://www.aifs.gov.au/nch/issues/issues14.html

ingreso a diferentes lenguajes, estéticas y mensajes, el ser humano adquiere un papel protagónico pues es desde él, en articulación con los otros, puede producir información que permita construir imaginarios de primera infancia desde una perspectiva de derechos.

Los medios de comunicación son escenarios en donde se agendan temas de interés político, social y económico y en esa medida, la primera infancia debe estar en la agenda mediática, los periodistas deben ser aliados de la niñez y los ciudadanos no sólo deben esperar mensajes sino producirlos, por esa razón esta estrategia se ubica tanto en los periodistas y dueños de medios, como también en los públicos objetivos del proyecto, pues cada mensaje de acuerdo al contexto, los intereses y las necesidades puede permitir una transformación cultural de la sociedad hacia la primera infancia.

Cuando se hace referencia a los medios de comunicación se comienza a entrar en contacto con un andamiaje cargado de significación, con la producción que éstos emiten, con los niveles de recepción que generan y con el impacto que causan en la proyección social de cada individuo.

4.3.2 Componente 2: Desarrollo de capacidades

Para el desarrollo de acciones incluidas en la estrategia, es indispensable el trabajo con los mismos beneficiarios, y para ello es necesario que éstos desarrollen sus capacidades con la finalidad de lograr un cambio en la sociedad.

En ese sentido, se debe tener en cuenta que el desarrollo de capacidades se define como un proceso que mejora la habilidad de una persona, grupo, organización o sistema para lograr sus objetivos o para lograr un mejor desempeño, puesto que la capacidad o el desarrollo de capacidades es multi-dimensional y dinámico. El desarrollo de capacidades conducirá a una mejora en el desempeño en distintos niveles (campo y sector) y contribuirá a la sustentabilidad. El ambiente externo también afecta al desarrollo de capacidades.

Una fuente común de confusión es que el desarrollo de las capacidades es generalmente entendido como el desarrollo de los recursos humanos y esto resulta ser desafortunado. Se trata de un concepto más amplio, el cual se refiere a la adquisición de habilidades, pero también a la capacidad de usarlas.

El documento que presenta la “Strategy on Human Capacity Building for Integrated Water Resources Management and Service Delivery, Water-Education-Training” plantea que la educación, capacitación y la formación de conciencia son elementos clave para forjar una estrategia que prepare a la humanidad para los desafíos del siglo XXI.

Es importante saber que en la práctica, el desarrollo de capacidades provee de herramientas y conocimientos para iniciar, guiar y brindar apoyo para alcanzar el objetivo planteado. Por ello, debemos tener en cuenta, que el desarrollo de capacidades involucra transferencia de conocimientos, necesidad de información acerca de cómo conducir las reformas y qué cambios deben producirse en las políticas.

También debemos tener en cuenta que si estamos cambiando las instituciones, alternando responsabilidades y estableciendo nuevas regulaciones, se necesita desarrollar capacidades por un largo período de tiempo. No se trata de una actividad de corto plazo. Por eso es que el desarrollo de capacidades es tanto un proceso como un concepto.[5]

En lo que respecta a algunas características del proceso de desarrollo de capacidades, tenemos que:

- Es un proceso continuo de mejora a nivel de individuo, de organización o sistema.

[5] Ver http://www.cap-net-esp.org

- Es un proceso multi-dimensional y dinámico. Para poder abarcarse, muchos lo describen en términos de sus componentes o dimensiones, esto da lugar al establecimiento de etapas o niveles de desarrollo.

4.3.3 Componente 3: Abogacía

El concepto de "abogacía" está asociado directamente al activismo y a la sociedad civil. En inglés, "advocacy" se refiere a una participación ciudadana activa para influir, a través de estrategias de promoción y defensa pública, en quienes toman decisiones a nivel local, nacional e internacional, con el fin de incidir en las políticas públicas.

La participación ciudadana puede definirse como un proceso de involucramiento del ciudadano o de un grupo en actividades que están dirigidas no tanto al interés de un individuo, sino a una comunidad para el beneficio de ésta. Existe aquí entonces un interés social, donde las acciones pretenden alcanzar un efecto en un grupo para mejorar condiciones políticas, sociales, económicas, entre otras.

Hablar de abogacía es hablar de inmediatez, de realidades, representaciones y, sobre todo, de lenguajes y lógicas particulares que han sido construidas desde diferentes perspectivas y con guiones[6] mentales específicos, de acuerdo a la vivencia de cada productor de información. En la abogacía se utilizan múltiples formas de interacción que permiten el acceso a los círculos en donde se toman las decisiones, a la vez que hacen visibles los problemas y necesidades de la población, son vía de acceso al conocimiento producido mundial y localmente, socializan los sentidos políticos, culturales y económicos que cohesionan un país, y hacen circular las propuestas sobre nuevos escenarios de desarrollo.

La abogacía implica un trabajo de movilización social a través de la creación estratégica de actividades desplegadas a corto plazo y encaminadas a desarrollar una visión a largo plazo que dé sustento a la transformación social. No es posible realizar apropiadamente el trabajo de abogacía sin el conocimiento de aquellas leyes que establecen los derechos de los ciudadanos, los procedimientos para restituir los derechos violados y las formas y espacios de participación ciudadana.

En este sentido, las estrategias de abogacía deben estar orientadas a educar a líderes, tomadores de decisiones y a quienes formulan y ejecutan las políticas, generando así la reforma de políticas existentes, las leyes y los presupuestos para el desarrollo de nuevas iniciativas y la creación de más y mejores estructuras y procedimientos de toma de decisiones democráticos, abiertos y responsables.

---

[6] Guillermo Orozco utiliza el concepto de guión para explicar cuatro momentos que intervienen en la recepción que un individuo realiza de los contenidos comunicativos ya sea en la relación cara a cara o desde una perspectiva mediática. El guión es un mapa desde donde se comprende y se produce y es una "representación de un evento jerárquicamente ordenado, organizado típicamente hacia la consecución de una meta o conjunto de metas". Orozco distingue: 1) El guión cognoscitivo, o la forma de mediación individual que apunta a la manera como el sujeto conoce y actualiza un guión cognitivo. En términos cognoscitivos, se pueden definir tres ámbitos: habilidades, conocimientos y creencias. Las habilidades implican un saber práctico o saber hacer. El conocimiento implica un saber qué. Y las creencias significan fundamentalmente creer en algo, que puede ser independiente de saber acerca de ese algo o de saberlo hacer. 2) El guión cultural, que hace referencia al conjunto de influencias que estructuran el proceso de aprendizaje y sus resultados. 3) El guión institucional, que se refiere al modo como las instituciones tratan de socializar a sus miembros. Las instituciones utilizan diversos recursos para implementar su mediación. Entre ellas el poder y las reglas son algunas estrategias, así como los procedimientos de negociación; las condiciones materiales y espaciales también sirven a las metas institucionales, y 4) El guión tecnológico, que reconoce la autonomía y la especificidad de un medio como la televisión, la eficacia de sus narraciones y lenguajes, así como el alto grado de verosimilitud y de posibilidades de representación. Ver Guillermo Orozco G. "Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva", en Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, nº6, México, Universidad Iberoamericana, 1994, pp. 75-80.

4.4 DESARROLLO DE LOS COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA

Teniendo en cuenta estos referentes, la estrategia comunicativa tiene tres componentes, cada uno de los cuales tiene asociado objetivos, acciones y productos específicos. Para ello, se precisan los principales resultados esperados según los tres componentes que se presentan a continuación:

- **Componente 1: Información y difusión**

Supone transferir información sobre la importancia de la primera infancia a través de los medios de comunicación para posicionar el tema desde la agenda política, social y cultural.
Para ello, este componente incluye:

- Elaboración de dossier de prensa para brindar información de la campaña.
- Coordinación con medios de comunicación masiva para la difusión del tema.
- Diseño y ejecución de conferencia de prensa para el lanzamiento de la "Estrategia de Comunicación para el Mejoramiento de la Calidad Educativa de la Primera Infancia".
- Diseño, edición y publicación de una revista especializada en primera infancia.
- Elaboración y diseño de un portal para promover y difundir los temas vinculados a la primera infancia.

- **Componente 2: Desarrollo de capacidades**

Este componente no sólo contribuye al conocimiento o manejo del tema, sino a su abordaje, intervención e incidencia sobre la implementación de acciones eficaces por la primera infancia. En este contexto, se hace necesario contar con un ser humano capaz de asumirse como sujeto transformador de sí y de su entorno, de tal manera que garantice elaboraciones con alta producción de sentido, que posibilite la creatividad cultural, la capacidad de dar cuenta de la realidad, partiendo de la identificación y priorización consecuente de sus necesidades. El periodista, empleado estatal, líder de opinión, será entonces un profesional que promoverá y sistematizará la reflexión del acontecer diario en relación con la primera infancia. Este hecho explica parcialmente por qué su rol de liderazgo e impacto dentro de la comunidad debe ser fundamental, pues son ellos los llamados a agenciar procesos que rescaten la perspectiva histórico-cultural y logren generar nuevas opciones de participación en la esfera mediática. En ese sentido, las autoridades, líderes de opinión, comunicadores y periodistas deben estar en la capacidad de proponer políticas y programas para la atención de la primera infancia, poder gestionarlos, y vigilar su implementación, igualmente lograr mecanismos de información e interacción entre ellos. Para ello se tiene previsto dentro de la estrategia el desarrollo de:

- Jornada de capacitación a autoridades del Estado y municipales encargadas del área de primera infancia sobre las acciones que deben cumplir en función al tema.
- Jornada de capacitación a jefes de comunicaciones del Estado y de los gobiernos municipales sobre primera infancia.
- Jornada de capacitación a líderes de opinión y representantes de organizaciones no gubernamentales que trabajan en primera infancia sobre la importancia de invertir en primera infancia.
- Jornada de capacitación a periodistas de medios de comunicación sobre el tema de la primera infancia y la importancia de invertir en este grupo.

- **Componente 3: Abogacía**

Es el medio para lograr apoyo político y social a las acciones planificadas de forma estratégica, para lograr una sensibilización, movilización social y generación de políticas públicas. En ese aspecto, se busca que los actores, desde sus diferentes niveles y roles, se involucren y desarrollen capacidades para la incidencia y atención de la primera infancia.

Dentro de este componente, se tiene previsto:

- Formación de Red Interinstitucional por la Primera Infancia integrada por representantes del Estado y sociedad civil para generar compromisos y desarrollar acciones de incidencia y abogacía para el posicionamiento del tema en la agenda pública.
- Formación de Red de Comunicadores por la Primera Infancia integrada por comunicadores representantes del Estado y sociedad civil para desarrollar acciones de incidencia y abogacía para el posicionamiento del tema en la agenda pública.
- Implementación de campaña comunicacional: "Primero, la Primera Infancia", con el objeto de sensibilizar a los públicos objetivos sobre la importancia de la atención de niños menores de 8 años.

4.5 MENSAJES

Los mensajes se articulan en códigos y sistemas de signos que permiten expresar ideas para dar forma inteligible a los contenidos. Por consiguiente, hablar de un mensaje es poner en relación infinidad de conceptos que en el momento de ser expresados tienen una significación en el conjunto social en el que se inscribe. Ferdinand de Saussure definió la significación como la relación del signo con su realidad referencial[7]. Al producir un mensaje es necesario tener en consideración el lenguaje en que se expresa. El investigador chileno experto en temas de televisión, Valerio Fuenzalida, caracteriza el lenguaje audiovisual como “el lenguaje lúdico-afectivo”, diferenciándolo del “lenguaje lecto-escrito” que requiere de una lógica formal que lo hace ser analítico, diferenciador, abstracto, racionalizador y lineal[6]. Las imágenes son polisémicas porque no tienen un significado único ni estable, ya que su sentido depende de quien las construya, las lea e interprete, del medio utilizado para comunicarlas y del ambiente cultural en el que se produzca dicha comunicación. En este sentido se han planteado los siguientes mensajes:

- Atención de la primera infancia garantiza el desarrollo infantil saludable de los niños y niñas menores de 8 años.
- Estimulación de los niños y niñas durante sus primeros años potencia sus habilidades.
- Educación temprana de calidad permite un desarrollo verbal e intelectual más elevado.
- Invertir en primera infancia contribuye a mejorar la economía de un país.

4.6 TIEMPO DE EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

[7] Barbero y Silva en su texto Proyectar la comunicación plantean que Ferdinand de Saussure en su obra Cours de linguistique générale (1916) postula la base del estudio del signo. El signo lingüístico se presenta como parte de un sistema en que unidades formales (significantes) se unen con aquellas de contenido (significados) para producir formas de comunicación: para Saussure la lengua debería estudiarse en sí, sin mezclar presupuestos teóricos o referenciales, atendiendo a su propia realidad sobre la construcción de su sistema formal, de manera que el concepto de forma pasaría a ser entendido como el estudio de la estructura de una lengua. Deslindar la palabra de la “cosa” a la que alude (referencia) pudo constituir la gran revolución de su propuesta, pues es así como la lengua puede hablar de su propia realidad constitutiva: cómo produce en signos verbales su propia referencia. Sin embargo es André Martinet (1960) quien logra perfeccionar el modelo según el cual se alternan aspectos formales y materiales, proponiendo la noción más precisa de “doble articulación del lenguaje”. Todo aquello a lo que se le pueda aplicar el modelo de la doble articulación es, por principio, lenguaje. Se entiende de esta manera el desarrollo que conduciría al nacimiento de una nueva disciplina cuyo objeto estaría constituido por todos los sistemas de signos que operan en la vida social y que para Saussure se llamará semiología. Nace así otro campo del lenguaje. Ver Barbero y Silva. Proyectar la comunicación, cit., pp. 191 y 192.

[6] Ver Valerio Fuenzalida. “Producción de televisión desde las motivaciones de la audiencia”, en Cátedra UNESCO, Bogotá, Universidad Javeriana, 1999, p. 7.

La “Estrategia de Comunicación para el Mejoramiento de la Calidad Educativa de la Primera Infancia” está concebida para ser ejecutada en tres años con la finalidad de promover y difundir la temática de primera infancia a través de acciones de comunicación que contribuyan a la sensibilización, la movilización social y la generación de políticas públicas.

