

## 11. Cumplan sus promesas

Campaña para exigir cuentas al gobierno de la India



*Activistas resaltan la diferencia de escala entre las promesas y su cumplimiento*

A pesar del auge de su economía y una clase media en crecimiento, la India es un país en donde cientos de millones de personas se encuentran en una situación de pobreza severa. En el 2004, un nuevo gobierno fue elegido en gran parte por su promesa de mejorar la vida de la gente más pobre y marginada, mediante la creación de centros de salud, escuelas y trabajos. También en el 2004, el Foro Social Mundial reunió a una diversa gama de organizaciones indias, las mismas que luego crearon Wada Na Todo Abhiyan, la campaña “Cumplan sus promesas”, para asegurar un movimiento colectivo hacia el cambio. Este documento explica cómo la campaña logró movilizar a cientos de miles de personas para presionar al gobierno a que cumpla con las promesas clave, y demostrar la enorme demanda de la gente alrededor de la India, por justicia social y un mejor futuro para todos los niños del país.

## Introducción

De tiempo atrás la India es un país de contradicciones. El país se jacta de contar con el mayor número de millonarios en el mundo<sup>1</sup>. Su economía está en auge, y es visto como un punto clave para los inversionistas globales. Pero es también el hogar de por lo menos 25 por ciento de la gente pobre del mundo. Una de cada tres personas analfabetas en el mundo vive allí,<sup>2</sup> al menos 35 millones de niños entre los seis y 14 años no asisten a la escuela, y el país cuenta con más del 20 por ciento mundial de muerte materno-infantil.<sup>3</sup> Se encuentra casi al final de la lista del Informe de Desarrollo Humano de las Naciones Unidas del periodo 2007-2008, en el puesto 128 entre 177 países. Es un país de grandes desigualdades, en donde la gente pobre y marginada está entre la más necesitada del mundo.

En 2004, la Alianza Progresista Unida (UPA, por su sigla en inglés) ganó las elecciones y formó gobierno. Su llegada al poder se debió en gran parte a sus promesas electorales de cumplir con las aspiraciones de las grandes masas de gente pobre y marginada, bajo lo que se conoció como el “Programa Mínimo Común” nacional o CMP (por su sigla en inglés). Entre estas promesas estaba el incrementar el gasto en educación del tres al seis por ciento del producto interno bruto (PIB), y el gasto en salud de menos del uno por ciento al dos o tres por ciento.

Desde entonces, el gobierno ha implementado planes bandera para la educación, la salud y los medios de vida, como la Misión Nacional de Salud Rural para extender la atención a la salud a la población rural pobre, y la Ley Nacional de Garantía de Empleo Rural, que ofrece 100 días de empleo al año bajo pedido, como un derecho para los hogares rurales cuyos miembros adultos se ofrecen para realizar trabajo manual no calificado.<sup>4</sup> El gobierno también ha prometido fijarse en las necesidades de los grupos marginados como los Dalit (previamente conocidos como “intocables”, quienes están fuera del sistema de castas y son considerados indignos de formar parte de la vida social y religiosa de la sociedad), las poblaciones indígenas, las minorías religiosas y las mujeres.

En el mismo año en que el nuevo gobierno fue elegido, grupos de sociedad civil se reunieron en Mumbai durante el Foro Social Mundial para elaborar una agenda conjunta enfocada en la gobernabilidad y la rendición de cuentas, que pedía al gobierno que cumpla con sus principales promesas para la gente pobre. Un grupo central de 40 organizaciones involucradas en el proceso emergió como Wada Na Todo Abhiyan (WNTA, conocida también como la campaña “Cumplan sus promesas”). Sus temas centrales eran los medios de vida, la educación, la salud y la exclusión social. Se creó para vigilar el avance del gobierno. Su meta era dar una voz colectiva

a movimientos distintos alrededor del país, a fin de unirlos bajo un marco unificado.

Oxfam, como miembro fundador y directivo muy activo de WNTA, desempeñó un rol importante en el apoyo a la alianza, y los demás miembros de la alianza fueron muy claros en expresar su deseo de que Oxfam se involucrara mucho más allá del financiamiento. En particular, Oxfam fue el recurso clave para la investigación y el análisis de políticas, para el trabajo con los medios y el apoyo a las comunicaciones y eventos, y para la facilitación del cabildeo y la incidencia. Sin embargo, al mismo tiempo, Oxfam decidió deliberadamente no usar la campaña para resaltar su propia marca. El coordinador de WNTA, Amitabh Beher, lo confirma, al señalar agradecido que “Oxfam ha participado no al estilo de un donante sino como uno de sus integrantes, listo para subsumir la identidad de Oxfam dentro de la identidad de la campaña y trabajar apasionadamente por ésta”.

