



Para que ninguna nos falte, seguiremos insistiendo #YoTambiénMeQuedo en la Escuela

Sonia del Valle y Ana Razo

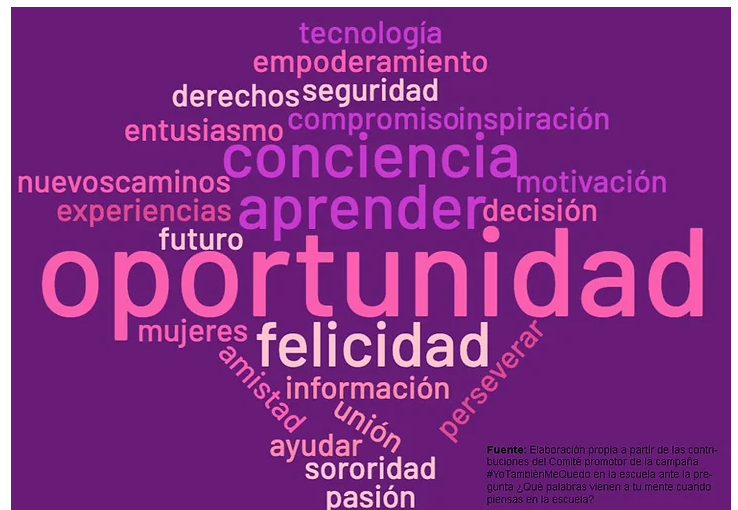
Ambas son integrantes de MUXED. Sonia es maestra en periodismo político, especializada en educación y comunicación educativa. Ana Razo es profesora investigadora en el Programa Interdisciplinario sobre Políticas y Prácticas Educativas (PIPE) del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE). Juntas coordinan la campaña #YoTambiénMeQuedo en la Escuela.

Resumen:

La Campaña tiene un alcance, hasta ahora, de cerca de 2 millones de personas, la mayoría mujeres de 15 a 24 años, y para la campaña, que cuenta con más talento que recursos, nos parece que es un buen inicio, pero quizá lo que más nos alienta es que el puente que lanzamos tiene frutos en una generación de la cual, reconocemos, estábamos bastante alejadas.

Palabras clave: #YoTambiénMeQuedo #EnlaEscuela #MUXED #Educación #DerechoalaEducación #Aprender #PlumaPurpura

¿Cómo convencer a las adolescentes y jóvenes que la educación tiene sentido y que quedarse en la escuela y aprender es la mejor elección que pueden hacer para construir su propio proyecto de vida, darle forma a sus sueños y expectativas con el poder del conocimiento? Eso se dice fácil, pero es un reto cuando el discurso entre el derecho a la educación y su ejercicio no les hace sentido a una amplia mayoría de personas que tienen entre 15 y 18 años. Ellas y ellos acuden a una escuela que en muchas ocasiones no les llama la atención y sus intereses están en otros espacios por diversas razones.



¿Cómo y para qué hablar del derecho a la educación y el sentido de la escuela, en cualquier modalidad, en medio de la pandemia por Covid19? ¿Por qué hacerlo frente a las múltiples necesidades que se acumulan todos los días en cada casa que se convirtió en una micro-escuela, con todas sus ventajas, pero también sus desventajas?

Sin tener respuestas totalmente acabadas, la Campaña #YoTambiénMeQuedo en la Escuela se planteó difundir razones, argumentos y evidencia, resultado de la investigación educativa, para plasmarlos en infografías, videos, podcast y gráficos –difundidos a través de Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Spotify y Youtube– los cuales estaban fundamentalmente dirigidos a adolescentes y jóvenes y a sus familias, quienes a menudo están alejados de la política educativa y del derecho a la educación.

Fue una apuesta que nació de la preocupación de un grupo de investigadoras y especialistas en educación por tratar de convencer a las adolescentes, las jóvenes y sus familias de que este es un momento diferente y extraordinario, en el sentido de que es distinto, complejo, a veces desesperanzador, lleno de contrastes y desafíos, pero que aún así habría que resistir y quedarse en la escuela, no darse por vencidas. Conocedoras también de que el cierre de las escuelas conspira en contra del derecho a la educación y el aprendizaje sobre todo de las mujeres que transitan de secundaria hacia el bachillerato y de quienes estudian la educación media superior.

Han pasado 5 meses desde que lanzamos la campaña el 3 de septiembre. Conversamos sobre el derecho a la educación, el empoderamiento de las mujeres a través de la educación, el aprendizaje como derecho, los beneficios para la salud que trae la educación, el embarazo adolescente, la violencia en el ciberespacio, la educación y el trabajo, la evaluación y la reprobación escolar, la educación dual y concluiremos este 15 de marzo con un mensaje: a pesar de todo lo que estamos pasando y viviendo, hay futuro y ese lo construyes con las decisiones que tomes en el presente. Nosotras estamos convencidas de que la decisión más importante y la mejor que podrían tomar las adolescentes y jóvenes es quedarse en la escuela “contra viento y marea”.