- **Primer año:** Se diseña y ajusta la estrategia de acuerdo a las posibilidades que tiene cada país. Realizar un diagnóstico preliminar de entidades, funcionarios, organizaciones y líderes que estén interesados en promover la primera infancia desde la perspectiva antes descrita. Una vez se realice este diagnóstico, se debe consolidar una base de datos que debe constituirse en un directorio de personas claves que pueden ofrecer información, trasmitirla y circularla. En un apartado especial se debe generar un directorio de periodistas *amigos de la primera infancia*, quienes deben ser sensibilizados sobre el tema a través de talleres y charlas que permitan un acercamiento y por ende, un compromiso social.

- **Segundo año:** Durante este tiempo es necesario implementar la estrategia, etapa que contempla:
  - Elaboración de los objetivos que se desean transmitir.
  - Abogacía en los diferentes estamentos en donde el tema de la primera infancia es prioritario.
  - Elaboración de mensajes en diferentes formatos para iniciar el posicionamiento de la primera infancia.
  - Utilización de los medios de comunicación a través editoriales, columnas de opinión de especialistas.
  - Elaboración de propuestas mediáticas en donde la primera infancia sea la protagonista como sujeto de derechos.
  - Evaluación y ajuste permanente en esta etapa de implementación.

- **Tercer año:** Es necesario afianzar el posicionamiento del tema, para lo cual se debe incentivar la abogacía; el intercambio de información con los actores claves; haber generado una base de datos con líderes en el tema; y tener conformadas redes de científicos, especialistas, comunicadores sociales, periodistas y líderes de opinión, para poder sostener la agenda de primera infancia en la sociedad. La participación en eventos y la socialización de nuevos hallazgos científicos, el contacto directo con los líderes de opinión deben afianzar la estrategia.

4.7 PLANES DE ACCIÓN

Componente 1: Información y difusión
Resultado del Plan de Acción 1: Opinión pública informada y sensibilizada en el tema de primera infancia a través de los medios de comunicación.

1.1 Elaboración de (01) dossier de prensa para brindar detalles más específicos de la campaña. Con el objetivo de atrapar el interés de los periodistas ya que se puede incluir toda la información de la campaña.

1.1.1 Construcción de mensajes para dossier (escritos y/o CDs).

1.2 Coordinación con medios de comunicación masiva para la difusión del tema. El objetivo es posicionar el tema en los medios de comunicación para colocarlo en la agenda pública.

1.2.1 Elaboración de notas e informes periodísticos sobre primera infancia en (04) medios televisivos.
1.2.2 Elaboración de notas y entrevistas sobre primera infancia en (04) medios radiales.
1.2.3 Elaboración de notas e informes especiales sobre primera infancia en (04) medios escritos.

1.2.4 Desayunos con periodistas de diversos medios de comunicación.

1.3 Diseño y ejecución de conferencia de prensa para el lanzamiento de la "Estrategia de Comunicación para el Mejoramiento de la Calidad Educativa de la Primera Infancia". Tiene como objetivo dar a conocer los alcances de la campaña a través de los medios de comunicación.

1.3.1 Conferencia de prensa.
1.3.2 Elaboración de notas de prensa para el lanzamiento.
1.3.3 Difusión en (06) medios de comunicación masiva.

1.4 Diseño, edición y publicación de una revista especializada en primera infancia.

1.4.1 Base de datos de directores y editores de revistas sobre primera infancia.
1.4.2 Diseño, edición y publicación de revista especializada en primera infancia.

1.5 Elaboración y diseño de un portal nuevo de información en línea, especializado en cuidado y educación infantil, para compilar y diseminar información, prácticas eficaces, investigación, cursos de formación, enlaces a los recursos clave de información y a expertos en el tema en la región,. Este portal, que se presentará en inglés y español, enlazaría y enriquecería el Portal de la OEA, la Red Latinoamericana de Portales Educativos (RELPE), el Portal de la Asociación Mundial de Educadores Infantiles y otros, tan pronto entre en funcionamiento (Resultado 2 del Proyecto Hemisférico).

1.5.1 Diseño de estructura de portal.
1.5.2 Seguimiento al funcionamiento del portal.
1.5.3 Guía de orientación para la búsqueda de espacios y redes sociales en Internet.
1.5.4 Elaboración de tres bases de datos: Una con expertos en cuidado y educación infantil de los Estados miembros, otro con colaboraciones, enlaces a portales y webs y redes ya existentes y un tercero con experiencias significativas en los Estados miembros.
1.5.5 Envío de boletines periodísticos quincenales sobre primera infancia.
1.5.6 Envío de boletines sobre primera en el ámbito interamericano.

1.6 Monitoreo de actividades

Componente 2: Desarrollo de capacidades

Resultado del Plan de Acción 2: Autoridades del Estado, autoridades municipales, jefes de comunicaciones, líderes de opinión, representantes de organizaciones no gubernamentales, periodistas, padres de familia, investigadores, profesores, niños y niñas capacitados en el tema de primera infancia para vigilar, difundir, incidir e implementar acciones permanentes en favor de los niños y niñas menores de 8 años.

2.1 (07) Jornadas de capacitación a autoridades del Estado y autoridades municipales, jefes de comunicaciones, líderes de opinión y representantes de organizaciones no gubernamentales, periodistas, padres de familia, investigadores, profesores, niños y niñas, para fortalecer sus conocimientos sobre la primera infancia y lograr que realicen acciones de atención y promoción sobre la importancia del cuidado de los niños y niñas menores de 8 años. El objetivo del taller es brindar la información oportuna y necesaria a los beneficiarios. La jornada de capacitación estará planificada para cuatro horas de ejecución.

2.1.1 (01) Jornada de capacitación a (20) autoridades del Estado y municipales encargadas del área de primera infancia sobre las acciones que deben cumplir en función al tema.
2.1.2 (01) Jornada de capacitación a (10) jefes de comunicaciones del Estado y de los gobiernos municipales sobre primera infancia.

2.1.3 (01) Jornada de capacitación a (20) líderes de opinión y representantes de organizaciones no gubernamentales que trabajan en primera infancia sobre la importancia de invertir en primera infancia.
2.1.4 (01) Jornada de capacitación a (10) periodistas de medios de comunicación sobre el tema de la primera infancia y la importancia de invertir en este grupo.

2.2 Elaboración de materiales de capacitación y difusión para la sensibilización, incidencia, vigilancia y atención de la primera infancia.

2.2.1 Elaboración de resúmenes periodísticos en base a las investigaciones.
2.2.2 Elaboración de (01) documento sobre experiencias y desafíos de comunicación.
2.2.3 Elaboración de (01) manual para la sensibilización en temas relacionados con la primera infancia.
2.2.4 Elaboración de (01) manual didáctico para la transformación de información para diferentes audiencias.
2.2.5 Elaboración de (01) diagnóstico e identificación de entidades especializadas en primera infancia.
2.2.6 Diseño y publicación de (1000) manuales de incidencia política para abordar el tema de la primera infancia.
2.2.7 Diseño y publicación de (1000) manuales para periodistas.
2.2.8 Diseño y publicación de (1000) manuales para comunicadores.
2.2.9 Diseño y publicación de (1000) dípticos de información.
2.2.10 Diseño y publicación de (1000) afiches sobre primera infancia.
2.2.11 Diseño y Publicación de (1000) stikers sobre primera infancia.
2.2.12 Producción y edición de (01) video sobre la situación de la primera infancia.

2.3. Monitoreo de actividades

Componente 3: Abogacía
Resultado del Plan de Acción 3: Redes vinculadas al tema infancia del Estado y la sociedad civil realizan acciones de abogacía para la atención y movilización social por la primera infancia.

3.1 Formación de (01) Red Interinstitucional por la Primera Infancia integrada por (10) representantes del Estado y sociedad civil para generar compromisos y desarrollar acciones de incidencia y abogacía para el posicionamiento del tema en la agenda pública. Esta actividad tiene como objetivo que las autoridades de los diversos sectores puedan desarrollar capacidades para la incidencia y abogacía.

3.1.1 Elaboración de (01) base de datos de instituciones del Estado que trabajan el tema infancia.
3.1.2 Elaboración de (01) base de datos de instituciones de la sociedad civil que trabajan el tema infancia.
3.1.3 (03) Jornadas de trabajo para impulsar la formación de (01) Red Interinstitucional por la Primera Infancia.
3.1.4 Asesoría y seguimiento para definir las acciones de abogacía para la atención de la primera infancia.

3.2 Formación de (01) Red de Comunicadores por la Primera Infancia integrada por (10) comunicadores representantes del Estado y sociedad civil para desarrollar acciones de incidencia y abogacía para el posicionamiento del tema en la agenda pública. Esta actividad tiene como objetivo comprometer a los comunicadores para desarrollar capacidades para la incidencia y abogacía que potencien las iniciativas y actividades de movilización por la atención de la primera infancia.

3.2.1 Elaboración de (01) base de datos de los jefes de comunicaciones de los diversos sectores del Estado que trabajan el tema infancia.

3.2.2 Elaboración de (01) base de datos de los jefes de comunicaciones de organizaciones claves de la sociedad civil que trabajan el tema infancia.
3.2.3 (03) Jornadas de trabajo para impulsar la formación de (01) Red de Comunicadores por la Primera Infancia.
3.2.4 Asesoría y seguimiento para definir las acciones de abogacía para la atención de la primera infancia.

3.3 Elaboración de (01) sondeo de opinión. El objetivo es detectar cuánto conocen los padres de familia, docentes y público en general sobre primera infancia.

3.3.1 (01) Sondeo de opinión.
3.3.2 Difusión del sondeo de opinión en (06) medios de comunicación masiva.

3.4 Implementación de (01) campaña comunicacional: "Primero, la Primera Infancia" con el objeto de sensibilizar a las autoridades y familias sobre la importancia de la atención de niños y niñas menores de 8 años, a través de (06) reportajes en medios y (01) festival artístico (canto, danza y poesía). El objetivo de la campaña es visibilizar la problemática de la primera infancia y sensibilizar a las autoridades locales y comunidad.

3.4.1 (06) Reportajes sobre la problemática en medios de comunicación.
3.4.2 (01) Festival artístico de sensibilización por la atención de la primera infancia.
3.4.3 (05) Mensajes para posicionar la primera infancia.
3.4.4 (05) Slogans sobre primera infancia.
3.4.5 (08) Materiales de difusión de la campaña comunicacional.

3.5 Diseño y difusión del *Premio Periodistas en acción por la primera infancia* con el objetivo de promover el desarrollo de la temática de la primera infancia en los medios de comunicación masiva y procurar su adecuado enfoque y tratamiento.

3.5.1 (01) Diseño del concurso.
3.5.2 (01) Base del concurso y elección del jurado calificador.
3.5.3 Difusión del concurso en (10) medios de comunicación masiva.
3.5.4 (02) Conferencias de prensa para el lanzamiento y la premiación del concurso.

3.6 Monitoreo de actividades

4.8 INDICADORES DE LA ESTRATEGIA

COMPONENTES / RESULTADOS			INDICADOR	META	UNIDAD DE MEDIDA
COMPONENTE 1: INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN					
RESULTADO 1: Opinión pública informada y sensibilizada en el tema de primera infancia a través de los medios de comunicación.					
1.1.		Elaboración de (01) dossier de prensa para brindar detalles más específicos de la campaña.	(01) Dossier de prensa ayuda a precisar información sobre la estrategia de comunicación.		
	1.1.1	Construcción de mensajes para dossier (escritos y/o CDs).		1	Dossier de prensa
1.2		Coordinación con medios de comunicación masiva para la difusión del tema.	(12) Medios de comunicación masiva sensibilizados apoyan estrategia de comunicación para el mejoramiento de la calidad educativa de la primera infancia.		
	1.2.1	Elaboración de notas e informes periodísticos sobre primera infancia en (04) medios televisivos.		4	Notas en televisión
	1.2.2	Elaboración de notas y entrevista sobre primera infancia en (04) medios radiales.		4	Notas en radio
	1.2.3	Elaboración de notas e informes especiales sobre primera infancia en (04) medios escritos.		4	Notas en prensa

	1.2.4	Desayunos de trabajo con periodistas.		2	Desayunos
1.3	Diseño y ejecución de conferencia de prensa para el lanzamiento de la “Estrategia de Comunicación para el Mejoramiento de la Calidad Educativa de la Primera Infancia”		(01) Conferencia de prensa contribuye al lanzamiento de la estrategia de comunicación.		
	1.3.1.	(01) Conferencia de prensa.		1	Conferencia de prensa
	1.3.2	Elaboración de (01) nota de convocatoria y (01) nota de prensa para el lanzamiento de la estrategia.		2	Notas
	1.3.3	Difusión en (06) medios de comunicación masiva.		6	Notas en medios de comunicación
1.4	Diseño, edición y publicación de una revista especializada en primera infancia.		(01) Revista especializada permite la difusión del tema.		
	1.4.1	Elaboración de base de (01) base de datos de directores y editores de revista sobre primera infancia.		1	Base de datos de directores y editores
	1.4.2	Diseño, edición y publicación de una revista.		1	Revista
1.5	Elaboración y diseño de un portal para portal en línea con información especializada en el cuidado y educación de la primera infancia (Anexo 3).		(01) Portal especializado en la temática de primera infancia contribuye al posicionamiento del tema.		
	1.5.1	Diseño de estructura de portal.		1	Portal
	1.5.2	Seguimiento al funcionamiento del portal.		1	Informe mensual
	1.5.3	Guía de orientación para la búsqueda de espacios y redes sociales en Internet.		1	Guía de orientación
	1.5.4	Elaboración de (03) bases de datos.		3	Bases de datos
	1.5.5	Envío de boletines periodísticos quincenales sobre primera infancia.		12	Boletines periodísticos
	1.5.6	Envío de (02) boletines sobre primera en el ámbito interamericano.		2	Boletines
1.6	Monitoreo de actividad		Seguimiento de actividades permite reajuste de propuesta.	6	Informes