## Desde los pequeños inicios

El éxito de WNTA ha sido espectacular. Desde el 2004, ha crecido de una idea pequeña a una gran organización con una estructura federal que abarca 23 estados. Cuenta con 3.000 redes y una membresía central de 105 organizaciones. Al inicio, nadie creyó que una coalición nacional de ese tamaño podría realmente unirse y ser tomada en serio por el gobierno. Pero los organizadores lo planearon bien. Desde el principio estaba previsto que, así como se iba a crear una agenda de incidencia nacional, el énfasis también estaría en campañas descentralizadas a nivel estatal para velar por la inclusión de las prioridades locales. El enfoque no fue montar un “superorganismo”, sino aprovechar y reunir lo que ya existía en todos los niveles de la sociedad india.

### **Lo que la campaña ha realizado**

La campaña se centró en tres áreas: medios de vida, educación y salud, y exclusión social. Los programas comprendieron:

- La sensibilización y la acción públicas respecto al Proyecto y la Ley Nacional de Garantía de Empleo Rural, la Misión Nacional de Salud Rural, y el Proyecto de Ley sobre Derecho a la Educación.
- La campaña “El 9 es mío” a favor de la asignación del nueve por ciento de PIB en salud y educación, como se prometió en el CMP.
- Revisiones del CMP por parte de la sociedad civil en mayo del 2007, especialmente respecto a temas vinculados con el género y las castas.

- La publicación de los Informes de los Ciudadanos sobre los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), en diciembre del 2006.
- La incidencia con legisladores sobre medios de vida, salud y educación.
- La Cumbre Popular contra la Pobreza (PSAP, por su sigla en inglés) en setiembre del 2005, en la que participaron más de 12.000 personas.

WNTA es también socio nacional del Llamado Mundial a la Acción contra la Pobreza (GCAP, por su sigla en inglés) y se ha involucrado directamente con los sistemas de las Naciones Unidas, especialmente la Campaña del Milenio.

Ashok Bharti, coordinador de la Conferencia Nacional de Organizaciones Dalit, una red de más de 300 grupos, y coordinador nacional del grupo directivo de WNTA dice: “Wada Na Todo Abhiyan, que trabaja en asuntos de gobernabilidad y rendición de cuentas, no sólo ha proporcionado una plataforma de la sociedad civil para los Dalit y otros grupos marginados, para que planteen de manera colectiva sus problemas y preocupaciones ante el gobierno, los encargados de elaborar políticas y otras instituciones de gobernabilidad y rendición de cuentas, sino también los ha ayudado a compartir sus experiencias con toda la sociedad y, por lo tanto, los ha obligado a examinar críticamente incluso sus propios programas enfocados en gobernabilidad y rendición de cuentas.”<sup>5</sup>

## Tres estrategias

Desde el principio, WNTA utilizó tres estrategias: la movilización de masas, las auditorías de políticas y libretas de calificaciones elaboradas por ciudadanos, y el seguimiento presupuestario y la incidencia. Estas estrategias implicaron el compromiso directo con grupos marginados como los Dalit, las mujeres, los pueblos indígenas (*adivasi*) (a quienes el gobierno se refiere como “tribales”<sup>6</sup>), los niños y niñas, y las personas discapacitadas.

### **Movilización de masas**

En repetidas ocasiones, WNTA ha logrado organizar eventos con una gran presencia activa de masas y una amplia cobertura de los medios de comunicación. En el primer año, organizó la Cumbre Popular contra la Pobreza, apoyada por los partidos políticos más importantes e incluso por los miembros de la Comisión de Planificación, el principal organismo constitucional responsable de la planificación del proceso de desarrollo en la India. Se estableció una Carta de los Pueblos pidiendo acción inmediata para alcanzar los ODM y terminar con la pobreza. Estas no fueron simples llamadas

retóricas para terminar con la pobreza; estaban relacionadas a acciones específicas por mandato de la gente.

