

# UN PRESUPUESTO MORAL PARA UN MOVIMIENTO MORAL

**Shailly Gupta Barnes**

- *La Campaña de las Personas Pobres* •

## RESUMEN

*La Campaña de Las Personas Pobres (Poor People's Campaign): Un Llamado Nacional a una Renovación Moral es una campaña nacional en los Estados Unidos que se ha extendido a más de 40 estados del país. Tomando el legado del Reverendo Dr. Martin Luther King, la Campaña apunta a las injusticias interrelacionadas del racismo sistémico, la pobreza, la devastación ecológica y el militarismo, así como a la narrativa moral distorsionada que las perpetúa. Está redefiniendo la moral, la religión y los derechos humanos por medio de su modelo de organización de coalición de fusión, y cuestionando la pobreza en los Estados Unidos. En junio de 2019, la Campaña de Las personas Pobres lanzó un Presupuesto Moral: ¡Todo el mundo tiene derecho a vivir! El Presupuesto Moral establece que hay una abundancia de recursos para satisfacer las necesidades y demandas de las personas pobres y, de hecho, si el país asignara sus recursos para satisfacer esas necesidades, su economía crecería y su delicado tejido social se renovaría.*

## PALABRAS CLAVE

Estados Unidos | Pobreza | Campaña | Presupuesto Nacional | Renovación Moral

El 17 de junio de 2019, nueve de los candidatos en campaña para las elecciones presidenciales de los Estados Unidos entre ellos los principales candidatos demócratas, la senadora Elizabeth Warren, el senador Bernie Sanders, el vicepresidente Joe Biden y la senadora Kamala Harris participaron en un foro de candidatos organizado por la Campaña de las Personas Pobres: un llamado nacional a una renovación moral.<sup>1</sup> Este fue el foro de candidatos más grande que tuvo lugar antes de que comenzaran los debates oficiales del partido a finales de aquel mes y fue el único foro donde los candidatos respondieron preguntas directamente de personas pobres.



Tales preguntas no se referían a los planes de los candidatos para hacer crecer la economía de Estados Unidos ni supusieron oportunidades para enzarzarse en discursos vacíos. Más bien, se les preguntó a los candidatos sobre sus planes para garantizar salarios dignos para los trabajadores, atención médica para todas las personas y un planeta habitable para nuestros hijos e hijas. Se les consultó cómo planean terminar con la supresión de votantes, los ataques contra inmigrantes, el encarcelamiento masivo y el gasto militar sin control. El público quería saber de qué manera los candidatos planeaban hacer que nuestra economía funcionara para todos, especialmente los 140 millones de personas,<sup>2</sup> el 43% de la población de los Estados Unidos que son pobres o están a una situación de emergencia de ser pobres en el país más rico del mundo.

El foro de candidatos ocurrió en el marco del Congreso de Acción Moral de la Campaña de las Personas Pobres.<sup>3</sup> También como parte del Congreso, la Campaña lanzó un Presupuesto Moral de los Pobres: ¡Todo el mundo tiene derecho a vivir!<sup>4</sup> De hecho, para los 140 millones de personas pobres que luchan para llegar a fin de mes, la Agenda Moral<sup>5</sup> de la campaña y la Declaración de Derechos Fundamentales presentan una respuesta integral al racismo sistémico, la pobreza, la devastación ecológica, el militarismo y la economía de guerra que sufren los Estados Unidos hoy. Estas demandas son necesarias para asegurar nuestra supervivencia. El Presupuesto Moral pregunta, dados los recursos del país, si tales demandas también son posibles. Cambia la cuestión de los costos y plantea los beneficios de promulgar la Agenda Moral de la Campaña de las Personas Pobres. Ya le está pasando factura a nuestra sociedad suprimir los derechos de voto, no brindar atención médica y mantener bajos los salarios. La desigualdad tiene un precio.

