

FTT/Impuesto Robin Hood
Propuesta para el Día Mundial de Acción
17 de febrero de 2011

Introducción

Durante los últimos 18 meses, el Impuesto a las Transacciones Financieras (FTT o Impuesto Robin Hood) ha pasado de ser una idea radical a una propuesta realista, considerada por el FMI, la Comisión Europea, el G20 y varios gobiernos nacionales. Éste es un giro extraordinario, debido en gran medida a los esfuerzos de campaña de las organizaciones de la sociedad civil en todo el mundo.

2011 es un punto decisivo para la campaña, ya que se abre la posibilidad de ver un proceso significativo hacia el logro del FTT. El gobierno francés ocupa la presidencia del G8 y el G20, y está liderando el FTT para los bienes públicos mundiales, al tiempo que aumenta el disgusto contra el sector financiero, mientras las medidas de austeridad comienzan a hacerse sentir.

Se han propuesto varias opciones para gravar al sector financiero y es fundamental el acuerdo de un primer grupo de países durante el primer semestre de 2011. La clave para el progreso oportuno será el liderazgo del gobierno francés y, para Francia, ganarse el apoyo de Alemania y, ojalá, Gran Bretaña. Renovar la presión de la social civil, especialmente sobre estos gobiernos clave, será esencial para el éxito. En febrero, la campaña arrancará 2011 con un Día Mundial de Acción, para demostrar el movimiento mundial de los ciudadanos que apoyan el Impuesto Robin Hood.

Objetivos y criterios para el éxito

1. Ejercer influencia sobre los gobiernos clave (Francia, Alemania y Reino Unido) por medio de sus embajadas

a) Ejercer presión sobre las embajadas del Reino Unido, Alemania y Francia*, en por lo menos 15 países de todo el mundo.

b) Los ministros de hacienda del Reino Unido y Francia reciben comunicaciones de todas las embajadas sobre las que se hace presión (por medio de sus respectivas oficinas de asuntos exteriores).

*Si los países tienen capacidad, pueden ejercer presión sobre más de los tres objetivos principales, a saber, España, Suecia y Países Bajos.

2. Asegurar el cubrimiento mediático de la campaña sobre el FTT/Impuesto Robin Hood en el ámbito nacional

a) Ganar cubrimiento nacional en la mayor cantidad posible de países, incluyendo el Reino Unido, Francia y Alemania.

b) Ganar cubrimiento internacional sobre el Día de Acción en los medios de comunicación seleccionados.

3. Demostrar la magnitud de la campaña a escala internacional en pro del FTT/Impuesto Robin Hood

a) De los 15 países que participan, por lo menos 5 deben ser países en vía de desarrollo.

b) Producimos herramientas visuales en línea que demuestran acciones por todo el mundo y que son utilizadas por las coaliciones nacionales (por ejemplo, mediante la inserción de un álbum de Flickr).

c) Lanzamos una solicitud pública sobre el Día Mundial de Acción, que se extenderá hasta el G20 a fines de 2011.

Sincronización

El Día Mundial de Acción se celebrará el jueves 17 de febrero de 2011, en la víspera de la reunión de ministros de hacienda del G20 el 18-19 en París.

Acciones propuestas:

1. Presión sobre las embajadas

Se pedirá a las coaliciones y participantes en la campaña por el FTT que ejerzan presión sobre las embajadas de Francia, Alemania y Reino Unido en su país durante la semana del Día Mundial de Acción.* El mensaje para los franceses será positivo: apoyar su petición de un FTT y presionar a Sarkozy para que el FTT sea prioritario en su agenda del G20 para 2011. Para las embajadas de Alemania y Reino Unido, los participantes en la campaña harán presión a estos gobiernos para que respalden el FTT y garanticen que el ingreso se utilice para combatir la pobreza y el cambio climático.

La forma exacta de la presión variará en cada país y dependerá del contexto nacional y la capacidad de la sociedad civil. Dicha presión podría consistir en el envío conjunto de una letra abierta al embajador, reuniones en persona con los funcionarios, actividades de redacción de cartas para los patrocinadores o una acción frente a las embajadas. Los materiales para apoyar la presión sobre las embajadas estarán disponibles a partir del 28 enero (ver más abajo).