WNTA ha organizado habitualmente protestas masivas el 17 de octubre, día mundial de "Levántate Contra la Pobreza". Durante ese día en el 2007, las contrapartes de WNTA de 15 estados organizaron una serie de acciones diversas que involucraron a 1.236.979 personas de las comunidades y *panchayats* (órganos locales de toma de decisiones), con la inclusión de estudiantes y representantes del gobierno. Estas acciones fueron diseñadas para recordar al gobierno a que cumpla su compromiso de acabar con la pobreza y la exclusión social, como está prometido en la Declaración del Milenio de Naciones Unidas y el Desarrollo de los Objetivos Nacionales de la India.<sup>7</sup>

La campaña también ha involucrado activamente a niños para que hagan campaña a favor del gasto en educación y salud. Los niños traen energía y frescura a la campaña. Cuando hacen preguntas al gobierno, es difícil para los políticos evitar dar respuestas directas. Los niños incluso conocieron al Primer Ministro. Las alianzas de los niños mezclan a niños de los tugurios con los de las ciudades ricas. Algunos tienen poca o ninguna instrucción formal, otros son mucho más instruidos y se expresan cómodamente, pero están concientes y preocupados por las desigualdades de su país y tienen una real empatía. Es básicamente una alianza por la justicia social que cruza las clases; una visión para el futuro de India.

Fue claro el vínculo entre la movilización de masas, la cobertura de los medios de comunicación y el acceso a los encargados de la toma de decisiones. Después de que la campaña logró que las escuelas de todo el país participaran a través de la movilización de las organizaciones de base, un profesor inspirado (e inspirador) se ofreció a trabajar en la campaña y organizar un concierto en el estadio nacional y un mitin de niños. Todos colaboraron. Cuando miles de niños – desde los barrios más pobres hasta las escuelas de élite de Delhi – asistieron al concierto y al mitin, bailando juntos y marchando uno junto al otro, los medios de comunicación se apresuraron a cubrir por televisión este fenómeno social inusual. El día después de la cobertura televisiva, la oficina del Primer Ministro invitó a los niños a reunirse con él. Y cuando lo visitaron, aceptó la 100.001.<sup>a</sup> postal de petición y les aseguró, oficialmente, que iba a aumentar los fondos para las escuelas y los centros de salud. En el presupuesto siguiente, hizo exactamente eso, incrementó el gasto en salud en un cuarto y el de educación en un tercio, en un presupuesto en el que el gasto de defensa aumentó sólo el nueve por ciento. Estos incrementos en salud y educación no fueron aún suficientes para cubrir el déficit histórico o para cumplir plenamente las promesas del gobierno; pero los analistas concuerdan en que fueron mucho

mayores de lo que hubieran sido sin la presión de la sociedad civil.

#### **Los niños como líderes: “El 9 es mío”**

La campaña “El 9 es mío” fue dirigida por niños a través del país. El “9” se refiere al 6 por ciento del PIB en educación, más el 3 por ciento en salud, que los niños reclaman como su derecho. La campaña fue lanzada el 16 de octubre del 2006 en Delhi, y participaron más de 4.500 niños de 10 estados. Se lanzó una petición a nivel nacional, que decía: “Somos los niños de la India. No votamos, pero creemos que las voces de los niños pueden ser más fuertes que los votos de los adultos. Y sabemos que es necesario que hablemos ahora para asegurar nuestro futuro”.

Una cobertura de los medios de comunicación consistente y amplia aseguró que el Primer Ministro reciba una delegación de 20 niños para escuchar sus demandas y garantizarles su apoyo. Alrededor de 80 miembros del parlamento fueron informados sobre la petición a través de varias delegaciones de contrapartes.

El 13 de Noviembre de 2007, se realizó la 300.001.<sup>a</sup> firma ante Abhijit Sen, miembro de la Comisión de Planificación Sen, la cual le fue entregada para que la hiciese llegar al Ministro de Finanzas. Al siguiente día, los niños también se reunieron con el Presidente de la Comisión de Derechos de los Niños, en busca de apoyo a sus pedidos.

En la segunda fase de la campaña, desde noviembre de 2007 a enero de 2008, se incrementó la actividad, con 5.000 firmas enviadas diariamente al Ministro de Finanzas. Un indicador del entusiasmo que el movimiento ha generado entre los niños es lo que dijo Yayabangarababu, un niño de 14 años: “Estoy en Delhi para escuchar y hablar de nuestros derechos. Estoy aquí para instar al gobierno a que cumpla sus promesas de una mejor educación y salud. Estoy aquí para asegurarme de que los que están en el poder den el prometido 9 por ciento del PIB a los niños de este país”.