Por lo tanto, el Presupuesto Moral analiza cuánto mejor podríamos ser como país si abordáramos la desigualdad.<sup>6</sup> Declara que lo moral es también lo económicamente responsable. Nosotros hemos estado invirtiendo en matar personas; ahora debemos invertir en la vida. Hemos estado invirtiendo en el racismo y la represión de votantes de manera sistemática; ahora debemos invertir en ampliar la democracia. Hemos estado invirtiendo en castigar a los más pobres; ahora debemos invertir en el bienestar de todos. Hemos estado invirtiendo en los ricos y las corporaciones; ahora debemos invertir en las personas que han construido este país.

## 1 • La historia de la Campaña de las Personas Pobres: un llamado nacional a una renovación moral

La Campaña de las Personas Pobres: Un Llamado Nacional a una Renovación Moral supone el renacimiento de la Campaña de las Personas Pobres de 1968 dirigida por el Rdo. Dr. Martin Luther King Jr. y otros líderes religiosos y de base, para centrar la atención de la nación en el racismo, el militarismo y la pobreza y unir a millones de estadounidenses negros, blancos y mestizos pobres. La Campaña de 1968 siguió al Movimiento de Derechos Civiles y reconoció sus limitaciones. Como el Rdo. Dr. King dijo en 1967: “Hemos pasado



de la era de los derechos civiles a la era de los derechos humanos, una era en la que estamos llamados a plantear ciertas preguntas básicas sobre toda la sociedad... Debemos reconocer que no podemos resolver nuestro problema ahora hasta que haya una redistribución radical del poder económico y político.”<sup>7</sup>

Después de que King fuera asesinado el 4 de abril de 1968, la Campaña de 1968 continuó organizando esta visión. En mayo y junio de ese año, 3.000 personas llegaron a Washington D.C. y establecieron un campamento en el National Mall. Durante 6 semanas revelaron la profunda crisis de pobreza que enfrentan millones de personas en el país. Su «Ciudad de la Resurrección» fue destruida por la policía, pero continuó inspirando a generaciones de activistas, organizadores y clérigos que vieron el potencial de esta campaña histórica.

Cincuenta años después, la campaña actual se enfrenta a esos mismos problemas con renovada intensidad. Desde el Día de la Madre, en mayo de 2018, hasta el Solsticio de Verano, en junio de ese mismo año, se organizó una temporada de acción moral que se extendió por 40 estados. Durante seis semanas consecutivas, miles de personas directamente afectadas por la pobreza, el racismo, la devastación ecológica y el militarismo, junto con líderes y activistas morales y religiosos, se reunieron en capitales de estados y en Washington D.C. para llevar a cabo reuniones masivas, acciones directas, charlas magistrales y eventos culturales. En esos 40 días se llevaron a cabo más de 200 acciones, en que participaron más de 5.000 personas que se presentaron en favor de la desobediencia civil no violenta, decenas de miles de testigos y millones de personas que los seguían en línea y por las redes sociales. Fue la ola más grande y expansiva de desobediencia civil no violenta en el siglo XXI en los Estados Unidos.



Más que una simple serie de acciones y manifestaciones, la Campaña está catalizando un nuevo modelo de organización. En razón de numerosas políticas, las condiciones se han deteriorado<sup>8</sup> desde la Campaña de 1968. Tenemos menos derechos de voto, buenos empleos y programas gubernamentales y apoyo para educación, agua y saneamiento y vivienda. Tenemos más desigualdad económica, falta de vivienda, cárceles y guerras. Uno de cada dos

dólares de gasto federal discrecional se destina al ejército de los Estados Unidos, mientras que solo 15 centavos van destinados a programas de combate a la pobreza. La Administración actual está interesada en reducir aún más esos programas, poniendo en peligro la vida de millones de niños, ancianos, personas con discapacidades y familias que luchan todos los días. Esto incluye a más de la mitad de nuestros niños (38,5 millones), el 42% de nuestros mayores (21 millones), el 59,7% de las personas negras no hispanas (23,7 millones), el 64% de los latinos (38 millones), el 40% de asiáticos (8 millones), el 58,9% de los pueblos indígenas (2,1 millones) y uno de cada tres blancos (66 millones) de los Estados Unidos.