COMPONENTE 2: DESARROLLO DE CAPACIDADES					
RESULTADO 2 : Autoridades del Estado, autoridades municipales, jefes de comunicaciones, líderes de opinión, representantes de organizaciones no gubernamentales, periodistas, padres de familia, investigadores, profesores y niños capacitados en el tema de primera infancia para vigilar, difundir, incidir e implementar acciones permanentes en favor de los niños y niñas menores de 8 años.					
2.1	(07) Jornadas de capacitación a autoridades del Estado y autoridades municipales, jefes de comunicaciones, líderes de opinión y representantes de organizaciones no gubernamentales, periodistas, padres de familia, investigadores y profesores, y niños, para fortalecer sus conocimientos sobre la primera infancia y realicen acciones de atención y promoción sobre la importancia del cuidado de los niños y niñas menores de 8 años.		(60) autoridades del Estado, gobiernos municipales, jefes de comunicación, líderes de opinión, representante de organizaciones no gubernamentales y periodistas desarrollan acciones de difusión, vigilancia e incidencia sobre la primera infancia.		
	2.1.1	(01) Jornada de capacitación a (20) autoridades del Estado y municipales encargadas del área de primera infancia sobre las acciones que deben cumplir en función al tema.		1	Jornada
				20	Autoridades
	2.1.2	(01) Jornada de capacitación a (10) jefes de comunicaciones del Estado y de los gobiernos municipales sobre primera infancia.		1	Jornada
				10	Jefes de comunicaciones
				10	Instituciones
	2.1.3	(01) Jornada de capacitación a (20) líderes de opinión y representantes de organizaciones no gubernamentales que trabajan en primera infancia sobre la importancia de invertir en primera infancia.		1	Jornada
				20	Líderes de opinión
				10	Organizaciones
	2.1.4	(01) Jornada de capacitación a (10) periodistas de medios de comunicación sobre el tema de la primera infancia y la importancia de invertir en este grupo.		1	Jornada
				10	Periodistas
				10	Medios de comunicación

2.2	Elaboración de materiales de capacitación y difusión para la sensibilización, incidencia, vigilancia y atención de la primera infancia.		(09) Materiales de capacitación y difusión elaborados para el manejo del tema sobre primera infancia.		
	2.2.1	Elaboración de resúmenes periodísticos en base a las investigaciones de primera infancia.		2	Resúmenes
	2.2.2	Elaboración de (01) documento sobre experiencias y desafíos de comunicación.		1	Documento
	2.2.3	Elaboración de (01) manual para la sensibilización en temas relacionados con la primera infancia.		1	Manual
	2.2.4	Elaboración de (01) manual didáctico para la transformación de información para diferentes audiencias.		1	Manual
	2.2.5	Elaboración de (01) diagnóstico e identificación de entidades especializadas en primera infancia.		1	Diagnóstico
	2.2.6	Diseño y publicación de (1000) manuales de incidencia política para abordar el tema de la primera infancia.		1000	Manual
	2.2.7	Diseño y publicación de (1000) manuales para periodistas.		1000	Manual
	2.2.8	Diseño y publicación de (1000) manuales para comunicadores.		1000	Manual
	2.2.9	Diseño y publicación de (1000) dípticos de información.		1000	Dípticos
	2.2.10	Diseño y publicación de (1000) afiches sobre primera infancia.		1000	Afiches
	2.2.11	Diseño y publicación de (1000) stikers sobre primera infancia.		1000	Stickers
	2.2.12	Producción y edición de (01) video sobre la situación de la primera infancia.		1	Video
	2.2.13	Producción y edición de (01) Manual para comunicadores.		1	Manual
2.3	Monitoreo de actividades.		Seguimiento de actividades permite reajuste de propuesta.	4	Informes

COMPONENTE 3: ABOGACÍA					
RESULTADO 3: Redes vinculadas al tema infancia del Estado y la sociedad civil realizan acciones de abogacía para la atención y movilización social por la primera infancia.					
3.1	Formación de (01) Red Interinstitucional por la Primera Infancia integrada por (10) representantes del Estado y sociedad civil para generar compromisos y desarrollar acciones de incidencia y abogacía para el posicionamiento del tema en la agenda pública.		(01) Red Interinstitucional por la Primera Infancia integrada por (05) sectores del Estado y sociedad civil instalada para generar compromisos y desarrollar acciones de abogacía sobre primera infancia.		
	3.1.1	Elaboración de (01) base de datos de instituciones del Estado que trabajan el tema infancia.		1	Base de datos de instituciones del Estado
	3.1.2	Elaboración de (01) base de datos de instituciones de la sociedad civil que trabajan el tema infancia.		1	Base de datos instituciones de la sociedad civil
	3.1.3	(03) Jornada de trabajo para impulsar la formación de (01) Red Interinstitucional por la Primera Infancia.		3	Jornadas
				30	Participantes
				1	Red Intersectorial
				5	Sectores
				4	Organismos no gubernamentales
				1	Plan de trabajo
3.2	Formación de (01) Red de Comunicadores por la Primera Infancia integrada por (10) comunicadores representantes del Estado y sociedad civil para desarrollar acciones de incidencia y abogacía para el posicionamiento del tema en la agenda pública.		(01) Red de Comunicadores por la Primera Infancia integrada por (05) sectores del Estado y sociedad civil instalada para generar compromisos y desarrollar acciones de abogacía sobre primera infancia.		
	3.2.1	Elaboración de (01) base de datos de los jefes de comunicación de los diversos sectores del Estado que trabajan el tema infancia.		1	Base de datos de comunicadores de sectores
	3.2.2	Elaboración de (01) base de datos de los jefes de comunicación de organizaciones claves de la sociedad civil que trabajan el tema infancia.		1	Base de datos de comunicadores de la sociedad civil
	3.2.3	(03) Jornada de trabajo para impulsar la formación de (01) Red de Comunicadores por la Primera Infancia		3	Jornadas de trabajo

	3.2.4	Asesoría y seguimiento para definir las acciones de abogacía para la atención de la primera infancia.		30	Participantes
				1	Red de Comunicadores
				5	Sectores
				1	Plan de trabajo
3.3	Elaboración y difusión de un sondeo de opinión sobre primera infancia.		(01) Sondeo de opinión sobre primera infancia.		
	3.3.1	Elaboración de (01) sondeo de opinión a padres de familia, docentes, autoridades y público en general para conocer el manejo del tema.		1	Sondeo de opinión
	3.3.2	Difusión del sondeo de opinión en (06) medios de comunicación masiva.		6	Medios de comunicación
3.4	Implementación de (01) campaña comunicacional: "Primero, la Primera Infancia", con el objeto de sensibilizar a los públicos objetivos sobre la importancia de la atención de niños menores de 8 años, a través de (06) reportajes en medios y (01) festival artístico (canto, danza y poesía).		(01) Campaña comunicacional para sensibilizar a las autoridades en el caso de la violencia familiar e incide para la mejor atención a las víctimas y fomento de una cultura de buen trato equitativo entre hombres y mujeres.		
	3.4.1	Reportajes sobre la problemática en medios de comunicación.		6	Reportajes
				6	Medios
	3.4.2	Festival artístico (canto, danza, poesía) de sensibilización por la promoción del buen trato en la comunidad, escuela y hogar.		1	Festivales
				1	Diseño
				300	Niños participantes
				300	Niñas participantes
	3.4.3.	Mensajes claves para posicionar la primera infancia.		5	Mensajes
	3.4.4	Slogans sobre primera infancia.		5	Slogans
	3.4.5	Material de difusión de la campaña comunicacional.			
	3.4.5.1	Elaboración de cuñas radiales.		1	Cuñas radiales
	3.4.5.2	Diseño y elaboración de afiches alusivos a la campaña.		1000	Afiches
	3.4.5.3	Diseño y elaboración de una guía para la ejecución de la campaña.		1000	Cartillas
	3.4.5.4	Diseño y elaboración de Manual para Periodistas sobre la Violencia Familiar.		1000	Manual
	3.4.5.5	Diseño y elaboración de stickers de la campaña "Dibujando una Sonrisa, para Crecer sin temor".		1000	Stickers
	3.4.5.6	Diseño y elaboración de banderolas de la campaña.		15	Banderolas
	3.4.5.7	Diseño y elaboración de pins para la campaña.		1000	Pins
	3.4.5.8	Producción del vídeo "Primero, la Primera Infancia".		1	Video
3.5	*Premio periodismo en acción por la primera infancia*.		(01) *Premio periodismo en acción por la primera infancia*.		
	3.5.1	Diseño y ejecución del *Premio periodismo en acción por la primera infancia*.		1	Diseño del concurso
	3.5.1	Elaboración de (01) diseño del concurso para especificar la metodología.		1	Bases del concurso
	3.5.2	Elaboración de las bases del concurso y elección del jurado calificador.		3	Premios
	3.5.3	Difusión del concurso en (10) medios de comunicación.		3	Ganadores
				15	Participantes
	3.5.4	(02) Conferencias de prensa para el lanzamiento y la premiación del concurso.		10	Medios de comunicación
				2	Conferencias de prensa
3.6	Monitoreo de actividades.		Seguimiento de actividades permite reajuste de ropuesta.	5	Informes

4.9 IMPACTO DE LA ESTRATEGIA

Para el logro del objetivo establecido en la estrategia "Promover y difundir la importancia de la educación de calidad de la primera infancia a través de acciones de comunicación para lograr la sensibilización, la abogacía, la movilización social y la generación de políticas públicas y acciones a favor de la primera infancia", se busca trabajar tres líneas básicas, las mismas que están orientadas a generar cambios para la atención de la primera infancia.
En ese sentido, es necesario precisar el impacto que se espera alcanzar a nivel de los tres componentes que abarca la estrategia.

Componente: Información y difusión

- A 36 meses (3 años) de su implementación, los 34 países que integran la OEA elevan el nivel de información y conocimiento de la opinión pública sobre la importancia del cuidado, protección y educación de la primera infancia, para que las personas tomen decisiones con conocimiento de causa y actúen con responsabilidad en todo aquello que guarde relación con los niños y niñas menores de 8 años.

- A 36 meses, genera efecto multiplicador, ya que los mensajes se aprenden y van pasando a otras personas, que al mismo tiempo estarán sensibilizadas con el tema.

- A 36 meses, los medios de comunicación fortalecen sus conocimientos sobre primera infancia y a través de la difusión contribuyen al reconocimiento masivo de la importancia de la atención de los niños de menores de 8 años.

- A 36 meses, el portal se consolida como referente en materia de primera infancia en espacios Web para todas las instituciones, especialistas y otros públicos interesados en la educación inicial y en temas relacionados con la primera infancia.

- A 36 meses, revista especializada en primera infancia difundida a los 34 países que integran la OEA.

Componente: Desarrollo de capacidades

- A 36 meses, autoridades del Estado y autoridades municipales desarrollan capacidades para proponer proyectos e iniciativas e incluirlos en sus planes de trabajo dirigidos a la atención de la primera infancia.

- A 36 meses, líderes de opinión y representantes de organizaciones no gubernamentales capacitados para involucrarse en los procesos de toma de decisiones en relación a programas y servicios de atención para la primera infancia.

- A 36 meses, jefes de comunicaciones del Estado y de los gobiernos municipales incorporan en sus planes acciones de comunicación innovadoras para promover y difundir la importancia de la atención de la primera infancia.

- A 36 meses, periodistas de medios de comunicación incluyen en sus agendas la difusión y promoción de acciones que visibilicen la importancia de la atención de la primera infancia con un enfoque político-social en el abordaje de los temas.

Componente: Abogacía

- A 36 meses, (05) instituciones del Estado y (04) organismos no gubernamentales funcionando como Red Interinstitucional por la Primera Infancia impulsan y proponen políticas públicas para atender la primera infancia.

- A 36 meses, (05) comunicadores de instituciones del Estado y (05) comunicadores de organismos no gubernamentales conforman la Red de Comunicadores por la Primera Infancia para la incidencia, vigilancia ciudadana e intervención permanente a favor de la primera infancia.

4.10 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

COMPONENTES / RESULTADOS			CRONOGRAMA PRIMER AÑO										
COMPONENTE 1: INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN			**A**	**S**	**O**	**N**	**D**	**E**	**F**	**M**	**A**	**M**	**J**	**J**
RESULTADO 1: Opinión pública informada y sensibilizada en el tema de primera infancia a través de los medios de comunicación.														
1.1	Elaboración de (01) dossier de prensa para brindar detalles más específicos de la campaña.													
	1.1.1	Construcción de mensajes para dossier (escritos y/o CDs).												
1.2	Coordinación con medios de comunicación masiva para la difusión del tema.													
	1.2.1	Elaboración de notas e informes periodísticos sobre primera infancia en (04) medios televisivos.												
	1.2.2	Elaboración de notas y entrevista sobre primera infancia en (04) medios radiales.												
	1.2.3	Elaboración de notas e informes especiales sobre primera infancia en (04) medios escritos.												
	1.2.4	Desayunos de trabajo con periodistas.												
1.3	Diseño y ejecución de conferencia de prensa para el lanzamiento de la "Estrategia de Comunicación para el Mejoramiento de la Calidad Educativa de la Primera Infancia.													
	1.3.1	(01) Conferencia de Prensa.												
	1.3.2	Elaboración de (01) nota de convocatoria y (01) nota de prensa para el lanzamiento de la "Estrategia de Comunicación para el Mejoramiento de la Calidad Educativa de la Primera Infancia".												
	1.3.3	Difusión en (06) medios de comunicación masiva.												
1.4	Diseño, edición y publicación de una revista especializada en primera infancia.													
	1.4.1	Elaboración de (01) base de datos de directores y editores de revistas sobre primera infancia.												
	1.4.2	Diseño, edición y publicación de una revista.												
1.5	Elaboración y diseño de un portal en línea con información especializada en el cuidado y educación de la primera infancia (Anexo 3).													
	1.5.1	Diseño de estructura de portal.												
	1.5.2	Seguimiento al funcionamiento del portal.			**X**									
	1.5.3	Guía de orientación para la búsqueda de espacios y redes sociales en Internet.			**X**									
	1.5.4	Elaboración de (03) bases de datos.												
	1.5.5	Envío de boletines periodísticos quincenales sobre primera infancia.												
	1.5.6	Envío de (02) boletines sobre primera en el ámbito interamericano.			**X**									
1.6	Monitoreo de actividad.		**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
COMPONENTE 2: DESARROLLO DE CAPACIDADES														
RESULTADO 2: Autoridades del Estado, autoridades municipales, jefes de comunicaciones, líderes de opinión, representantes de organizaciones no gubernamentales, periodistas, padres de familia, investigadores, profesores y niños capacitados en el tema de primera infancia para vigilar, difundir, incidir e implementar acciones permanentes en favor de los niños y niñas menores de 8 años.														
2.1	(07) Jornadas de capacitación a autoridades del Estado y autoridades municipales, jefes de comunicaciones, líderes de opinión y representantes de organizaciones no gubernamentales, periodistas, padres de familia, investigadores, profesores y niños, para fortalecer sus conocimientos sobre la primera infancia y lograr que realicen acciones de atención y promoción sobre la importancia del cuidado de los niños y niñas menores de 8 años.													
	2.1.1	(01) Jornada de capacitación a (20) autoridades del Estado y municipales encargadas del área de primera infancia sobre las acciones que deben cumplir en función al tema.												
	2.1.2	(01) Jornada de capacitación a (10) jefes de comunicaciones del Estado												