Cuando el gobierno aprobó el Plan Quinquenal del 2008 al 2012, triplicó la inversión en educación, apuntando a una meta del 6 por ciento al final del periodo.

#### **Auditorías de políticas y libretas de calificaciones elaboradas por ciudadanos**

Para presionar por la implementación plena del Plan Nacional de Garantía de Empleo Rural (NREGS, por su sigla en inglés), cuyo objetivo es proveer 100 días de trabajo al año para los hogares rurales, WNTA organizó un *Rozgar Adhikar Yatras* (“Marcha por el Derecho al Empleo”) en seis estados. Estas marchas fueron acompañadas por Tribunales Populares, durante los cuales los funcionarios locales fueron informados sobre las ineficiencias y los vacíos en la implementación del plan. Luego de esto, se organizó un Tribunal Nacional durante el Foro Social de la India en octubre del 2006, en el cual hablaron 50 representantes de más de 14 estados. Los resultados y veredictos de estos procesos fueron llevados a diferentes parlamentarios en el primer aniversario del NREGS. Esto intensificó más la “auditoria social” del plan, que examina el impacto de actividades gubernamentales concretas en ciertas secciones de la

sociedad. Pese a que hay muchos vacíos en la implementación, el gobierno ha reconocido la importancia de la campaña al integrar las auditorías en sus mecanismos de monitoreo, y también al incrementar el alcance de los NREGS a 595 distritos, en lugar de los 200 iniciales.

WNTA utilizó la idea de libreta de calificaciones elaborada por ciudadanos para ejercer constante presión sobre el gobierno y exigirles que rindan cuentas. En su primer año, WNTA emitió un informe centrado en los ODM, particularmente en relación a la educación, la salud y el empleo. Se realizó una encuesta en la que participó la comunidad local en 1.514 aldeas, y que fue entregada durante la Cumbre contra la Pobreza en setiembre de 2005. Fue seguida por una verificación de mitad de periodo de los ODM y un informe de la situación en julio del 2007 que fue presentado al Primer Ministro. Una amplia cobertura de los medios de comunicación tenía titulares como “UPA [Alianza Progresista Unida; el partido del gobierno] sólo aprueba el 30 por ciento en la Libreta de Calificaciones del Pueblo” y “Libreta de Calificaciones de UPA tiene notas rojas”, lo que envió sucintamente un mensaje a los interesados. La encuesta actual involucra a 10.000 personas de 17 estados, a lo largo de de 100 distritos.

Entre los eventos anuales más importantes de WNTA se encuentra la revisión que realiza del CMP. En esta revisión se verifica las promesas más importantes del gobierno a través de procesos rigurosos, durante los cuales expertos y grupos que trabajan en una variedad de temas como gobernabilidad local, educación, salud, derecho a la tierra, empleo y otros, elaboran una libreta de calificaciones para recoger lo positivo y lo negativo. La libreta pasa luego por diversas redes estatales para recibir sus comentarios y aprobación, antes de ser finalmente publicada. Cada vez participan más personas: en la segunda revisión de 2006 participaron 250 personas de 12 estados; mientras que en 2007, 400 personas de 23 estados, y se recogieron comentarios de más de 500 organizaciones. Un elefante con un cartel que decía “el CMP prometió” y una cabra con otro que decía “el CMP entregó” que ilustraban la diferencia entre las escalas, se convirtieron en una imagen popular ampliamente utilizadas por los medios de comunicación.

### **Seguimiento presupuestario e incidencia política**

La tercera estrategia consistió en una manera nueva y diferente de mirar a los presupuestos. El ejercicio del presupuesto normalmente proyectado a través de los medios de comunicación trata de recortes de ingresos e impuestos sobre las ventas de bienes de consumo duraderos, lo cual afecta principalmente a la clase media. Pocas veces los medios de comunicación se centran en temas del sector social como la salud y la educación, que afectan a la vasta mayoría de la población pobre.