## 2 • El Presupuesto Moral de las Personas Pobres

El Presupuesto Moral de las Personas Pobres es un esfuerzo por priorizar las necesidades y demandas de los más pobres, en lugar de los intereses de los ricos y poderosos. Tanto los republicanos como los demócratas han aceptado formas de hablar sobre la economía que ignoran a casi la mitad de los habitantes de nuestro país. Durante demasiado tiempo, se nos ha hecho creer que aquellos en posiciones de influencia y autoridad utilizarán los recursos disponibles para el progreso de nuestra sociedad. Esta orientación ha justificado recortes de impuestos para los ricos y las corporaciones y obligaciones laborales para las personas pobres, ha permitido atajos ambientales para la industria y la expansión militar en todo el mundo, y ha dado muy poco a las personas pobres.

*Solo me pregunto por qué no hay acceso a la atención médica para los adultos jóvenes, o para cualquier otra persona, que eso no implique que uno vaya a la bancarrota, quedando sin hogar debido a una visita a urgencias, a una simple visita de atención primaria, al costo de medicamentos... (Mary Ellen Smith, Carolina del Sur)<sup>9</sup>*

Esto no se debe a la falta de recursos para abordar el racismo, la pobreza, la devastación ecológica y el militarismo sistémicos. Somos un país rico. El Presupuesto Moral muestra que si priorizamos las necesidades y demandas de las personas pobres, crearemos más empleos, construiremos nuestra infraestructura y obtendremos beneficios a corto y largo plazo que harán crecer nuestra economía y protegerán nuestros recursos para las generaciones futuras.

En las siete secciones del Presupuesto Moral<sup>10</sup> analizamos políticas e inversiones para siete áreas esenciales de la Agenda Moral de las Personas Pobres: 1) democracia e igualdad de protección ante la ley; 2) tranquilidad doméstica; 3) paz y defensa común; 4) vida y salud; 5) el planeta; 6) nuestro futuro, y 7) una economía equitativa. En cada caso, hemos descubierto que nuestro país tiene abundantes recursos para satisfacer las demandas de los pobres y para abordar las injusticias generalizadas y sistémicas que enfrentamos. En contraste, las realidades actuales de la supresión de votantes, salarios bajos e inconsecuentes, la falta de seguridad en el acceso a la atención médica y otras necesidades básicas, la desigualdad de riqueza, la guerra y el cambio climático nos están pasando una factura considerable.<sup>11</sup>

Nuestro Presupuesto Moral muestra que es posible invertir nuestros recursos de la manera que pide la campaña: crear justicia, tranquilidad doméstica, seguridad y bienestar general para todos. También muestra cuán costosa es la injusticia sistémica. La abundancia de nuestra sociedad crecerá aún más cuando dejemos de invertir en mantener la injusticia para beneficiar a unos pocos y empecemos a recurrir a políticas basadas en las necesidades de muchos.

No se trata de un argumento de caridad o de buena voluntad. Más bien, es un simple reconocimiento de que las personas pobres no solo son víctimas de la injusticia, sino que son agentes de un profundo cambio social. De hecho, el Presupuesto Moral pone de manifiesto que, si organizamos nuestros recursos en torno a las necesidades de esos 140 millones, fortaleceremos nuestra sociedad en su conjunto.

### 3 • Las personas pobres deben liderar el camino

La Campaña de las Personas Pobres ha insistido en que nuestras políticas deben comenzar con las realidades sobre el terreno y esas realidades deben servir para fundamentar la dirección y el contenido de nuestras políticas. Por eso insistimos en una medición más amplia de la pobreza<sup>12</sup> de la que se dispone actualmente y por qué seguiremos insistiendo en reformular la definición de pobreza para reflejar las condiciones actuales. Por eso, insistimos en analizar los problemas que enfrentan los 140 millones en su conjunto, en lugar de hacerlo por separado. La vida de los pobres no se puede dividir en problemas aislados de salud, trabajo o vivienda. Por ello, nuestras políticas y estudios también deben reflejar la complejidad de la vida cotidiana de las personas pobres.