		y de los gobiernos municipales sobre primera infancia.												
	2.1.3	(01) Jornada de capacitación a (20) líderes de opinión y representantes de organizaciones no gubernamentales que trabajan en primera infancia sobre la importancia de invertir en este grupo.												
	2.1.4	(01) Jornada de capacitación a (10) periodistas de medios de comunicación sobre el tema de la primera infancia y la importancia de invertir en este grupo.												
2.2	Elaboración de materiales de capacitación y difusión para la sensibilización, incidencia, vigilancia y atención de la primera infancia.													
	2.2.1	Elaboración de resúmenes periodísticos en base a las investigaciones sobre primera infancia.												
	2.2.2	Elaboración de (01) documento sobre experiencias y desafíos de comunicación.												
	2.2.3	Elaboración de (01) manual para la sensibilización en temas relacionados con la primera infancia.	**X**											
	2.2.4	Elaboración de (01) manual didáctico para la transformación de información para diferentes audiencias.		**X**										
	2.2.5	Elaboración de (01) diagnóstico e identificación de entidades especializadas en primera infancia.		**X**										
	2.2.6	Diseño y publicación de (1000) manuales de incidencia política para abordar el tema de la primera infancia.												
	2.2.7	Diseño y publicación de (1000) manuales para periodistas.												
	2.2.8	Diseño y publicación de (1000) manuales para comunicadores.												
	2.2.9	Diseño y publicación de (1000) dípticos de información.												
	2.2.10	Diseño y publicación de (1000) afiches sobre primera infancia.												
	2.2.11	Diseño y Publicación de (1000) stikers sobre primera infancia.												
	2.2.12	Producción y edición de (01) video sobre la situación de la primera infancia.												
	2.2.13	Producción y edición de (01) Manual para comunicadores.												
2.3	Monitoreo de actividades.		**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
RESULTADO 3: Redes vinculadas al tema infancia del Estado y la sociedad civil realizan acciones de abogacía para la atención y movilización social por la primera infancia.														
3.1	Formación de (01) Red Interinstitucional por la Primera Infancia integrada por (10) representantes del Estado y sociedad civil para generar compromisos y desarrollar acciones de incidencia y abogacía para el posicionamiento del tema en la agenda pública.													
	3.1.1	Elaboración de (01) base de datos de instituciones del Estado que trabajan el tema infancia.												
	3.1.2	Elaboración de (01) base de datos de instituciones de la sociedad civil que trabajan el tema infancia.												
	3.1.3	(03) Jornada de trabajo para impulsar la formación de (01) Red Interinstitucional por la Primera Infancia.												
3.2	Formación de (01) Red de Comunicadores por la Primera Infancia integrada por (10) comunicadores representantes del Estado y sociedad civil para desarrollar acciones de incidencia y abogacía para el posicionamiento del tema en la agenda pública.													
	3.2.1	Elaboración de (01) base de datos de los jefes de comunicaciones de los diversos sectores del Estado que trabajan el tema infancia.												
	3.2.2	Elaboración de (01) base de datos de los jefes de comunicaciones de organizaciones claves de la sociedad civil que trabajan el tema infancia.												
	3.2.3	(03) Jornada de trabajo para impulsar la formación de (01) Red de Comunicadores por la Primera Infancia.												
	3.2.4	Asesoría y seguimiento para definir las acciones de abogacía para la atención de la primera infancia.												
3.3	Elaboración y difusión de un sondeo de opinión sobre primera infancia.													
	3.3.1	Elaboración de (01) sondeo de opinión a padres de familia, docentes, autoridades y público en general para conocer el manejo del tema.												
	3.3.2	Difusión del sondeo de opinión en (06) medios de comunicación masiva.												
3.4	Implementación de (01) campaña comunicacional: "Primero, la Primera Infancia", con el objeto de sensibilizar a los públicos objetivos sobre la importancia de la atención de niños menores de 8 años, a través de (06) reportajes en medios y (01) festival artístico (canto, danza y poesía).													
	3.4.1	Reportajes sobre la problemática en medios de comunicación.												
	3.4.2	Festival artístico (canto, danza, poesía) de sensibilización por la promoción del buen trato en la comunidad, escuela y hogar.												
	3.4.3	Mensajes claves para posicionar la primera infancia.	**X**											
	3.4.4	Slogans sobre primera infancia.	**X**											

	3.4.5	Material de difusión de la campaña comunicacional.												
		3.4.5.1 Elaboración de cuñas radiales.												
		3.4.5.2 Diseño y elaboración de afiches alusivos a la campaña.												
		3.4.5.3 Diseño y elaboración de una guía para la ejecución de la campaña.												
		3.4.5.4 Diseño y elaboración de Manual para Periodistas sobre la Violencia Familiar.												
		3.4.5.5 Diseño y elaboración de stickers de la campaña "Dibujando una Sonrisa, para Crecer sin temor".												
		3.4.5.6 Diseño y elaboración de banderolas de la campaña.												
		3.4.5.7 Diseño y elaboración de pins para la campaña.												
		3.4.5.8 Producción del video "Primero, la Primera Infancia".												
3.5	*Premio Periodismo en acción por la primera infancia .*													
	3.5.1	Diseño y ejecución del *Premio Periodismo en acción por la primera infancia*.												
	3.5.2	Elaboración de (01) diseño del concurso para especificar la metodología.												
	3.5.3	Elaboración de las bases del concurso y elección del jurado calificador.												
	3.5.4	Difusión del concurso en (10) medios de comunicación.												
	3.5.5	(02) Conferencias de prensa para el lanzamiento y la premiación del concurso.												
3.6	Monitoreo de actividades.		**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**

II SIMPOSIO INTERAMERICANO OEA 2009: REUNIÓN DE COMUNICADORES

I. ANTECEDENTES

Los Ministros de Educación del Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI), reunidos en Cartagena de Indias, Colombia, en noviembre de 2007, aprobaron el "Compromiso Hemisférico por la Educación de la Primera Infancia" y los "Lineamientos Programáticos para la Educación de la Primera Infancia". Ambos documentos subrayan los compromisos políticos con la infancia, desde el nacimiento hasta los ocho años de edad. Uno de los mandatos de los ministros, destaca la "movilización y participación de la sociedad civil, en acciones de abogacía dirigidas a la primera infancia". Propone desarrollar un proyecto que asocie esfuerzos de distintas agencias e instituciones y permita intercambiar y promover experiencias de abogacía y participación social por la primera infancia, con la finalidad de establecer estrategias compartidas para la implementación de políticas de atención integral y educación de la primera infancia en los ámbitos nacional, local y territorial.

En seguimiento a este mandato, el Departamento de Educación y Cultura de la OEA, preparó el proyecto "Expansión del Compromiso Hemisférico por la Educación de la Primera Infancia a través de la Tecnología y las Redes de Comunicación" y lo postuló para el financiamiento de la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional (CIDA), que aprobó el proyecto en junio de 2008.

Posteriormente, se dio inicio a las acciones del proyecto y en julio de 2008 en la ciudad de Lima (Perú), se realizó la primera reunión de coordinación, asistieron delegados de Colombia, Chile, Perú, Jamaica, Suriname, Venezuela e invitados especiales de UNICEF y la Asociación Mundial de Educadores Infantiles (AMEI) de España.

La jornada sirvió para iniciar la discusión sobre las características que debe tener una estrategia de comunicación social que ubique a la primera infancia en la agenda política. En febrero de 2009, el DEC invitó a tres comunicadoras de Colombia, Chile y Perú para realizar una consultoría que permitiera continuar con la preparación de la estrategia de comunicación propuesta en el proyecto y sus actividades afines, entre ellas una Revista de Infancia.

En base a los antecedentes mencionados y como parte de las acciones del proyecto "Expansión del Compromiso Hemisférico por la Educación de la Primera Infancia a través de la Tecnología y las Redes de Comunicación", se realizó en mayo del 2009 en Chile, el II Simposio Interamericano: Políticas y Estrategias para una Transición Exitosa del Niño hacia la Socialización y la Escuela.

Uno de los propósitos de este encuentro internacional fue reunir a los comunicadores de diversos países para reflexionar y analizar sobre el documento que concibe los lineamientos conceptuales, planes de acción y productos de la "Estrategia de Comunicación para el Mejoramiento de la Calidad Educativa de la Primera Infancia" presentada por las consultoras contratadas por la OEA.

En el encuentro, participaron representantes de España, Nicaragua, Argentina, México, Colombia, Perú, Chile, Suriname, Trinidad y Tobago, cuyas reacciones, aportes y sugerencias fueron recogidos y sistematizados en las conclusiones que se presentan a continuación.

CONCLUSIONES

El II Simposio Interamericano: "Políticas y Estrategias para una Transición Exitosa del Niño hacia la Socialización y la Escuela", organizado por la Organización de los Estados Americanos (OEA) y la Junta Nacional de Jardines Infantiles de Chile (JUNJI), permitió reflexionar y analizar sobre el documento que concibe los lineamientos conceptuales de la "Estrategia de Comunicación para el Mejoramiento de la Calidad Educativa de la Primera Infancia" presentada por el grupo de la OEA.

Dicho documento fue presentado durante el trabajo con el siguiente grupo de comunicadores:

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	INSTITUCION	PAIS
1	Héctor Fabio Ospina	CINDE	Colombia
2	Julio Gun	DIALOGOS	Argentina
3	Elias Halperin	DIALOGOS	
4	Gilberto Mendez	ChildFound International	Guatemala
5	Elvira Sánchez	AMEI – WAECE	España
6	Carlos Nuñez Pérez	Multimedios Opción SC	México
7	Candice Dubarry		Suriname
8	Marcelo Mendoza Prado	JUNJI	Chile

Los comunicadores de los siete países debatieron y discutieron en torno a la estrategia presentada, y luego de tres sesiones de trabajo, el grupo en pleno concluyó que:

- La comunicación se debe concebir como una disciplina que atraviese toda la concepción de primera infancia, planteamiento que está recogido en el documento que fue presentado por la OEA.

- Los objetivos propuestos en la estrategia fueron avalados por los comunicadores que asistieron a la reunión.

- Se logró acordar la aplicación de los tres componentes planteados en la estrategia (Información y difusión; Desarrollo de capacidades; y Abogacía) teniendo en cuenta las acciones desarrolladas por los países. Se sugiere en este punto realizar un rastreo de experiencias.

- En cuanto a los productos comunicativos, se hizo referencia a la campaña de comunicación "7 es demasiado tarde" de Turquía y la experiencia de Guatemala a través del Fondo Internacional de los Niños (hoy Fondo Cristiano de Niños) por ser experiencias de gran impacto en cada país.

- Se avaló la duración de la estrategia y el grupo coincide en que es un tiempo adecuado para poder cumplir con los objetivos propuestos.

- Los representantes de los países manifestaron su interés y compromiso con el desarrollo de la estrategia, para lo cual se comprometen a contactar a otros comunicadores que puedan liderar estos procesos en cada país.

- Frente a las acciones que se plantean en la estrategia, el grupo de comunicadores de los diferentes países coinciden en que es necesario consolidar la base de datos como redes de colaboración dinámicas que permitan que la comunicación fluya.

- Con respecto al portal y la revista se considera que son iniciativas de gran proyección y trascendencia porque permiten la canalización de la información no sólo hacia los receptores sino hacia los mismos emisores.

- Es necesario articular las diferentes acciones que desarrollan los países a la estrategia de comunicación para poder consolidar una propuesta comunicativa hemisférica, teniendo en cuenta los aportes y acciones de cada país.

Después de consolidar el compromiso, disposición y necesidad de llevar a cabo esta estrategia, los comunicadores de los países realizaron aportes puntuales a cada proceso. Además, participaron activamente en la elaboración de las fichas que permitieron recoger percepciones sobre la estrategia, perfil del comunicador y acciones puntuales de cada país.

2.1. Aportes de los comunicadores tomados de las fichas de apreciación

Con respecto a las acciones de comunicación, los ocho participantes manifestaron la importancia de hacer un trabajo de lobby y cabildeo para llegar a los decidores de políticas. De otro lado, se señaló que es necesario tener una línea de producción de materiales que contribuya a consolidar y manejar conocimientos de los actores en la temática de primera infancia. En ese sentido, se sugirió incluir en la estrategia la producción de manuales para los comunicadores que brinden lineamientos generales para la sensibilización en el tema y saber cómo poder poner en marcha la estrategia dentro de su país. De otro lado, se visualizó la importancia de aprovechar los recursos tecnológicos que brinda Internet para dar a conocer el tema de la primera infancia. En ese aspecto, se coincidió en poder utilizar sitios web como Youtube y Facebook para socializar las acciones, ya que estas redes sociales tienen llegada a millones de usuarios.

En lo que respecta a la acciones de impacto trabajadas por los participantes de la jornada de comunicadores con la finalidad de poder llegar a la opinión pública con fuerza y de esta manera posicionar el tema, se sugirió la realización de congresos mundiales sobre primera infancia y el desarrollo de campañas con empresas identificadas con el tema,.

Para las acciones de abogacía, coinciden en el desarrollo de encuestas o sondeos de opinión que permitan medir el grado de conocimiento o el manejo del tema en públicos como padres de familia, docentes y autoridades. De otro lado, se señala como una acción de abogacía la difusión de boletines periodísticos para informar sobre los diversos aspectos relacionados con la primera infancia. No se deja de lado el trabajo de capacitación con los actores, ya que es necesario e imprescindible fortalecer sus conocimientos para un óptimo manejo del tema y el desarrollo de acciones de incidencia y abogacía.

Lo que respecta a la relación con los medios de comunicación, la coincidencia del grupo es importante al señalar la necesidad de desarrollar jornadas de capacitación dirigidas a periodistas, para lograr sensibilizarlos en el tema y procurar el manejo adecuado de la información, así como el suministro de datos para el desarrollo de informes. Además, se analizó la necesidad de identificar medios de comunicación alternativos para difundir el tema de primera infancia. En ese punto se visualizó la importancia de identificar medios institucionales.

A su vez, se precisó que para captar la atención de los medios de comunicación masiva y alternativa; es indispensable mantener un contacto permanente con sus periodistas y editores, entregándoles constantemente información útil y atractiva con la finalidad de que pueda ser incluida en el cuadro de comisiones.