El Centro de Rendición de Cuentas del Presupuesto y la Gobernabilidad (CBGA, por su sigla en inglés), miembro de la alianza WNTA, ha sido líder en proveer insumos directos a la campaña sobre control de presupuestos e incidencia. Cada año, en noviembre (cuando se inicia la elaboración presupuestaria del gobierno para el siguiente año), organiza una Consulta Nacional y elabora una Carta de Reclamos de los Pueblos, que revisa varios aspectos del sector social como la agricultura, la educación y la salud desde la perspectiva de los grupos marginales. Esta se envía a varios ministerios de gobierno. Luego se organiza un seguimiento, que consiste en una rápida e informada reacción por parte de expertos, y una discusión pública donde el gobierno, los encargados de elaborar políticas, los grupos de la sociedad civil y representantes de los medios de comunicación se reúnen para evaluar las implicancias de la Carta para la gente pobre. La campaña promueve el derecho a ser escuchado de una manera innovadora, en la que un análisis de políticas desde arriba ha llevado a la movilización de organizaciones de la base.

## Dar voz a los marginados

Como mencionamos anteriormente, si bien el marco del movimiento ha sido fortalecer la capacidad de la gente para se movilice alrededor del pedido de derechos básicos, también se ha centrado en recoger las voces de aquellos que están particularmente marginados. Entre estos se encuentra una amplia gama de gente como los Dalit, los grupos de mujeres y los pueblos indígenas o grupos “tribales”.

WNTA quería aprovechar el trabajo de estos grupos en torno a temas por los cuales realizaba movilizaciones. Así por ejemplo, los Dalit y los grupos de mujeres solían centrarse en asuntos de explotación y violencia, y WNTA aspiraba a que se unieran también a su búsqueda de derechos económicos, a fin de mejorar su fortaleza y capacidad. De esta manera, esperaba crear tanto una conciencia individual como comunitaria sobre estos asuntos más amplios.

### **¿Quiénes son los Dalit?**

El sistema de castas de la India fue abandonado por ley en 1949, pero hoy continúa en varias partes del país. Los Dalit, antiguamente conocidos como los “intocables”, son considerados por los indios de casta como parias. Tradicionalmente trabajaban en oficios considerados “impuros” por estar asociados con la muerte o con animales –tales como curtidores, zapateros, recogedores de excrementos, barrenderos, cremadores de cadáveres, tamborileros y encargados de deshacerse de las carcasas de los animales. Esto produjo una segregación física (por ejemplo, no podían tomar de la misma taza que los miembros de una casta superior), segregación social y servidumbre por deuda. Hoy existen unos 179 millones de Dalit en la India, alrededor del 20 por ciento de la población. Enfrentan altos índices de analfabetismo, pobreza y carencia de tierras. El prejuicio significa que los Dalit son frecuentemente discriminados y



victimizados. Un informe del gobierno de 2005 afirma que cada 20 minutos se comete un delito en contra de un Dalit, pero generalmente no se reporta y muy rara vez trae por consecuencia una condena.

Las dos principales organizaciones Dalit, la Campaña Nacional por los Derechos Humanos de los Dalit (NCDHR) y la Conferencia Nacional de Organizaciones Dalit, se organizan alrededor de los temas de la explotación y especialmente de la opresión física de los Dalit. Es a través de la red WNTA que ahora tienen una mayor cobertura hacia los temas relacionados con los servicios básicos como educación y salud, y su participación en los presupuestos.

Otro proceso a este respecto ha sido mirar al CMP a través del lente de esos grupos. Un informe llamado "Cumplir la Promesa para terminar con la Exclusión Social. Una Revisión de la Agenda Dalit en el Programa Mínimo Común Nacional"<sup>8</sup> fue presentado en el Parlamento Indio, para pedir cambios clave en las políticas desde la perspectiva Dalit.

En forma similar, un documento llamado "Género y Gobernabilidad - Una Revisión de la Agenda de la Mujer en el Programa Mínimo Común Nacional"<sup>9</sup> fue publicado el 8 de marzo de 2007, Día Internacional de la Mujer. Se organizaron veinte y siete eventos en diez estados, con la participación de 12.000 personas a través de la red nacional de organizaciones de mujeres. Con motivo del día de "Levántate contra la Pobreza" en 2007, se organizó un "Tribunal de las Mujeres contra la Pobreza", en el cual 400 mujeres de 20 estados participaron para narrar sus historias. Nijhula Kachua, una de las participantes, llamó la atención sobre la difícil situación de los trabajadores y sus familias en las plantaciones de té en Assam. Recalcó el hecho de que estas personas tenían poco conocimiento sobre los planes del gobierno nacional que funcionaban en otros estados de la India, así como ningún acceso a ellos. Los resultados finales del Tribunal fueron presentados a la primera Presidenta de la India, Pratibha Patil.