Si bien la campaña fue coordinada por nosotras, contamos con un equipo de 21 integrantes de la Red de Mujeres Unidas por la Educación (MuxED), el Comité de la Campaña, quienes revisaban cada 15 días los materiales y su contenido. Pero, sobre todo, contamos con el Comité Promotor de la Campaña, integrado por 10 estudiantes de 14 a 19 años quienes revisaban, cada 15 días, las propuestas gráficas y los mensajes, proponían actividades y participaban activamente en redes sociales para dialogar con las adolescentes y jóvenes y tratar de convencerlas. Como expresó Fátima Córdova, “es una oportunidad hermosa para mí, para poder informarme y dar un consejo, una palabra, cualquier cosa para las chicas porque muchas veces nos sentimos desmotivadas o vamos a la escuela sin conciencia del privilegio que tenemos”.

Con el Comité Promotor realizamos videos para hacer un llamado a las adolescentes y jóvenes a quedarse en la escuela y unirse a la campaña; creamos los “Conversatorios para quedarse en la escuela”, en total 6 que transmitimos en vivo desde la página de Facebook de la campaña y en los que participaron docentes, directivos y estudiantes para conversar en torno a la educación y por qué es importante quedarse en la escuela.

También lanzamos la iniciativa “Una historia, una razón más para quedarte en la escuela” y durante dos meses todos los días en la noche, las integrantes del Comité Promotor realizaron la lectura en vivo de la historia de una mujer destacada, a través de la página de Facebook de la campaña, y en Instagram lanzamos una iniciativa “Nos quedamos o nos vamos de la escuela”. El formato fue una entrevista en vivo entre amigas sobre las razones para quedarse o irse de la escuela.

¿Y después de todo esto qué?

La Campaña tiene un alcance, hasta ahora, de cerca de 2 millones de personas, la mayoría mujeres de 15 a 24 años, y para la campaña, que cuenta con más talento que recursos, nos parece que es un buen inicio, pero quizá lo que más nos alienta es que el puente que lanzamos tiene frutos en una generación de la cual, reconocemos, estábamos bastante alejadas.

“Sinceramente aprendí bastante, no sabía de temas que me dejaron pensar que realmente necesitaba esa información, me gustó mucho que era algo fácil de visualizar y que la información sí resolvía mis dudas”, señala Vania Aisleen de la Ciudad de México.

“Aprendí muchas cosas con las infografías y múltiples gráficos compartidos a través de las redes de la campaña, principalmente sobre el derecho a la educación, había muchas cosas sobre este derecho que no sabía y que gracias a esta campaña pude conocer. También pude saber todos los beneficios que la educación nos trae a las mujeres, no solo nos trae mejores oportunidades de trabajo, nos da una mejor calidad de vida y me alegra haberlo aprendido”, expresa Kitzu Ruiz, de Tamaulipas.

“Aprendí a hacer un en vivo, a perder algo de pena, aprendí de sororidad y lo importante que es una buena educación. Aprendí acerca de historias de mujeres que ejercieron derechos, que sorprendieron, que intentaron cambiar y cambiaron al mundo y sus pensamientos. Entendí que hay prejuicios y discriminación donde menos esperas, pero también existen las personas que están en contra de estos, que yo podía ser una de esas voces. Me di cuenta de que darme por vencida no era una opción, por lo menos no una buena y que tengo voz y puedo utilizarla”, señala Carolina Gamboa, de Chihuahua.

“Mi crecimiento como persona en distintos aspectos, como aprender sobre los temas de la campaña que sé que me pueden servir en un futuro; el tener esa necesidad de ayudar a las personas de la manera que pueda, por ejemplo, contestando sus preguntas, compartiéndoles experiencias, entre otras cosas. Por eso digo que la campaña cambió mi forma de ver las cosas, y saber que puedo ayudar a las personas por redes sociales. Me ha encantado”, Camila Castillo, de Baja California.

¿Todos los materiales funcionaron igual? Reconocemos que no, sobre todo porque para nosotras fue un reto elaborar contenidos que les hicieran sentido y al mismo tiempo ayudaran a las adolescentes y jóvenes a seguir en la escuela. Uno de los mejores materiales, y lo decimos por las respuestas que obtuvimos fue el tema “Reprobar no es fracasar”.

“Cuando se publicó el material de “reprobar no es fracasar” me encantó. Yo nunca he reprobado, pero con esta nueva manera de interacción alumnx-maestrx me costó mucho trabajo organizarme y concentrarme. Había momentos en que creía que ya no iba poder y ya no quería hacer nada, pero luego me estresaba porque no quería reprobar, sentía que todos me verían como una fracasada; pero coincidió que se publicó el material y me dije a mi misma “si no puedes, esta bien, hiciste tu mejor esfuerzo y eso es lo que importa”.

“Debemos remover el estereotipo de que quien reprueba “no tiene futuro”, porque ¡claro que lo tiene! Simplemente tuvo dificultades y eso está bien; después de todo, solo son números, y las personas somos

demasiado complejas como para ser descritas y/o definidas por números”, expresa Miranda Paredes, de Veracruz.

La primera etapa de la campaña llega a su fin, pero comenzará una segunda etapa, gracias a la Fundación SM, lanzaremos la versión Iberoamericana de la misma. Hemos recién comenzado esta conversación y seguiremos insistiendo #YoTambiénMeQuedo en la Escuela para que ninguna nos falte.

Redes sociales:

Correo: soniadelvalle.periodista@gmail.com y ana.razo@cide.edu

Twitter: Sonia Del Valle y Ana Elizabeth Razo