También para atraer a los medios, se consideró una buena iniciativa impulsar un concurso o premio para periodistas con la finalidad de fomentar el interés por cubrir y difundir temas relacionados con la primera infancia.

Con respecto a otras acciones y productos, se sugirió considerar en la estrategia la elaboración de mensajes clave fuertes, como también el uso de slogans que potencien las acciones de difusión. De igual forma, se planteó la creación de una red de directores y editores de revistas sobre niñez para generar espacios para la difusión de investigaciones y acciones sobre la temática de primera infancia.

Para una efectiva implementación de la estrategia, se planteó que se debe tener claridad en los mensajes, capacitar a los diversos actores, analizar al público objetivo, conocer la legislación sobre primera infancia y desarrollar relaciones públicas.

El compromiso de los actores fue otro aspecto evaluado por los comunicadores participantes, al respecto se coincidió en la necesidad de trabajar con padres de familia, docentes, niños y niñas, comunicadores, periodistas y políticos.

Un punto importante que fue recogido en las fichas de apreciación y que se abordó en las jornadas de trabajo, fue la necesidad de establecer el perfil del comunicador que se encargará de poner en marcha la estrategia, ya que se logró establecer la importancia de contar con un profesional de las comunicaciones con la especialidad en el tema infancia, capacidades que permiten dar mayor impulso a las acciones de comunicación.

2.2 Aportes de los comunicadores al portal de portales sobre primera infancia

La presentación de la estructura del portal (Anexo 3) recogió sugerencias para la construcción de un espacio Web que posicione el tema de la primera infancia. En ese contexto, los comunicadores que participaron de la jornada de trabajo coincidieron en la necesidad de construir un portal y no una página Web, ya que un portal está orientado a lograr la participación del usuario final, es más dinámico, se logra interactuar con el visitante y no sólo se orienta a brindar información, sino también a recogerla.

A partir de esta reflexión, se pudo llegar a algunas conclusiones, como:

- La necesidad de conocer los mecanismos para el suministro de información para el portal por cada país.
- La inquietud por saber cómo se establecería el compromiso y los tiempos para la entrega de la información.
- Se sugirió reducir el público objetivo para tener mayor impacto. Se planteó no incluir en el grupo a los niños, niñas y adolescentes ya que ellos no buscan este tipo de información en la red.
- Otro aporte importante fue considerar en la propuesta, la visibilidad del portal en los diversos buscadores que existen en la red para que los usuarios de Internet encuentren como primera opción este portal, cada vez que que busquen información sobre primera infancia.
- La necesidad de contar con una amplia y diversa galería de recursos multimedia a libre disposición de los visitantes.

2.3 Aportes para la construcción del perfil del comunicador

La jornada con los comunicadores y los aportes plasmados en las fichas de apreciación permitieron recoger las siguientes recomendaciones para la definición del perfil del comunicador:

- Debe ser un profesional de las comunicaciones.
- Debe ser un profesional sensibilizado y bien documentado en la temática de infancia.
- Debe conocer y manejar mensajes clave en el tema de primera infancia.
- Debe reconocer que el trabajo de comunicaciones se ejecuta de manera coordinada con los especialistas del tema.
- Debe tener siempre un rol activo.

- El contacto, manejo y acercamiento a los medios de comunicación masiva es imprescindible en la labor de un comunicador social.
- Debe trabajar desde la convicción de que los medios de comunicación no sólo se utilizan para la difusión de las actividades, sino para educar a la opinión pública y exhortar a las autoridades.

2.4 Aportes de los comunicadores para la creación de las bases de datos

En la actualidad no existe una red global que sirva para presentar y compartir la información e investigación más actualizadas y precisas sobre la infancia temprana; para extender la conciencia entre los creadores de políticas sobre la importancia de invertir en el cuidado y educación de la primera infancia para el desarrollo de nuevas políticas; y para promover una mayor participación de las familias, comunidades y medios de comunicación. Hasta ahora, las redes se centran en públicos específicos y están dispersas por la región y dividas en su enfoque y contenidos. Por ejemplo, hay redes exclusivas para asociaciones profesionales, centros privados, padres, la sociedad civil o cuidadores, entre otras. Lo que se necesita es una red que dé respuesta a estas necesidades y que a su vez contribuya a la educación y formación de estudiantes, profesionales y cuidadores que trabajan en este campo.
Por estas razones, el proyecto promoverá la consolidación de una Red de Redes desarrollada dentro del marco del Portal Educativo de las Américas de la OEA.

Se definió como objetivo central:
Definir los mecanismos para maximizar el uso de la tecnología de la información y las comunicaciones para mejorar el aprendizaje, fomentar la equidad y apoyar la cooperación transnacional en nuestro hemisferio.

Objetivos específicos:

- **Formar redes de colaboración** entre especialistas, políticos, padres, comunidades, la sociedad civil y empresas para que conecten entre sí y trabajen juntos de una manera interdisciplinaria y a través de los sectores relevantes (salud, bienestar, redes de mujeres, entre otras).
- **Contribuir al intercambio de información y aumentaría la cooperación** e integración regional en el campo del cuidado y educación infantil.
- **Promover la consolidación de una Red de redes** desarrollada dentro del marco del Portal Educativo de las Américas de la OEA.
- **Aumentar la conexión y colaboración** entre gobiernos, investigadores y académicos, creadores de políticas, organizaciones internacionales y otros actores en educación y sectores, invitándoles a participar en el desarrollo de propuestas viables para responder a los retos de proporcionar cuidado y educación de calidad en la región, con atención especial a los más vulnerables.

En este marco, se dio a conocer que además de una estrategia de comunicación, movilización social y abogacía y un portal de información, otro de los productos que se diseñará y elaborará será el desarrollo de tres bases de datos.

- Una con expertos en cuidado y educación infantil de los Estados miembros,
- Otra con colaboraciones, enlaces a portales, web y redes ya existentes, y
- Una tercera con experiencias significativas en los Estados miembros en los temas prioritarios, definidas por los Ministros de Educación en las Guías para la Programación en la Educación Infantil.

Dentro del análisis realizado por los comunicadores sobre la conceptualización de una base de datos o redes de colaboración se plantearon como argumentaciones sólidas que:

- Una base de datos sin objetivos claros es un producto estático.

- Una base de datos es un producto dinámico cuando se concibe como una efectiva herramienta de colaboración y comunicación entre quienes la componen cuando es estratégicamente instalada, difundida y compartida.

En este sentido, el grupo de comunicadores concordó en que una base de datos debe constituirse en una red colaborativa. La Internet ha reducido los costos de las comunicaciones, posibilitando la constitución de redes de organizaciones menos rígidas, que pueden penetrar eficazmente en los Estados, obviando las fronteras y estableciendo alianzas, intercambio de información y colaboración entre los distintos miembros de la red establecida.

Por las mismas razones, se establece que es necesario contar con una plataforma Web 2.0 pues la evolución del uso de la Internet ha generado el desarrollo de nuevas herramientas, de índole más conversacional, ampliado los alcances y resultados generados en la dinámica colaborativa de las redes.

Con todo lo señalado, planteamos que a partir del desarrollo del portal de portales que incluye el proyecto, y que debe ser concebido en la lógica de la Web 2.0, las bases de datos se transformarán en efectivas redes colaborativas.

2.5 Preguntas de los comunicadores frente al desarrollo de la estrategia

- ¿Cuál es el manejo logístico y administrativo en la alimentación del portal? ¿Cuál es el rol del país y del comunicador frente a esta responsabilidad?
- ¿Cuál es la plataforma para lanzar el portal?
- ¿Qué país será el anfitrión del portal?
- ¿Existe cabida para los organismos internacionales en el portal?
- ¿Cómo se logra el compromiso de los países para el envío de la información y consolidación de la misma?
- ¿Quién dirige editorialmente el portal y cómo se articulan los países a esa dinámica?

ANEXOS

ANEXO 1: LA PRIMERA INFANCIA

ANEXO 2: REVISTA ESPECIALIZADA DE PRIMERA INFANCIA

ANEXO 3: ESTRUCTURA PORTAL SOBRE PRIMERA INFANCIA

ANEXO 1

LA PRIMERA INFANCIA

Gaby Fujimoto
Especialista Senior de Educación
Oficina de Educación y Cultura/
Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI) **Organización de Estados Americanos**

El grupo de comunicación de la OEA[1] considera fundamental partir de criterios que dan la bitácora del abordaje comunicativo. En principio se parte del ser humano tanto en su individualidad como en sus relaciones sociales; el hombre desde que nace ingresa a un mundo de relaciones que determinan sus modos de ser, actuar y sentir. Alfred Schutz y Thomas Luckmann definen al ser humano en su cotidianidad a partir de la construcción simbólica y comunicativa que se establece diariamente[2].

Descifrar las lógicas de relación y conocer las individualidades invisibles, tangibles e intangibles que el hombre posee y la forma como las pone en evidencia con los otros para construir, crear y reinventar el mundo social, es la tarea que se hace necesario abordar para poder explicar cómo influye el entorno, los contextos y los ecosistemas comunicativos en la actividad y acción humana, sólo al poner en juego cada uno de estos elementos se pueden realizar elaboraciones comunicativas que reflejen la dimensión humana. Por esto se hace necesario pensar en el ser humano desde el momento de la concepción; al referirnos a la primera infancia debemos tener en cuenta que es el periodo comprendido entre el nacimiento y los ocho primeros años de vida de una persona y que son dos los fenómenos que describen su significado social.

El primero tiene que ver con los nuevos roles económicos y culturales que ha ido adquiriendo la mujer, que han implicado recortar el tiempo y las funciones domésticas que tradicionalmente desempeñaba al interior del hogar, y que estaban asociadas al cuidado y educación de los hijos más pequeños, principalmente en los años previos al ingreso a la escuela. En efecto, el trabajo fuera de la casa, el avance en estatus o escala salarial, los procesos permanentes de entrenamiento para la superación laboral, los horarios de trabajo, etc., han impuesto restricciones en la función reproductiva de la mujer y en el rol de educadora que ejercía en el hogar, especialmente con los niños y niñas menores de 6 años. Así, estas funciones han ido asumiéndose en parte por diferentes instituciones, concentrando su labor en los años iniciales de la infancia, dando lugar a la aparición de un nuevo campo de acción para la educación; la educación inicial, que en las últimas décadas ha ido ampliando de manera sostenida su cobertura.

El segundo fenómeno está relacionado con los descubrimientos científicos de los últimos años, particularmente de las llamadas neurociencias, que brindan evidencias irrefutables sobre la influencia significativa que tienen los primeros años en la vida de las personas, para su desarrollo cognitivo, su capacidad de aprender y de integración social.

Existen una serie de argumentos que avalan la importancia del trabajo durante la primera infancia como la Convención sobre los Derechos del Niño, la relevancia e impacto de los últimos descubrimientos de las neurociencias; y los cambios sociales que ha experimentado el rol y funciones de la mujer y la familia, permitiendo, actualmente que la infancia menor de 6 años adquiera significativa visibilidad y protagonismo.

---

[1] En adelante se nomina así al equipo de asesoras de comunicación.

[2] Los autores plantean que la realidad cotidiana del mundo de la vida incluye no solo la naturaleza experimentada por mí, sino también el mundo social (y por ende el mundo cultural) en el cual me encuentro; el mundo de la vida no se crea a partir de los objetos y sucesos simplemente materiales que hallo en mi entorno. Sin duda estos son, en conjunto, un componente de mi mundo circundante; no obstante, también pertenecen a este último todos los estratos de sentido que transforman las cosas naturales en objetos culturales, los cuerpos humanos en semejantes y los movimientos de los semejantes en actos, gestos y comunicaciones. Alfred Schutz, Thomas Luckmann. Las estructuras del mundo de la vida, Buenos Aires, Amorrortu, 2003, p. 27.

Teniendo en consideración los fenómenos antes descritos, la visibilidad de la primera infancia en términos comunicativos se desarrolla bajo dos aspectos fundamentales, por un lado lograr consolidar un corpus de información relevante de primera infancia para luego poder devolverla a la comunidad para informar, persuadir y así poder generar cambios sociales y culturales que conduzcan a percibir a la niñez como asunto de interés público, enfatizar en la corresponsabilidad y enmarcar la niñez como sujeto de derechos y no como objeto informativo. Y un segundo aspecto hace referencia a la utilización de diferentes formas expresivas que permiten la emisión de información clara, precisa y concisa que redunda en el posicionamiento de la primera infancia. En este punto se recurre a los medios de comunicación para agendar el tema política, social y culturalmente. Aquí la comunicación deja de ser instrumental y se convierte en una compañera interdisciplinaria de los procesos de la primera infancia.

Asumir a los niños y las niñas como seres sociales que se manifiestan en la vida cotidiana es entenderlos como seres inmersos en la cultura[3]. El grupo de comunicaciones de la OEA considera que el concepto que aquí se adopta es el fenomenológico - hermenéutico en donde la cultura se manifiesta en las interacciones humanas pues muestra la puesta en escena de las interpretaciones colectivas y de las representaciones simbólicas comunes sobre los sucesos y las relaciones; entendiendo la cultura como una red compleja de significados, como un conjunto de procesos intersubjetivos y comunicativos, desde los cuales los grupos sociales interpretan la realidad y se relacionan con ella[4]. Es el espacio de los intercambios sociales desde donde se construyen los imaginarios colectivos, los referentes de identidad, los reconocimientos de lo igual y de lo diferente, de lo bueno y lo malo, de lo justo y lo injusto. Por lo tanto, es desde la cultura desde donde los grupos sociales comprenden y asignan sentido y orientan sus acciones e interpretan las de los demás[5]. Por esto concebir una estrategia de comunicación es comenzar por revisar esos imaginarios sociales que hacen que los individuos tengan afinidades y compartan estilos y formas comunicativas.

Lograr entrelazar los desarrollos investigativos con el rol social y cultural de la primera infancia es lo que permite que una estrategia de comunicación sensibilice en un primer momento para lograr consolidar nuevos imaginarios de una niñez entendida como sujeto de derechos.

ARGUMENTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE MENSAJES COMUNICATIVOS FAVORABLES AL DESARROLLO DE LA PRIMERA INFANCIA

Las evidencias y constataciones realizadas en los últimos años, desde diversas perspectivas (culturales, psicológicas, económicas, educativas, de las neurociencias, entre otras) respecto del desarrollo infantil, han consolidado la importancia del desarrollo, atención y educación temprana desde antes del nacimiento y con acciones de carácter integral que cubran todas las dimensiones de su desarrollo, en particular la dimensión educativa de alta calidad.

