



Por Enrique  
Darwin Caraballo

## ¡Mejores Maestros, Mejores Ciudadanos, Mejor País!

En 2011, poco antes de las elecciones presidenciales, todos los candidatos a ocupar la primera magistratura de la República Dominicana suscribieron el “Compromiso Político y Social”, comprometiéndose a honrar lo establecido en la Ley de Educación del año 1997, pero nunca cumplido: asignar el 4% del PIB a la educación preuniversitaria.

De las primeras medidas tomadas por el Lic. Medina al mando del Gobierno Dominicano fue honrar este compromiso y, al mismo tiempo, iniciar el proceso de “Pacto Nacional por la Reforma Educativa”, igualmente mandato legal, esta vez por la Ley No. 1-12 “Estrategia Nacional de Desarrollo”.

Transcurrido el primer año de asignación presupuestaria equivalente al 4%, ha quedado en evidencia que las capacidades de gestión del Ministerio de Educación se han puesto en tela de juicio, y que invertir en infraestructura educativa es importante y necesario, pero no es la única –ni la principal- razón para mejorar la calidad de la educación.

La educación dominicana muestra una paradoja. A pesar de ser uno de los países de la región con mayor número de profesores titulados en aula, sus estudiantes son aquellos que registran peores niveles de aprendizaje. Esto medido por las pruebas comparativas aplicadas por la OREALC 2010 y refrendado por las tendencias sistemáticas de las pruebas nacionales que no evidencian mejoras significativas desde entonces.

Recordando a Simon Rodríguez, si la escuela está donde está el maestro, la calidad educativa estará donde estén los buenos y mejores maestros. Sin embargo, el sistema educativo dominicano actual no ha sabido generar los incentivos necesarios para atraer a aquellos jóvenes talentosos a la docencia, así como tampoco para estimular y retener a los docentes en ejercicio, quienes suelen estar alejados de procesos de mejora continua que les permita superarse diariamente y ser recompensados por ello. Hace pocas semanas, por primera vez el MINERD aplicó una metodología de selección rigurosa entre quienes pretenden ingresar a la docencia en el nivel básico y medio; más del 60% de los aspirantes no superaron la primera de las pruebas eliminatorias.

EDUCA, Acción empresarial por la Educación, que tiene por objetivo promover múltiples estrategias orientadas a producir los cambios que requiere el sistema educativo dominicano, de forma tal que este sea funcional a un modelo de desarrollo plural, democrático pero igualmente integrado a un mundo competitivo y global, está convencida de que los cambios de largo plazo solo serán posibles si logra romperse con la inercia de mediocridad y escasa rigurosidad que ha caracterizado a los procesos de

---

<sup>1</sup> Las Notas de Trabajo constituyen documentos de elaboración preliminar utilizados en la labor cotidiana de EDUCA. Los contenidos y opiniones en estas Notas no compromete necesariamente la opinión de la Junta Directiva de EDUCA y/o de sus socios.

Formación docente en el país; esto es válido para las ofertas públicas, tanto como para las privadas.

En el marco del Pacto por la Reforma Educativa, EDUCA ha entendido oportuno promover este debate en la opinión pública nacional y en los actores políticos y sociales responsables por las decisiones a ser pactadas. Decisiones que por otra parte, tiene la vocación de vigencia para los próximos 16 años de gobierno de la educación. En este sentido, EDUCA está promoviendo la campaña de difusión “¡Mejores Maestros, Mejores Ciudadanos, Mejor País!”. Se trata de una campaña multimedial que cuenta con una pieza de video<sup>1</sup> de 4.44 minutos de duración y segmentos de 10 segundos para TV, dos piezas de radio, afiches y artes de prensa, [facebook](#)<sup>2</sup>, [twitter](#)<sup>3</sup>, así como también una filiación voluntaria de los ciudadanos suscribiendo una petición colectiva a las autoridades a través del sitio [change.org](#).<sup>4</sup>

Para la difusión, EDUCA ha recurrido a las principales empresas de comunicación, prensa escrita y programas de opinión de televisión y radio, a los efectos de generar los espacios necesarios para que la población acceda y conozca los planteos que se promueven en procura de una docencia más efectiva. Para comprometer y brindar identidad colectiva a la campaña se ha optado por personalizarla con logo propio y separar de la marca corporativa de EDUCA. También se ha producido material promocional pago, como paraguas, t-shirts, gorras, pulseras y calcos, cuyos costos contemplan el retorno de la inversión inicial.

En términos concretos, la campaña pretende movilizar a la opinión pública en su conjunto para que aumenten las exigencias y barreras de entrada en todas las casas de estudio de formación docente; desarrollar programas de capacitación y tutorías para profesores en servicio; remunerar a los educadores en función de su desempeño medido, entre otros, por el desempeño de sus estudiantes (respecto a la evolución de sí mismos y no en función de un estándar medio), y así pagar más y mejor a quienes mejores resultados y responsabilidad con la tarea demuestran; y por último garantizar una evaluación técnica e independiente del desempeño de los educadores.

---

<sup>1</sup> Véase <http://www.youtube.com/watch?v=o95qhlVwes8>

<sup>2</sup> Véase <https://www.facebook.com/mejoresmaestros?ref=hl>

<sup>3</sup> Véase <https://twitter.com/MejoresMaestros>

<sup>4</sup> Véase <http://www.change.org/es-LA/peticiones/consejo-econ%C3%B3mico-y-social-ces-que-discuta-y-procure-acuerdos-en-el-pactoeducativo-entorno-a-4-importantes-planteamientos>