** Si las coaliciones tienen la capacidad necesaria, pueden orientarse también a una lista secundaria de países objetivo, a saber, las embajadas de España, Países Bajos y Suecia en su país.*

2. Acción en los medios de comunicación

El 17 de febrero, se pedirá a las coaliciones alrededor del mundo que organicen una sencilla iniciativa mediática en su capital. Ésta puede organizarse frente a las embajadas para complementar la actividad de presión o en una ubicación más importante en su ciudad, si esto aumenta las oportunidades de atraer el cubrimiento de los medios de comunicación. No habrá un formato prescrito para la iniciativa; las coaliciones pueden desarrollar su propia acción mediática adecuada para su contexto nacional. Sin embargo, encontrarán en documento adjunto varias ideas para la iniciativa. Se pedirá a las personas que participan en la campaña en cada país que incorporen símbolos comunes en cualquier tipo de iniciativa que organicen, con el fin de aportar coherencia visual al Día Mundial de Acción. Estos símbolos comunes serán una máscara verde, una flecha o ambas cosas.

3. Acción en línea

Usaremos también el Día Mundial de Acción para lanzar una nueva solicitud en línea, que estará disponible hasta la cumbre del G20 a fines de 2011. Pediremos a los países participantes que comuniquen esta acción en línea a sus colaboradores. Además, exploraremos una posible acción en Twitter, pidiendo las personas de todo el mundo que «donen un tweet» para la campaña por el FTT/Impuesto Robin Hood. Cuando un benefactor acepte donar, podremos enviar un tweet en su nombre cada 24 horas. Esto nos permitirá hacer oír nuestra voz y transmitir los principales mensajes de la campaña a una audiencia mundial mayor. Por último, el contenido en línea de las actividades de la campaña alrededor del mundo serán cotejados centralmente y enviados a las

coaliciones/organizaciones nacionales para que lo inserten en sus sitios web (ver el apartado «Presentación de informes» más adelante).

Estrategia de alcance

Alianzas/coaliciones nacionales

Las coaliciones nacionales para el FTT/Impuesto Robin Hood deberán liderar el Día Mundial de Acción en cada país. En los países que no tengan una campaña establecida en pro del FTT, las personas que participan en ésta pueden establecer vínculos con las organizaciones que firmaron la carta previa a la reunión del G20 en Seúl (ver documento adjunto) y las ramas nacionales de los entes internacionales que lo hicieron.

Países objetivo

- Europa: Francia, Reino Unido, Alemania, España, Italia, Bélgica, Países Bajos, Austria, Noruega, Irlanda, Unión Europea (Bruselas).
- Otros países del G20: Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Japón.
- Economías emergentes en el G20: Sudáfrica, Brasil, India, Argentina, México.
- Países en vía de desarrollo: Filipinas, Ghana, Malawi, Nepal y otros.

Organizaciones y redes internacionales

- Oxfam Internacional
- WWF
- ITUC
- Stop AIDS Alliance
- Global Campaign Against Poverty (GCAP)
- Global Campaign for Education (GCE)

Recursos y materiales

Se suministrará a las coaliciones y las personas que participan en la campaña los siguientes materiales para ayudarles a participar en el Día Mundial de Acción:

- Modelo de carta de presión para los embajadores/las embajadas de los gobiernos objetivo.
- Información sobre el FTT para las reuniones en persona e información para entregar a los embajadores.
- Un modelo de publicación para los medios de comunicación.
- Una guía para realizar la iniciativa mediática, junto con material acompañante.
- Instrucciones para dar retroalimentación sobre las actividades nacionales e insertar el contenido en línea.

Los materiales de presión se enviarán a las coaliciones nacionales a partir del viernes 28 de enero. Los materiales de presión se distribuirán a partir del 5 de febrero de 2011.

Presentación de informes

Se pedirá a las coaliciones nacionales que comuniquen sus planes para el Día Mundial de Acción por anticipado, con el fin de facilitar las preparaciones para los medios de comunicación e Internet. Durante el día mismo, se pide a los participantes en la campaña que tomen fotografías y graben videos de sus actividades nacionales y que informen rápidamente a los equipos internacionales. Con este material se producirá una proyección de fotografías en Flickr y un video en el que aparecerán las actividades en todo el mundo; éste estará disponible para insertar en cualquier sitio web.

Principales puntos de contacto:

Para obtener más información sobre el Día Mundial de Acción, por favor ponerse en contacto con Hayley Baker (hayley.baker@gmail.com). +44 7970 735550

Otros puntos de contacto para el Día Mundial de Acción:

Dirección general: Hayley Baker (hayley.baker@gmail.com) / Adam Musgrave (AMusgrave@oxfam.org.uk)

Dirección de políticas: Owen Tudor (OTudor@TUC.ORG.UK)

Dirección en línea: Jurrian ten Hove (Jurrian.ten.Hove@oxfamnovib.nl)

Dirección de medios de comunicación: Liz Chichen (LChinchen@TUC.ORG.UK)

Dirección de la sociedad civil del Sur: Mark Lutes (mark.lutes@wwf.panda.org)