---

[3] La discusión profunda filosófica, antropológica y sociológica que realiza Robert Wuthnow sobre la dimensión cultural, plantea cuatro enfoques que vale la pena tener en consideración para poder apostar por un enfoque comunicativo que permee la estrategia que aquí se plantea. El fenomenológico - hermenéutico; (P. Berger, C. Geertz) que orienta su atención a la dimensión del significado y la interpretación; la antropología cultural (M. Douglas, C. Kluckohn) que dirige su atención al simbolismo; el neo posestructuralismo (M. Foucault, J. Derrida, G. Leleuze) que focaliza su atención en los discursos; y el neomarxismo que se orienta hacia los procesos de comunicación (J. Habermas, C. Offe, N. García Canclini).

[4] Siguiendo a Jesús Martín Barbero, se asume el concepto de cultura como "el tejido de relaciones e intercambios simbólicos desde los que se construyen y reconstruyen permanentemente las identidades sociales". Jesús Martín Barbero. "Retos culturales de la comunicación a la educación", Revista Gaceta, N0. 44/45, Bogotá, Ministerio de la Cultura, enero 1999, p. 9.

[5] Clifford Geertz, al retomar la importancia de los significados, introduce un acento hermenéutico en la noción de cultura. Comparte con Max Weber el que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido. Además, considera que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la misma ha de ser no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones. Clifford Geertz. Descripción densa: Hacia una teoría interpretativa de la cultura, Barcelona, Gedisa, 1988, pp. 19 a 40.

Neurocientíficos como Fraser Mustard; economistas como Amartya Sen y James Heckman; educadoras como María Victoria Peralta y Maribel Córmack, pediatras como Mary Eming Young, entre otros; han reiterado que la atención integral a la primera infancia desde muy temprana edad produce resultados potencialmente más rentables, entre los que se cuentan la reducción de los porcentajes de repetición y deserción, agresión y violencia; y la preparación del capital humano y social que se requiere para participar en el desarrollo, la producción y economía en cada país.

a. Evidencias de la neurociencia

Como ya se ha mencionado, la neurociencia demuestra que el trabajo durante los tres primeros años en la vida de un niño es crucial para comenzar el desarrollo del "cableado" neuronal, así como los aprendizajes que sustentarán los que se adquieran en el futuro.

Investigaciones como las del médico y científico canadiense Fraser Mustard demostraron que la estimulación empieza desde que el feto tiene 3 meses en el vientre materno y la curva más alta de sinapsis para los sentidos se produce a los 3 meses de nacido; del lenguaje a los seis meses y la función cognitiva a los dos primeros años de edad. Es por ello que se afirma que el aprendizaje comienza desde antes del nacimiento.

Por otro lado, las investigaciones sobre el rol de los padres, demuestran que la forma que los padres tratan a sus hijos, con disciplina estricta, comprensión con empatía, indiferencia o cariño, tiene consecuencias profundas y cicatrices duraderas en la vida emocional de sus hijos. Por tanto, afirman que la vida en familia es la primera escuela para el aprendizaje emocional. La interacción que el niño y la niña logren con sus adultos cercanos significará un aporte indispensable para su desarrollo, en tanto ellos los proveerán de la estimulación necesaria para que exploren su entorno, comiencen a tomar sus propias decisiones, se relacionen socialmente, experimenten y descubran.

Tener en cuenta estos aportes permite afirmar comunicativamente que invertir en la primera infancia debe ser una tarea prioritaria en la sociedad; pero para ello es necesario reelaborar los contenidos teóricos en formulaciones comunicativas que permitan un acercamiento de los ciudadanos del común a los desarrollos científicos.

b. Evidencias de salud

Durante el 2007, el periódico médico inglés The Lancet, con 180 años de trayectoria, informó que 200 millones de niños menores de cinco años en el mundo no llegaban a alcanzar su desarrollo potencial por vivir en situación de pobreza. En este contexto fue publicada una serie de tres estudios en los cuales, en resumen, se afirma lo siguiente: "Calculamos que esta pérdida de potencial humano se asocia con un déficit del 20% de ingresos de los adultos lo cual tendrá implicaciones para el desarrollo nacional. Este problema de pobre desarrollo infantil continuará a menos que se realice un esfuerzo substancial para organizar programas integrales de calidad".

Por ello, los programas de atención integral, que tienen una duración adecuada de intensidad y calidad y al mismo tiempo están integrados con los servicios de salud y nutrición, son los más efectivos para atender a niños pequeños y familias en situaciones de vulnerabilidad. Proporcionar servicios de calidad directamente a los niños que incluyan metodologías activas de paternidad, así como el desarrollo de destrezas constituye sin duda una estrategia más efectiva que aquella que sólo la entrega información.

c. Evidencias económicas

En términos sociales, todas las condiciones desfavorables que acarrea la pobreza, y que dan pie a la inequidad social y económica, están estrechamente relacionadas con las desigualdades en las primeras etapas de desarrollo y aprendizaje de niños y niñas. No lograr romper con el círculo vicioso de la pobreza, es mantener a los niños más pobres a la zaga de los más

favorecidos. Por lo tanto, garantizar un desarrollo infantil saludable es una inversión en la futura población activa de un país y en la capacidad de progresar económica y socialmente.

Desde el ámbito de la economía también existen evidencias que justifican que la inversión en la infancia es rentable y una gran apuesta de futuro. Así lo que afirmó el Premio Nóbel de Economía 1998, Amartya Sen, cuando señaló que "en efecto, la calidad de la niñez tiene importancia no sólo para lo que pase en los niños sino también para la vida futura. Las inversiones para la infancia son importantes por su propio derecho debido a que ellas abren el camino para toda una vida de mejor salud, desempeño mental y físico, y productividad"[6].

Bajo esta misma premisa, el investigador estadounidense James Heckman, Premio Nobel de Economía 2000, ha concluido que por cada dólar invertido en educación inicial, hay un retorno de ocho dólares cuando el individuo es adulto (8 a 1), retorno mucho mayor que el de cada dólar invertido en programas escolares de la educación media y superior (3 a 1).

Todo lo anterior hace pensar que el desarrollo infantil temprano se puede concebir como la mejor y más eficaz opción de intervención para ayudar tanto a los niños más pobres y vulnerables, como a sus familias, las comunidades y naciones, como una forma de romper con el círculo vicioso de la pobreza. Pero para lograrlo, es necesario que los programas de educación temprana sean parte estratégica de las políticas educacionales de los países.

[6] Myers, Robert. "The twelve who survive". YPSILANTI, MI: High/Scope Press, 1992, 1995. Tomado de: Sen, Amartya y Brundtland, Gro Harlem. "Romper el ciclo de la pobreza. Invertir en la infancia". Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Desarrollo Sostenible, División Desarrollo Social. Conferencias Magistrales. París 14 de marzo de 1999.

ANEXO 2

REVISTA ESPECIALIZADA DE PRIMERA INFANCIA

1. Aportes para la elaboración y publicación de revista especializada en primera infancia y su conexión con las bases de datos

La comunicación en la actualidad día a día se realiza mediante redes, que integran comunidades e intereses en torno a campos como el de la niñez, en nuestro caso, y más específicamente la producción académica y editorial que surge de los estudios y las investigaciones en los centros dedicados a este tema en Íbero América y el Caribe.

El éxito de estas redes depende de acertadas políticas de intercambio de información y la utilización adecuada de nuevas tecnologías informáticas que surgen de manera permanente, así como de la implementación de estrategias participativamente concertadas entre todos los actores que intervienen en esta dinámica comunicacional.

Es por este motivo que se propone una agenda como punto de partida para la creación de la Red de Revistas en Niñez de Íbero América y el Caribe, que tiene por objeto confrontar distintas experiencias de revistas en el ámbito de la niñez, tanto las centradas en la investigación académica como las vinculadas a las políticas públicas. Pretende propiciar un foro de encuentro de los directores, editores e investigadores de publicaciones científicas periódicas sobre niñez en los países miembros de la comunidad iberoamericana y el Caribe, poniéndolas en relación con las revistas internacionales más relevantes sobre la materia.

La conformación de la red posibilita el fortalecimiento de las revistas mediante el intercambio de experiencias en la gestión de la información con la implementación de nuevas herramientas tecnológicas para la administración en línea de sistemas informativos académicos y editoriales sobre niñez, el intercambio de bancos de evaluadores, la producción conjunta de publicaciones y la fluidez y efectividad en las relaciones entre editores, directores y otros actores que intervienen en el proceso. Para ello la comunicación necesariamente debe ser permanente y estrecha, compartiendo y retroalimentando nuestro quehacer. Hoy en día el encuentro cotidiano a través de la red es indispensable, aprovechando las nuevas herramientas que nos dan las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Esta interacción debe servir para concertar estrategias mediante acciones y actividades planificadas por esta comunidad de editores y directores a través de una comunicación en línea permanente de todos los asuntos académicos y editoriales de las revistas involucradas.

El objetivo inmediato es compartir y coordinar los protocolos de publicación de artículos (según el sistema de peer review), así como los procedimientos de indexación e inclusión en los índices nacionales e internacionales de calidad y sistemas editoriales utilizados.

a. La importancia del trabajo en red

Los procesos de comunicación son importantes para combatir la desigualdad en el campo del conocimiento y esto se realiza a través del uso de las redes que promueven la circulación y la libre distribución de la información. La autodeterminación de su propio recorrido en la navegación es siempre posible, a pesar de la concentración del acceso a los portales. La presencia en la red de otros lugares, que ofrecen líneas de fuga, es necesaria, así como la de abrir al máximo las comunidades virtuales para reapropiarse del espacio público como el espacio global. Para actuar en esta nueva comunidad global -que ni es local, ni es solamente virtual- son también importantes las experiencias de comunicación, de interactividad, de relaciones sociales que sobrepasen la información bajo control, información materializada, información espectáculo y que permitan crear una sociedad global en red.

En nuestro caso, la conformación de una red Iberoamericana y del Caribe de revistas en infancia pretende fomentar el intercambio dinámico de información, experiencias y procesos que surgen de las experiencias locales y que serían compartidas a través de mecanismos diversos como encuentros físicos y virtuales y la promoción de sistemas de comunicación en línea.

b. Plan de formación permanente

Uno de los objetivos de la red, debe ser el intercambio continuo de experiencias y propiciar que sus integrantes estén actualizados en todo lo que tiene que ver con el proceso editorial. Para ello, los talleres y cursos tanto presenciales como virtuales deben hacer parte de una agenda permanente que se planifique por parte de un equipo encargado de la formación. Aspectos como los sistemas de indexación y resumen de los diferentes países, nuevas metodologías en la forma de evaluar, los procesos de la escritura de artículos científicos para que cumplan con los estándares más exigentes; formas novedosas para que los comités y diversas instancias que participan de la gestión editorial tengan una verdadera injerencia en los asuntos de las revistas, etc., son puntos clave que debemos tener presentes en estos foros y en especial en este que se constituye en el evento fundacional de esta red.

c. Visibilización

En los objetivos de la red, debe estar también en primer lugar el dar visibilidad global a los productos de conocimiento en las ciencias sociales de Íbero América y El Caribe. Si nuestra región no reconoce sus productos de calidad (lo cual se observa en el uso de los mismos a través de las descargas que se hacen de sus artículos por parte de estudiantes, docentes, profesionales y de la comunidad en general, así como en las citas que generan académicos e investigadores), menos lo harán investigadores de otros contextos extranjeros. Nuestro deseo y propuesta en este encuentro de directores y editores es expresar diversas perspectivas y miradas que emergen de la dinámica en estudios sobre niñez de Íbero América y el Caribe.

Si los investigadores de nuestro territorio iberoamericano y del Caribe no nos reconocemos, nadie lo hará por nosotros. Somos una comunidad de millones de hablantes en español, portugués e inglés y compartimos realidades culturales que nos unen además del idioma. Esta realidad es algo que no desaparecerá y que no puede desconocerse.

Debemos generar flujos de conocimiento multidireccionales, y los académicos de los diferentes países que conformarán esta red deben citar trabajos realizados por sus colegas iberoamericanos y del Caribe, si no hacemos esto, se fracturará la comunicación entre los integrantes de esta comunidad de naciones representada en el espacio de la red. En la medida que generemos dinámicas más simétricas y de multitud de vías, se logrará un mayor número de proyectos en colaboración entre investigadores e instituciones de nuestra región.

No debemos ver a Íbero América y el Caribe como simples consumidores de conocimiento. Sólo si generamos dinámicas de colaboración, impediremos el surgimiento de brechas que a todos nos harán daño. La reciente crisis económica mundial, muestra que la interconexión entre los diversos actores es una realidad: al mundo entero le perjudica no tener relaciones más simétricas, basadas en la equidad.

Los estudios en niñez en Íbero América y el Caribe estarán en completa desventaja si no generamos más procesos de cooperación y visibilidad entre investigadores y académicos. Lograr buenos índices de impacto es algo complicado ya que las citas suelen concentrarse en las revistas de más alto impacto, donde los investigadores de primer nivel suelen buscar para publicar sus artículos. De esta manera se crean redes consolidadas de citación de revistas y por lo tanto se hace difícil alcanzar un buen nivel de citación en nuestros idiomas. Para llegar a este objetivo, necesitamos asegurar unos procesos de calidad, fomentar los procesos de visibilidad y consolidar nuestras comunidades lingüísticas. Definitivamente la cooperación es la mejor opción, más que la

competencia. Por eso directores, editores, académicos e investigadores debemos contribuir en la consolidación del uso y la citación de nuestras revistas.
Debemos como proyecto fundamental de nuestras revistas articular esfuerzos en esta dirección. La manera como nos comunicamos es vital en las dinámicas de construcción de la cultura, y esta es el núcleo de producción de la riqueza de las economías fundadas en el conocimiento y la información.