Desde que se dieron estos exitosos eventos, se han organizado otros tribunales. El Día Internacional de la Mujer en el 2008 fue celebrado por contrapartes de la WNTA a través de 44 distritos en 11 estados de la India, y reunió a más de 10.000 mujeres. Entre el 6 y 17 de marzo de 2008, las contrapartes publicaron la "Carta de las Mujeres contra la Pobreza", la cual reforzó el reclamo de las mujeres de acceder al poder, los recursos y servicios (originalmente enunciado en el tribunal). Esta Carta también contribuyó al informe nacional llamado "Destinos Divididos: Vidas Desiguales. Derechos Económicos, Sociales y Culturales en el Estado Indio, Informe de las NGO al Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas".<sup>10</sup>

WNTA también trató el tema de género dentro de su propia estructura: en 2006, el directorio de WNTA fue ampliado para asegurar que 50 por ciento de los miembros sean mujeres. Se formó un grupo de trabajo para dirigir el futuro curso de acción del movimiento respecto al género.

## Éxitos y planes futuros

La campaña ha tenido varios éxitos a nivel local y nacional.

En 2007, el presupuesto de salud fue incrementado en 25 por ciento y el de educación en 33 por ciento, mientras que el presupuesto de defensa sólo se incrementó en 9 por ciento.<sup>11</sup> El Ministro de Educación planea hacer del derecho a la educación un derecho fundamental obligatorio. Quiere introducir un proyecto de ley hacia finales de 2008.

Actualmente, la campaña tiene peso entre los políticos: los miembros son invitados a dar su opinión y mantener discusiones, lo que hace dos años nunca hubiera sucedido.

Entre julio de 2008 y enero de 2009, la campaña está organizando un "Manifiesto Popular", que moviliza a 300 bases parlamentarias, entre las que se encuentran miembros del parlamento, organizaciones de la sociedad civil y ciudadanos. El partido político principal sabe que este plan está en camino y que se está llevando a cabo en colaboración con los tres principales canales de televisión. La educación y la salud son ahora la prioridad en la agenda política, y se consideran hoy como asuntos de derechos humanos.

## Desafíos

Uno de los mayores desafíos de administrar una plataforma tan amplia es, lo cual es bastante predecible, mantener a todos los integrantes en pie de igualdad y asegurar que se presenten como un frente común. Esto ha sido posible dando liderazgo a diferentes grupos sobre diferentes temas; por ejemplo, mientras un grupo se concentra en los derechos económicos, el otro lo hace en los derechos a la educación.

La campaña atrajo a una amplia gama de grupos distintos entre divisorias étnicas, de casta, de clase y políticas. No fue solo una campaña de ciudadanos que ya eran activistas, sino también una campaña que inspiró a aquellos que normalmente no se hubieran visto a sí mismos como activistas, sino como personas preocupadas por sus hijos y el futuro de su país. Al inicio, el principal desafío fue lograr que un grupo tan diverso de gente y organizaciones trabajen bien juntas. La gente estaba bien conciente de sus diferencias. Crear alianzas conjuntas en torno a temas y preocupaciones de las personas marginadas no ha sido fácil. En particular, ha sido un reto el incluir a

las clases medias, quienes inicialmente se mostraban renuentes a unirse a grupos activistas, y desconfiaban de una campaña que buscaba hacer un llamado al gobierno a gastar más dinero en escuelas y centros de salud públicos que las clases medias indias no usan. Pero, al explicar la campaña en términos de dar a todos los niños una oportunidad, y de permitir a todos los indios contribuir al desarrollo del país, la campaña pudo limar parte de aquel escepticismo.

A través de los años, se ha creado confianza entre los miembros de la alianza. Ahora, cuando discuten lo que se necesita hacer, saben que todos son colectivamente responsables, así que trabajan juntos para lograr lo que desean. La gente está mucho más conciente de lo que tiene en común: un compromiso de justicia social en la India.