Se trata de una aplicación directa de los principios fundamentales de los derechos humanos: nuestros derechos están protegidos de manera universal, son indivisibles uno del otro, y los más afectados deben ser incluidos de manera significativa al abordar las limitaciones, restricciones y abrogación de esos derechos. También es un reflejo de los valores básicos de cada religión: la vida es preciosa y debemos asignar nuestros recursos sociales para garantizar que creamos el reino de Dios aquí en la tierra como en el cielo.

Por lo tanto, comenzamos con las condiciones sobre el terreno, tal como las experimentan las personas pobres y desposeídas y sus percepciones. Cuando se corta el agua de una familia porque ya no pueden pagar la factura y sus vecinos comienzan a compartir el agua y a poner mangueras entre sus hogares, está claro que el problema no es la falta de agua. Hay mucha agua para todos; más bien, el problema es un sistema económico que insiste en proporcionar agua, y otras necesidades básicas, solo a aquellos que pueden pagarla. Cuando los trabajadores de los restaurantes de comida rápida tienen que vender su sangre para tener suficiente dinero para seguir teniendo luz y gas, está claro que el problema no es su incapacidad o falta de voluntad para trabajar. Es que el trabajo en sí no paga lo que necesitan para vivir, especialmente cuando los costos de vida básicos han aumentado drásticamente en las últimas décadas.

*He experimentado cosas como el corte del agua, la pobreza y vivir con el temor de que me saquen de mi casa... No poder ducharme, lavarme los dientes o cocinar. Eso está mal. Nadie quiere vivir en la pobreza. Poder vivir teniendo cubiertas las necesidades básicas, incluida el agua, es un derecho humano. (Kailani Jones, Michigan)*

La Campaña ha reunido estas y otras ideas en reuniones masivas, audiencias y ayuntamientos, donde las personas pobres y afectadas han ofrecido testimonios sobre las condiciones que viven todos los días. Sus ideas, junto con cientos de reuniones comunitarias con miles de personas, han dirigido nuestras investigaciones y consultas; y hemos encontrado socios capaces en institutos de políticas que estaban dispuestos a seguir la dirección que surgió de esas observaciones y experiencias. En lugar de definir el problema de manera abstracta, nuestros expertos en políticas ayudaron a elevar las experiencias individuales de aquellos en el terreno a las tendencias que se desarrollaban en amplios sectores de nuestra sociedad.

Esta orientación hacia el reconocimiento del liderazgo de las personas pobres, no solo como víctimas, sino también como visionarios, es un aspecto fundamental de la revolución de valores que necesitamos hoy. De lo contrario, continuaremos culpando a los más pobres por nuestros problemas, dividiéndonos y enfrentándonos unos a otros y alimentando la mentira de la escasez en medio de la abundancia.

*Las personas que mantienen este sistema quieren culparnos de este desastre, como si fueran nuestras opciones individuales las que nos han metido en esto. Tenemos que corregir eso: tenemos que recordar a las personas que la falta de vivienda no es un fracaso moral individual, es el fracaso moral colectivo de la sociedad... Somos pobres, pero no estúpidos. Sabemos que no somos el problema. Somos la solución. (Zalonda Woods, Carolina del Norte)*

Por eso, la Campaña de las Personas Pobres continúa organizando y empoderando<sup>13</sup> a las personas pobres de hoy, a fin de cambiar la narrativa sobre la pobreza, influir en las políticas y las elecciones y mostrar que un nuevo camino no solo es necesario, sino también posible. Tras haber sido presentado en el Congreso Moral de las personas Pobres, el Presupuesto Moral se presentó a todos los miembros del Comité de Presupuesto de la Cámara, uno de los comités más poderosos del Congreso de los Estados Unidos, durante una audiencia en el Congreso. Seis representantes de la Campaña hablaron sobre las condiciones que enfrentan y se inspiraron en algunos hechos y argumentos del Presupuesto Moral. En las próximas semanas y meses, la Campaña continuará utilizando el Presupuesto Moral para crear conciencia, especialmente en los 40 estados en que se ha organizado hasta la fecha. Ya se han formado grupos de estudio y círculos de lectura en algunos de esos estados y hay planes para llevar a cabo un estudio más sistemático de este documento y de su implicación principal: no hay razón para que exista pobreza en tiempos de abundancia. Esto tiene el potencial de convertirse en un grito de guerra para una marcha y una asamblea masivas en Washington D.C. que la Campaña está planeando para junio de 2020.