Parte de nuestra comunidad académica y científica ha buscado sus fuentes especialmente en el mundo anglosajón, pero no podemos pasar de largo que los estudios sobre niñez han crecido y se han desarrollado, y que hay un impulso que los recursos generados bajo la tendencia del acceso libre nos permiten acercarnos más y generar conocimientos para el mundo científico y la construcción de políticas que logren que las sinergias culturales que se están construyendo permitirán hacer visibles nuestros problemas y las formas de abordarlos. Una de las preocupaciones sociales comunes de la humanidad es sobre la situación de la niñez, lo que se constituye en un reto fundamental para lograr sociedades estructuralmente pacíficas, más incluyentes, tolerantes, solidarias, participativas, ambientalmente sostenibles y con mejor calidad de vida.

d. Acceso a Sistemas de Indexación de alto nivel

Formar parte de las selectivas y exigentes bases de datos que conforman el referente mundial con respecto a la identificación y clasificación de las revistas de mayor calidad e impacto a nivel mundial se ha convertido en una prioridad central para investigadores, asociaciones, instituciones y revistas. En definitiva, para todas aquellas personas y entidades implicadas de manera directa en la investigación y la producción de conocimiento científico. Entre estas principales bases de datos se encuentran, por ejemplo, Science Citation Index, Social Science Citation Index y Arts and Humanities Citation Index, Science e Institute for Scientific Information.

Por lo tanto debe ser un objetivo principal la inclusión en este tipo de índices, lo que se constituye en un reto de nuestras revistas, instituciones y equipos editoriales de continuar mejorando y ampliando las posibilidades para poder colocar el conocimiento que generamos en las bases de datos internacionales de primera línea.

e. Evaluación de artículos

Una de las preocupaciones frecuentes de las revistas es la conformación de comités de pares evaluadores cualificados y dinámicos que agilicen los procesos de evaluación y que cumplan con los requisitos de las entidades encargadas de la calificación de las revistas en los diferentes países. Problemas como la endogamia o la escasez de los mismos en ciertos temas, hacen que los trabajos editoriales se vuelvan agotadores y lentos en esta etapa.

Frente a este aspecto, se ha sugerido varias veces que los bancos de expertos sean compartidos por las revistas, lo que también debe ser un punto importante de discusión en este foro y que se plantee como política editorial compartida por los miembros de la red. Los pares podrían estar organizados por nacionalidad y área de trabajo.

También se propone como tema de interlocución, el compartir las diferentes metodologías de evaluación que se utilizan como posibilidad tendiente a cualificar y darle cierta normatización a las mismas en aras de un trabajo coordinado que permita dinamizar la comunicación en la red. Se podría pensar en la creación de un Manual de Estilo de Evaluación de Artículos Científicos en Niñez.

f. Estrategias de fortalecimiento de la red

La red que se constituya debe tener unas bases sólidas que permitan la continuidad y retroalimentación permanente de las actividades. Se debe nombrar un grupo coordinador representativo de los países que participan, con funciones y objetivos muy precisos. En la agenda permanente del trabajo de la red se debe tener como prioridad la realización de convenios que permitan aunar esfuerzos humanos, tecnológicos y económicos en la materialización de los proyectos de la red. Se propone crear una página Web de la red que informe de manera ágil y efectiva de todas las acciones que se emprendan, y que podría estar en cabeza de un comité de comunicaciones.

El encuentro de los directores y editores de la revistas en niñez también debe ser parte de una agenda permanente de reuniones presenciales en los diferentes países de la red y de manera virtual según cronogramas establecidos por los mismos con base en los planes de acción.

Se deben discutir otras posibilidades de financiación de las revistas que surjan de iniciativas concertadas por todos los miembros de la red.

g. Canjes y Desarrollo de las Colecciones de las instituciones

Una de las políticas editoriales en lo que tiene que ver con los canjes, es el costo-beneficio que se genera a partir de los canjes para el desarrollo de las colecciones de nuestras instituciones, por lo cual es de vital importancia que haya políticas claras de canjes para que el intercambio en la red fluya de una manera clara, equilibrada y simétrica.

También se pueden programar periódicamente, exposiciones itinerantes de las revistas en las sedes de las instituciones y por los países que conforman la red. Esto lo podría coordinar el equipo de comunicación. También se puede pensar en realizar exposiciones virtuales con campañas de promoción y la intervención de equipos de trabajo que intervengan en foros en línea de los cuales surjan propuestas y documentos que permitan enriquecer el trabajo de la red.

Los delegados de los países plantean preguntas que es necesario reflexionar para lograr una dinámica fluida.

2. Características de la revista

OBJETIVO:
Esta publicación dirigida y editada por Héctor Fabio Ospina, se presenta en el escenario latinoamericano y caribeño ante todo como una revista de ciencias sociales. Pero no intenta competir con ninguna de las revistas dedicadas a esas disciplinas, sino ofrecer un foro de diálogo entre ellas.

PÚBLICO OBJETIVO:
La Revista se encuentra abierta a trabajos de investigadores desde la perspectiva crítica del pensamiento y sus páginas ofrecen los últimos avances en las investigaciones de Latinoamérica y el Caribe en niñez y juventud para las comunidades académicas, investigativas y de injerencia en políticas.

ESTRUCTURA:
- TEORÍA Y METATEORÍA: Publica contribuciones sobre los debates acerca de una o varias ciencias sociales, humanas o del espíritu, ya sean como disciplinas consolidadas o en vías de configuración.
- ESTUDIOS E INVESTIGACIONES: Publica aquellas contribuciones de alta exigencia conceptual y metodológica que resulten de distintos tipos de investigaciones, estudios longitudinales, estudios de caso o estudios culturales.

- INFORMES Y ANÁLISIS: Recoge presentaciones breves sobre trabajos, eventos, procesos locales y proyectos en curso que sean de interés para los científicos sociales que estudian a los niños, niñas y jóvenes.
- REVISIONES Y RECENSIONES: Se publican breves síntesis y juicios de libros que superen el nivel de resumen y avancen tesis y propuestas en la forma de un ensayo a propósito de uno o varios libros o artículos de algún autor ilustre.

TIRAJE:
La revista imprime 500 ejemplares por número y el texto completo se encuentra en Internet en:
Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud de la alianza Cinde-Universidad de Manizales: http://www.umanizales.edu.co/revistacinde/index.html
Clacso: http://www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/biblioteca/fbiblioteca.html
Bireme: http://www.bireme.br/php/index.php?lang=es
Cinde: http://www.cinde.org.co

SISTEMA DE EVALUACIÓN:
El sistema de evaluación utilizado por la revista es el de doble ciego, en donde el autor o autores no saben quiénes evalúan el artículo (un evaluador de Colombia y otro del exterior) y los evaluadores no conocen la identificación del autor o autores.

PERIODICIDAD:
Semestral.

ARTICULACIÓN A BASES DE DATOS:
La Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, se encuentra indexada en los siguientes sitios:

- Publindex: es el Índice Bibliográfico Nacional de Cociencias, Colombia, orientado a la indexación de las revistas nacionales según criterios de calidad científica y editorial.
http://scienti.colciencias.gov.co:8084/publindex/docs/indexacion/INB_Indice_Bibliografico_Nacional-Publindex_2006_II_Actualizacion-1.pdf
Indexada en categoría B por Publindex de Colciencias en Colombia.
- Scielo (Scientific Electronic Libary on Line): biblioteca electrónica en línea de acceso abierto y gratuito. Sede principal Brasil. http://www.scielo.org.co
- CARHUS+: el sistema oficial catalán de indexación de revistas y el más fiable en España.
http://www10.gencat.net/agaur_web/AppJava/castellano/a_info.jsp?contingut=carhus
- Latindex: es el Sistema regional de información en línea para revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. http://www.latindex.org/latindex/busquedas1/latin.html
- Lilacs: comprende toda la literatura relativa a las ciencias de la salud, producida por autores latinoamericanos y del Caribe, publicada en los países de la región de las Américas, a partir de 1982. Sede en Brasil. http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/
- Redalyc: es la Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe, España y Portugal (Redalyc) y su administración está a cargo de la Universidad Autónoma del Estado de México.
http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/HomRevRed.jsp?iCveEntRev=773
- OEI: Biblioteca Digital de la Organización de Estados Iberoamericanos.
http://www.oei.es/oeivirt/binotros.htm
- Clase: Base de datos que realiza inventarios sobre la producción en ciencias sociales en América Latina. http://www.nisc.com.mx/productos/clas.html
- Dialnet: Portal de difusión de la producción científica hispana. http://dialnet.unirioja.es
- Biblioteca Virtual de Clacso:
http://www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/biblioteca/fbiblioteca.html
- Red Bireme: http://www.bireme.br/php/index.php?lang=es

Pertinencia de la revista al interior de la estrategia en el componente de difusión: Potenciar la comunicación y comprometer a otros con los problemas de la infancia es una tarea que exige

trabajo mancomunado, que requiere fortalecer el trabajo que las revistas vienen realizando, es por esto que un trabajo en red de directores y editores es importante, como una estrategia para contribuir a visibilizar los conocimientos y acciones en favor de la infancia.

ANEXO 3

ESTRUCTURA PORTAL SOBRE PRIMERA INFANCIA

1) Proyecto
"Expansión del Compromiso Hemisférico con la Educación Temprana a través de la Tecnología y las Redes de Comunicación"

2) Resultado 2:
Creación de un portal nuevo de información en línea especializado en cuidado y educación infantil, desarrollado para compilar y diseminar información, prácticas eficaces, investigación, cursos de formación, enlaces a los recursos clave de información y a expertos en el tema en la región, en inglés y español. Este portal enlazaría con, y enriquecería, el Portal de las Américas, la Red Latinoamericana de Portales Educativos, el Portal de la Asociación Mundial de Educadores Infantiles y otros, tan pronto entre en funcionamiento.

3) Objetivo principal:
Consolidar un portal que sea útil en la consulta e intercambio de información para promover la primera infancia.

4) Objetivo secundario:
La sugerencia serían tres objetivos específicos frente a: fácil acceso (1), (2) interactividad y (3) actualidad y pertinencia.

5) Público objetivo:
El público objetivo del portal lo conforman autoridades del Estado, Congreso, Ministerios, gobiernos locales, organizaciones no gubernamentales, sector académico, líderes de opinión y comunidad educativa, niños y adolescentes, padres de familia.

6) Características:

- Debe tener un diseño agradable y una interfaz de fácil navegación para los usuarios.
- Debe proporcionar mecanismos de organización y búsqueda de información.
- Debe comprender un diseño agradable en la presentación de contenidos.
- Debe incluir un buscador y un índice para la ubicación de la información y contenido.
- Debe contar con canales de comunicaciones como foros, videoconferencias, etc.
- Debe contener archivos para ser descargados por los usuarios.
- Debe ser fácil de cargar.
- Páginas del portal deben ser fáciles de leer.
- Establecer guías visuales.
- Debe poder ser alimentado con videos de experiencias exitosas.
- Permitir incorporar blogs y podcast del público interesado en el tema.
- Agendar información relevante sobre infancia de los 34 países que conforman la OEA en términos de contextos, cultura y políticas estatales.
- Consolidar equipos de expertos que puedan ser editorialistas de temas de coyuntura.
- Realizar entrevistas en directo con especialistas que hablen sobre lo último en el tema.

7) Contenidos:
Los contenidos que se incluirán en el portal serán desarrollados en función a un lenguaje sencillo, breve, claro y conciso. Es así que el portal incluirá:

- Información (Actualidad - noticias, información especializada, etc.).
- Investigaciones académicas.

- Comunidades virtuales.
- Directorios de información de instituciones y de expertos en el tema.
- Servicios de formación y/o capacitación (como cursos en línea).
- Recursos para docentes, educadores y público en general.

8) Recomendaciones para el diseño del portal:

- Textos: tipogafías fácilmente legibles, párrafos breves, uso adecuado de las mayúsculas.
- Fondos: contraste adecuado para legibilidad de los textos, evitar exceso de tramas, fondos como elementos de orientación para no saturar la vista del usuario.
- Imágenes: deben cumplir una función y no ser utilizadas sin ninguna razón, tamaño proporcional, tamaño en bytes (baja resolución) para una mejor descarga.
- Compatibilidad con los navegadores.
- Facilidad de navegación.
- Rapidez al cargar páginas gráficas.

9) Propuesta de estructura del portal:

- Una cabecera principal (parte superior) que permita identificar el nombre del portal. Se deberá crear un logotipo al portal bajo el nombre del proyecto.
- Bajo la cabecera se puede incluir un menú principal con el nombre de las secciones a definir.
- Al lado izquierdo se propone trabajar un menú secundario que muestre otros recursos y que permita en lo sucesivo modificaciones, de acuerdo a las necesidades que se puedan presentar.
- Al lado derecho se propone trabajar una sección de destacados que estén orientados a difundir los cursos en línea, actividades, iniciativas del mes, o simplemente publicidad de alguna institución.
- En la parte inferior se incluiría todo lo que se refiere a dirección y/o créditos.

CABECERA PRINCIPAL **(a)**

Sección 1 Sección 2 Sección 3 Sección 4 Sección 5 Sección 6 (b)

Menú A (c)

(d)
Destacados

Menú B

Menú C

Menú D

Destacados

Destacados

Dirección y/o créditos **(e)**

10) Propuestas de secciones

- Sección 1: Presentación del portal
- Sección 2: Actualidad
- Sección 3: Desarrollo del tema de la primera infancia
- Sección 4: Investigaciones y documentos sobre primera infancia, clasificados por temas
- Sección 5: Experiencias exitosas en primera infancia clasificadas por temas para conocer las realidades
- Sección 6: Mapa del portal

- Menú A: Información para medios de comunicación
- Menú B: Libros o publicaciones sobre primera infancia

- Menú C: Agenda de actividades sobre primera infancia para fomentar la participación de los visitantes para el feedback
- Menú D: Enlaces a otras Web relacionadas con el tema
- Menú E: Recomendaciones para docentes, padres de familia y comunidad

BIBLIOGRAFIA

ALEXY, ROBERT. Teoría del discurso y derechos humanos. Bogotá, Universidad Externado, 2004

ALSTON PHILIP, JOHN, A. SEYMOUR Y STEPHEN PARKER. Children, Rights and the Law. Oxford University, 1992.

RED ANDI. Derechos, Infancia y Agenda Pública, un análisis comparativo de la cobertura periodística latinoamericana. Brasilia, Andi, 2006.

APARICI, ROBERTO. La educación para los medios. México, Universidad Pedagógica Nacional, 1997.

Asociación de Periodistas Europeos, Fundación Nuevo Periodismo y Corporación Andina de Fomento. La prensa en las reglas del juego democrático. San José, EFCA, 2004.

ATIENZA, MANUEL. Marx y los Derechos Humanos. Madrid, Mezquita, 1983.

AUBERT, VILHELM. Sociology of law. Caracas, Tiempo Nuevo, 1971.