A nivel de estado regional, la experiencia ha sido mucho más mixta. En algunos estados, los grupos se dividieron en facciones, cada una de las cuales quería dominar el secretariado estatal. Los problemas a nivel estatal no se benefician del hecho de que mientras a nivel nacional hay una intensa y continua interacción, los estados únicamente se juntan en momentos clave, en lugar de ser parte de una corriente continua, lo que hace difícil mantener el impulso.

Este es un reto, pero es especialmente importante para los grupos que trabajan con las bases, ya que estos necesitan una motivación constante para mantenerse comprometidos con algo que no es una tarea fácil. Esta motivación debe provenir del entendimiento de que el trabajo a nivel nacional sólo puede tener éxito si es apoyado en los niveles locales y estatales.

## Lecciones claves

La campaña ha aprendido mucho en estos cuatro años de existencia. Algunas de las lecciones clave son:

- **Vencer el aislamiento:** Los grupos marginados tienden, por muchas razones, a trabajar aislados. El crear alianzas y vencer el aislamiento sin perder la identidad, perspectiva y sensibilidad propias ha fortalecido la fe de las contrapartes en el trabajo con la sociedad civil.
- **Prioridades locales en primer lugar:** Para que una red grande tenga éxito en asegurar el derecho de las personas pobres a ser escuchadas, las prioridades tienen que ser primero extraídas de los contextos locales, regionales y nacionales, y luego recurrir a los marcos internacionales.
- **Incluir distintas perspectivas y voces:** El marco nacional debe tomar en cuenta las perspectivas y voces de los grupos que han sido marginados en términos sociales y económicos, así como también de los grupos de diferente género y edad (por ejemplo:

niños), para buscar su apoyo y fortalecer su capacidad. La campaña también se ha extendido hasta la clase media para poder usar su fuerza de cabildeo.

- **Buscar un terreno común:** Es importante no organizar frentes nuevos o separados, sino aprovechar las oportunidades para unir movimientos aislados o divididos en un terreno común, y hacer de ellos una voz unificada y mucho más fuerte que no pueda ser ignorada por el gobierno. Fue muy beneficioso, por ejemplo, juntar tres grandes coaliciones para trabajar por el derecho universal a la educación, en una plataforma común cuando hubo un llamado para que el proyecto de ley del Derecho a la Educación sea aprobado como ley del Parlamento. De igual manera, lograr que esos grupos trabajen en presupuestos y el sector social en una plataforma común ha ayudado a integrar de manera sistemática la incidencia en presupuestos y la ha hecho un área central de preocupación para muchos grupos sociales civiles.
- **Aprovechar los puntos fuertes:** Los puntos fuertes de cada integrante deben ser aprovechados para el interés de todos. Estas fortalezas incluyen, por ejemplo, los grupos de base que proveen información desde abajo, los grupos de políticas que aportan el análisis macro en un lenguaje que se nutre de las realidades de las comunidades de base, los grupos basados en medios de comunicación que proveen apoyo para hacer incidencia ante dichos medios, y así. Una ventaja de WNTA es que las distintas actividades pueden ser lideradas por diferentes organizaciones, de acuerdo a sus fortalezas, mientras crean habilidades y adquieren experiencia en el proceso.
- **Utilizar el lenguaje apropiado:** Es posible crear emoción y entusiasmo en asuntos tales como la salud y la educación. La clave es articular estos asuntos vitales en un lenguaje que las personas entiendan y quieran responder.
- **Adaptar a contextos apropiados:** Hay un reconocimiento de que el modelo indio es específico al contexto indio y no un enfoque de "talla única". Sin embargo, adaptar el modelo para usarlo en otros países podría producir una real diferencia en la forma de hacer campañas en los países en vías de desarrollo en el mundo entero. En el contexto indio, los ya florecientes movimientos de la sociedad civil por derechos de las personas han sido de mucha ayuda, ya que no hubo necesidad de empezar de cero. Sin embargo, el enfoque era en los derechos a la salud y a la educación, lo que no había sido previamente una prioridad en la agenda de la mayoría de las organizaciones. Así que construir sobre cimientos preexistentes y utilizar sus insumos estratégicos es una estrategia de comprobado éxito para la campaña.