En cada región del país, las personas pobres y las personas de fe y conciencia se unen sin divisiones de raza, religión, edad, geografía, género y sexualidad o partido político. Una nueva e inquietante fuerza está despertando para revivir el corazón de la democracia en Estados Unidos, declarando que es hora de “luchar contra la pobreza, no contra las personas pobres.”

## NOTAS

---

1 • Poor People’s Campaign: A National Call for Moral Revival, Homepage, 2019, visitado el 15 de agosto de 2019, <https://www.poorpeoplescampaign.org/>.

2 • Shailly Gupta Barnes, “Explaining the 140 Million: Breaking Down the Numbers Behind the Moral Budget.” Kairos Center for Religions, Rights, and Social Justice, 17 de junio de 2019, visitado el 15 de agosto de 2019, <https://kairoscenter.org/explaining-the-140-million/>.

3 • Thomas Kaplan, “2020 Democrats Address Poverty and Systemic Racism at Presidential Forum.” The New York Times, junio 2019, visitado el 15 de agosto de 2019, <https://www.nytimes.com/2019/06/17/us/politics/poor-peoples-forum-2020.html>.

4 • “Poor People’s Moral Budget,” Poor People’s Campaign, 2019, visitado el 15 de agosto de 2019, <https://www.poorpeoplescampaign.org/budget/>.

5 • “A Moral Agenda Based On Fundamental Rights,” Poor People’s Campaign, 2019, visitado el 15 de agosto de 2019, <https://www.poorpeoplescampaign.org/demands/>.

6 • Sarah Anderson, “Opinion: A Moral Economy Would Save Taxpayers Billions Every Year.” MarketWatch, 17 de junio de 2019, visitado el 15 de agosto de 2019, <https://www.marketwatch.com/story/a-moral-economy-would-save-taxpayers-billions-every-year-2019-06-17>.

7 • “Quotes from Rev. Dr. King’s Last Years: ‘A Revolution of Values’ - Report to SCLC Staff (May 1967),” Kairos Center for Religions, Rights, and Social Justice, 2016, visitado el 15 de agosto de 2019, <https://kairoscenter.org/quotes-from-rev-dr-kings-last-years/>.

8 • “The Souls of Poor Folk,” Poor People’s Campaign, abril 2018, visitado el 15 de agosto de 2019, <https://www.poorpeoplescampaign.org/wp-content/uploads/2018/04/PPC-Audit-Full-410835a.pdf>.

9 • Esta cita y las siguientes son de personas que han participado o son parte de la Campaña.

10 • Shailly Gupta Barnes, Lindsay Koshgarian and Ashik Siddique, “Poor People’s Moral Budget: Everybody Has The Right To Live.” Institute for Policy Studies, 2019, visitado el 15 de agosto de 2019, <https://ips-dc.org/report-moral-budget-2/>.

11 • El informe completo y el resumen ejecutivo pueden consultarse en “Poor People’s Moral Budget,” 2019.

12 • Barnes, “Explaining the 140 Million...,” 17 de junio de 2019.

13 • William J. Barber II y Liz Theoharis, “A Campaign for the Heart and Soul of Our Democracy.” The Hill, 16 de junio de 2019, visitado el 15 de agosto de 2019, <https://thehill.com/blogs/congress-blog/politics/448785-a-campaign-for-the-heart-and-soul-of-our-democracy>.

**SHAILLY GUPTA BARNES** – *Estados Unidos*

Shailly Gupta Barnes es Directora de Políticas en el Centro Kairos para Religiones, Derechos y Justicia Social y para la Campaña de las Personas Pobres: un llamado nacional a una renovación moral. Tiene experiencia en los ámbitos de economía, derecho y desarrollo y ha trabajado con comunidades pobres y marginalizadas durante más de 15 años.

Recibido en agosto de 2019.

Original en inglés. Traducido por Fernando Campos Leza.



“Esta revista es publicada bajo la licencia la Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License”