BARBERO, JESÚS MARTÍN Y ARMANDO SILVA. Proyectar la comunicación. Bogotá, Tercer Mundo, 1997.

BARBERO, JESÚS MARTÍN Y GERMÁN REY. Los ejercicios del ver, hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona, Gedisa, 1999.

BARBERO, JESÚS MARTÍN. Comunicación masiva, discurso y poder. Quito, Época, 1978.

BARBERO, JESÚS MARTÍN. De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona, Gustavo Gili, 1987.

BARBERO, JESÚS MARTÍN. Procesos de comunicación y matrices de cultura: itinerario para salir de la razón dualista. México, Gustavo Gili, 1987.

BECK, ULRICH. La invención de lo político. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 1999.

BELLAMY, CAROL. The state of the world´s children 2003. New York, UNICEF, 2003.

BERGER, PETER Y THOMAS LUCKMANN. La construcción social de la realidad. Buenos Aires, Amorrortu, 1993.

BERNAL ESCOBAR, ALEJANDRO. La educación en Colombia. Bogotá, Ferres-Cis, 1965.

BERNAL PULIDO, CARLOS. El derecho de los derechos. Bogotá, Panamericana, 2005.

BERNAL PULIDO, CARLOS. El principio de proporcionalidad y los derechos fundamentales. Madrid, Taravilla, 2005.

BETANCUR, GABRIEL. Documento para la historia del planeamiento Integral de la educación, vol. I. Bogotá, Universidad Pedagógica Nacional, 1984.

BOBBIO, NORBERTO. El problema de la guerra y las vías de la paz. Barcelona, Gedisa, 1982.

BOND, F. FRASER. Introducción al periodismo. México, Limusa, 1986.

BOURDIEU, PIERRE. Sobre la televisión. Barcelona, Anagrama, 1997.

BRANDAO, CAIUS. Children Have the Right to Have Rights. Redmond, Exchange Press, 2007.

CARBONNIER, JEN Y RENATO TREVES. Et la sociologie de droit, Archélogie d`une discipline. Paris, L.G.D.J., 1995.

CARRIÓN, FERNANDO Y DÖRTE WOLLRAND. La ciudad, escenario de comunicación. Quito, Nina Comunicaciones, 1999.

Casa Editorial “El Tiempo”. Manual de Redacción. Bogotá, Casa Editorial “El Tiempo”, 2002.

CASSESE, ANTONIO. Los derechos humanos en el mundo contemporáneo. Barcelona, Ariel, 1993.

Colegio de Periodistas de Nicaragua. Cobertura Informativa de temas sobre niñez y adolescencia. Managua, Save the Children, 2005.

COMPARATO, DOC. El guión para cine y televisión. Buenos Aires, Garay, 1986.

Convenio Andrés Bello y Fundación Antonio Restrepo Barco. Televisión infantil: voces de los niños y de la industria televisiva. Bogotá, Convenio Andrés Bello y Fundación Antonio Restrepo Barco, 2002.

CORTINA, ADELA. Ciudadanos del mundo, hacia una teoría de la ciudadanía. Madrid, Alianza, 1999.

COTTERRELL, ROGER. Introducción a la sociología del derecho. Barcelona, Ariel, 1991.

DAZA, ROMELIO ELÍAS. Los medios de comunicación ante el nuevo derecho colombiano Bogotá, Colección Mensajes y Sentido, 1997.

DE CASTRO CID, BENITO. El reconocimiento de los derechos humanos. Madrid, Tecnos, 1982.

ECO, UMBERTO. Tratado de semiótica general. México, Nueva Imagen, 1978.

ESTRADA, JULIO. La eficacia de los derechos fundamentales entre particulares. Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 2000.

FERRAJOLI, LUIGI. Los fundamentos de los derechos fundamentales. Madrid, Trotta, 2001.

FERRARI, VINCENZO. Acción jurídica y sistema normativo, Introducción a la sociología del derecho.Madrid, Dykinson, 2000.

FLEINER, THOMAS. Derechos humanos. Bogotá, Temis, 1999.

FRASER, NANCY. Iustitia Interrupta. Bogotá, Siglo del hombre, 1997.

FREEMAN, D. A. MICHAEL Y PHILIP E. VEERMAN. The Ideologies of children's rights.Boston, Kluwer Academic Publishers, 1992.

FUENZALIDA, VALERIO. “Producción de televisión desde las motivaciones de la audiencia” en Cátedra UNESCO. Bogotá, Universidad Javeriana, 1999.

FUENZALIDA, VALERIO. Televisión y cultura cotidiana.Santiago de Chile, CPU, 1997.

GALVIS, LIGIA. Comprensión de los derechos humanos. Aurora, Bogotá, 1996.

GARCÍA CAMARGO, JIMMY. La radio por dentro y por fuera. Quito, Ciespal, 1980.

GARCÍA MÁRQUEZ, GABRIEL.Cómo se cuenta un cuento. Bogotá, Voluntad, 1995.

GEERTZ, CLIFFORD. Descripción densa: Hacia una teoría interpretativa de la cultura. Barcelona, Gedisa, 1988.

GEERTZ, CLIFFORD. Local Knowledge. New York, Basic Books, 1983.

HABERMAS, JÜRGEN. Escritos sobre moralidad y eticidad. Paidos, Barcelona, 1992.

KAPUSCINSKI, RYSZARD. Los cinco sentidos del periodista. México, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Fundación Proa, 2003.

KLAPPER, JOSEPH. Efectos de las comunicaciones de masas. Madrid, Aguilar. 1974.

LADEVEZE, LUIS. El lenguaje de los media. Madrid, Pirámide, 1979.

LEFEBVRE, HENRI. La vida cotidiana en el mundo moderno. Madrid, Alianza, 1984.

LUCKMAN, THOMAS Y PETER BERGER. La construcción social de la realidad. Buenos Aires, Amorrortu, 1993.

MACINTYRE, ALASDAIR. “Tras la virtud”, Cap. 5, ¿Por qué tenía que fracasar el proyecto ilustrado?. Barcelona, Crítica, 1987.

MARTÍNEZ ALBERTOS, JOSÉ LUIS. Curso general de redacción periodística. Madrid, Paraninfo, 1993.

MARTÍNEZ MÍGUELES, MIGUEL. El método hermenéutico-dialéctico en las ciencias de la conducta. Caracas, Antrophos, 1989.

MATTELART, ARMAND Y MICHELE MATTELART. Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona, Paidos, 1997.

MCQUAIL, DENIS. La acción de los medios, Los medios de comunicación y el interés público Buenos Aires, Amorrortu, 1998.

MCQUAIL, DENIS. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona, Paidos, 1985.

MCQUAIL, DENIS. Sociología de los medios masivos de comunicación. Buenos Aires, Paidos, 1969.

MIÉGE, BERNARD. O pensamiento comunicacional. Río de Janeiro, Vozes, 2000.

PAPACCHINI, ANGELO. Filosofía y Derechos Humanos. Cali, Facultad de Humanidades Universidad del Valle, 1994.

PASQUALI, ANTONIO. Comunicación y cultura de masas. Caracas, Monte Ávila, 1967.

PECES BARBA, GREGORIO. Derechos fundamentales.Madrid, Universidad de Madrid, Facultad de derecho, 1982.

ROSEN, JAY. What are journalists for? New York Yale University, 1999.

Save the Children Noruega. Cuando la niñez es noticia. Managua, Save the Children, 2004.

Save the Children. Parámetros para el cubrimiento periodístico. Bogotá, Interprensa, 2006.

SCHRANK, JEFFREY. Comprendiendo los medios masivos de comunicación. México, Epigraphics, 1993.

SCHUTZ, ALFRED Y THOMAS LUCKMANN. Las estructuras del mundo de la vida. Buenos Aires, Amorrortu, 2003.

SERRANO, MARTÍN MANUEL. La mediación social. Madrid, Akal, 1978.

SERRANO, MARTÍN MANUEL. La producción de comunicación social. México, Coneicc, 1985.

SILVA, ARMANDO. Bogotá imaginada. Bogotá, Alfaguara, 2003.

SILVA, ARMANDO. Imaginarios urbanos. Bogotá, Tercer Mundo, 2000.

SILVERSTONE, ROGER. Televisión y vida cotidiana. Buenos Aires, Amorrortu, 1994.

SINGER, G. DOROTHY Y JEROME SINGER. Handbook of Children and the Media, Thousand Oaks Sage Publications, 2001.

STEVENSON, NICK. Culturas mediáticas, Teoría social y comunicación masiva. Buenos Aires, Amorrortu, 1998.

The International Clearing House. “News from ICCVOS”, The International Clearing house on Children, Youth and Media. Sweden, The International Clearing House, 2004.

THOMPSON, JHON. Los media y la modernidad, una teoría de los medios de comunicación. Barcelona, Paidos, 1998.

TREVES, RENATO. Introducción a la Sociología del Derecho. Madrid, Taurus, 1978.

TUCHMAN, GATE. La producción de la noticia. Barcelona, Gustavo Gili, 1983.

UNICEF Colombia. Convención sobre los Derechos de los Niños y las Niñas. Bogotá, Gente Nueva, 2002.

UNICEF, Proyecto de Comunicación e Infancia del Ministerio de Comunicaciones y Fundación Antonio Restrepo Barco. “ ¡Periodistas. Pilas con la Niñez!”, de la colección Periodismo y Niñez, Bogotá, UNICEF, Proyecto de Comunicación e Infancia del Ministerio de Comunicaciones y Fundación Antonio Restrepo Barco, 1995-1996.

UNICEF. Estado mundial de la infancia 2007. New York, Prographics, 2006.

UPRIMNY, RODRIGO, ADRIANA FUENTES, CATALINA BOTERO Y JUAN FERNANDO JARAMILLO. “Liberta de Prensa y Derechos Fundamentales”, Análisis de la jurisprudencia constitucional en Colombia 1992-2005. Bogotá, Andiarios, 2005.

ZUBIRIA, SERGIO Y OTROS. Cultura, teoría y gestión. Bogotá, Uninariño, 1998.

DOCUMENTOS VARIOS

GAMSON, W. A., D. CROTEAU, W. HOYNES Y T. SASSO. “Media Images and the Social Construction of Reality”, Annual Review of Sociology, vol. 18, 1992.

VON FEILITZEN, CECILIA Y CATHARINA BUCHE (comp.). Outlooks on Children and Media: Child Rights, Media Trends, Media Research, Media Literacy, Child Participation, Declarations, Thessaloniki, 2001.

INTERNET

Association of Photographers. Draft Guidelines for Working with Children, 1997.
http://www.mediawise.org.uk/display_page.php?id=578

Comisión Interamericana de Derechos Humanos CIDH. Tercer Informe sobre la situación de derechos Humanos en Colombia, Bogotá, 1999. http://www.cidh.oas.org/countryrep/Colom99sp/Introduccion.htm

GODDARD, CHRIS Y BERNADETTE J. SAUNDERS. “Child abuse and the media”, en Project Axis: Child Sexual Abuse in Queensland: Selected Research Papers, Queensland Crime Commission, Brisbane en Child Abuse Prevention Issue, n.º 14, 2001. http://www.aifs.gov.au/nch/issues/issues14.html

JEMPSON, MIKE. How to report on children in crises, England, The MediaWise Trust, 2006.
http://www.mediawise.org.uk/display_page.php?id=577

JEMPSON, MIKE. Shocking Images - Taking Pictures of Children, The PressWise Trust, 2002.
http://www.mediawise.org.uk/display_page.php?id=577

MCBRIDE, KELLY. Beyond Puff: Writing about Kids, Poynter Ethics Journal, 2004. http://www.poynter.org/column.asp?id=53&aid=51641

OEA. Convención Americana de Derechos humanos o Pacto de San José, San José, Organización de los Estados Americanos, 1969.
http://www.acnur.org/biblioteca/pdf/0001.pdf

ONU. Carta Internacional de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, París, Organización de las Naciones Unidas, 1948.
http://www.unhchr.ch/udhr/lang/spn.pdf

ONU. Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y Libertades Fundamentales, Roma, Organización de las Naciones Unidas, 1950.
http://www.hchr.org.co/documentoseinformes/documentos/carceles/3_Europeos/Basicos/1_Generales_DH/Conv_Europeo_Protecci%F3n_DDHH.doc

ONU. Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, Nueva York, Organización de las Naciones Unidas, 1966.

http://www.acnur.org/biblioteca/pdf/0015.pdf

PAPA JUAN XXIII. Encíclica Pacem in Terris, Roma, 1964.
http://www.vatican.va/holy_father/john_xxiii/encyclicals/documents/hf_j-xxiii_enc_11041963_pacem_it.html

SAUNDERS, BERNADETTE Y CHRIS GODDARD. "The role of mass media in facilitating community education and child abuse prevention strategies" en Child Abuse Prevention Issues, n.º 16, Queensland Crime Commission, Brisbane, 2002.
http://www.aifs.gov.au/nch/issues/issues16.html

UNESCO. Código Internacional de Ética Periodística, París, UNESCO, 1983.
http://www2.canalaudiovisual.com/ezine/books/sitiolegisla/codigointernacionaletica.htmlm

UNESCO. Declaración de UNESCO, París, UNESCO, 1978.
http://www.unhchr.ch/spanish/html/menu3/b/d_media_sp.htm

REVISTAS

BARBERO, JESÚS MARTÍN. "La televisión o el mal de ojo de los intelectuales", Revista, n.º 10, Bogotá, 1996.

BARBERO, JESÚS MARTÍN. "Retos Culturales de la comunicación a educación", Revista Gaceta, n.º 44/45, Bogotá, Ministerio de la Cultura, 1999.

MARTÍNEZ BOOM, ALBERTO, CARLOS NOGUERA Y JORGE CASTRO. "Las reformas de la enseñanza en Colombia: 1960-1980", en Educación y Cultura, n.º 15, Bogotá, CEID-FECODE, 1988.

OROZCO GÓMEZ, GUILLERMO. "Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva" en Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, n.º 6, México, Universidad Iberoamericana, 1994.

RESTREPO, MARILUZ. "Bases para la comprensión científica de la comunicación", en Revista Signo y Pensamiento, n.º 3, Bogotá, Universidad Javeriana, 1984.

The Media Wise Trust, United Nations Children's Fund y UNICEF. "The Media and Children's Rights - A Resource for Journalists by Journalists", The Media Wise Trust, Bulletin n.º 108, The Media Wise Trust, 2005. www.mediawise.org.uk.