## Notas

<sup>1</sup> NY Daily News (2008) "India ranks first in the world in number of billionaires, new Forbes list shows", [www.nydailynews.com/news/us\\_world/2008/03/05/2008-03-05\\_india\\_ranks\\_first\\_in\\_the\\_world\\_in\\_number.html](http://www.nydailynews.com/news/us_world/2008/03/05/2008-03-05_india_ranks_first_in_the_world_in_number.html) (última consulta: setiembre de 2008).

<sup>2</sup> The Times of India (2004) "India has a third of world's illiterates", <http://timesofindia.indiatimes.com/articleshow/916814.cms> (última consulta: setiembre de 2008).

<sup>3</sup> "Children in India", [www.smilefoundationindia.org/ourchildren.htm](http://www.smilefoundationindia.org/ourchildren.htm) (última consulta: setiembre de 2008).

<sup>4</sup> Ministerio de Desarrollo Rural, Gobierno de India, "National Rural Employment Guarantee Act", [www.nrega.nic.in/](http://www.nrega.nic.in/) (última consulta: setiembre de 2008).

<sup>5</sup> De un discurso dado en la revisión anual de la reunión de coordinación de la campaña Wada Na Todo Abhiyan, organizada en Delhi en abril de 2008.

<sup>6</sup> Una tribu puede ser definida como un grupo social que existía antes del desarrollo de los Estados o que vive fuera de los Estados. En términos de estatus socioeconómico, se encuentran en la parte inferior de la sociedad india. "Adivasi" es la palabra india para "tribales".

<sup>7</sup> Los Objetivos Nacionales de Desarrollo son definidos de acuerdo a los Planes Quinquenales emprendidos por el gobierno indio. India se encuentra ahora en la 11.ª fase de su Plan Quinquenal. Ver Social Watch India, "Commitments: MDGs, Common Minimum Programme, National Development Goals", [http://socialwatchindia.net/commit\\_5.htm](http://socialwatchindia.net/commit_5.htm) (última consulta: setiembre de 2008).

<sup>8</sup> Wada Na Todo Abhiyan (2007) "Fulfilling the Promise to End Social Exclusion – A Review of the Dalit Agenda in the National Common Minimum Programme", Nueva Delhi: Wada Na Todo Abhiyan.

<sup>9</sup> Wada Na Todo Abhiyan (2007) "Gender and Governance – A Review of the Women's Agenda in the National Common Minimum Programme", Nueva Delhi: Wada Na Todo Abhiyan.

<sup>10</sup> Colectivo Popular por los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (2008) "Divided Destinies: Unequal Lives – Economic, Social, and Cultural Rights in the Indian State, NGO Report to the UN Committee on Economic, Social, and Cultural Rights", Nueva Delhi: Colectivo Popular por los Derechos Económicos, Sociales y Culturales. El informe fue promovido por el Programa sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Mujeres.

<sup>11</sup> Presupuesto de gastos, Vol. I, Union Budget 2008–09, Gobierno de la India.

Fotografía de la cubierta: K. Satheesh/Tehelka News Magazine, Delhi (2007)

© Oxfam GB, noviembre de 2008

Este documento fue escrito por Avinash Kumar. Ben Phillips, Aditi Kapoor y Divya Mukand colaboraron en su producción. Agradecemos a Nikki van der Gaag por la edición de este documento y a Emily Laurie por su apoyo en la investigación. Forma parte de una serie de documentos escritos para contribuir al debate público sobre políticas humanitarias y de desarrollo. El texto puede ser usado libremente en campañas, así como en el ámbito educativo y de la investigación, siempre que se indique la fuente de forma completa.

Para más información, escriba al correo electrónico: [publish@oxfam.org.uk](mailto:publish@oxfam.org.uk)  
ISBN en línea 978-1-84814-090-5. Este documento es parte de la serie **Alzar la voz**. Para más información, visite  
<http://publications.oxfam.org.uk/oxfam/display.asp?ISBN=9780855986384>

Este documento está también disponible en francés e inglés.

Oxfam GB es una organización de desarrollo, ayuda humanitaria y campañas que trabaja con otros para encontrar soluciones duraderas a la pobreza y el sufrimiento alrededor del mundo. Oxfam GB es miembro de Oxfam Internacional.

Oxfam House  
John Smith Drive  
Cowley  
Oxford  
OX4 2JY

Tel: +44.(0)1865.473727  
Correo electrónico: [enquiries@oxfam.org.uk](mailto:enquiries@oxfam.org.uk)  
[www.oxfam.org.uk](http://www.oxfam.org.uk)