



www.sanitation2008.org



Un inodoro para todos: podemos lograrlo

“Cuando me case me gustaría que mi nueva familia tenga una casa con inodoro y llave de agua propia. Es mi sueño.”

Barkha, 12 años, Colonia Sanjay Amar, Delhi, India.

Hoy en día, hay 2.600 millones de personas en el mundo para quienes un modesto inodoro es un sueño que puede cambiarles la vida, el sueño de tener mejor salud, mayores ingresos, más educación, un estatus social más alto, mayor inclusión social, un entorno de vida más limpio –y para los niños de ese grupo– mayores probabilidades de celebrar su quinto cumpleaños.

El saneamiento para todos no requiere descomunales sumas de dinero ni grandes avances científicos. Utilizando enfoques y tecnologías existentes y comprobadas, y con sólo USD 10 mil millones al año –menos del 1% del gasto militar global– el mundo podría cumplir con el ODM de saneamiento hacia el año 2015, y diez años después, todas las personas podrían hacer uso de un inodoro. Es posible, y esto es lo que se tendrá que hacer:

Trabajar duro

El saneamiento no es glamuroso pero es vital. Promover la higiene y cambiar el comportamiento de las personas toma tiempo y esfuerzos personales. No hay un sustituto conveniente para el trabajo duro, ni un atajo técnico práctico. Pero la raza humana tiene muchísima disposición para el trabajo duro – cuando la gente establece una meta colectiva y trabaja hacia ella con ahínco, la alcanza.

Hablar claro

En la mayoría de las culturas a la gente no le gusta hablar de funciones corporales íntimas, como la defecación y la menstruación. El

“saneamiento” es un eufemismo que esconde la fea verdad de la defecación al aire libre. “Las necesidades especiales de las mujeres y las niñas” es una manera innecesaria de referirse indirectamente al hecho biológico de la menstruación. El éxito para impulsar el apoyo mundial a la epidemia VIH/SIDA nos enseñó una importante lección: cuando los responsables políticos, los grupos de la sociedad civil y las personas corrientes comenzaron a hablar abiertamente sobre cómo se propagaba el VIH y qué podíamos hacer para pararlo, los índices de nuevas infecciones comenzaron a descender. Activistas de VIH/SIDA, celebridades admiradas, líderes gubernamentales visionarios y comentaristas de los medios de comunicación estimularon el cambio con protestas públicas y acciones promocionadas. El saneamiento necesita de esa clase de campeones que hablan claro.

Liderazgo político

En muchos países el saneamiento es un huérfano político e institucional, un tema infrafinanciado y de bajo perfil. Este descuido puede superarse con unos sencillos pasos: nombrar a un ministro responsable del saneamiento; aprobar una política de saneamiento nacional y un plan de saneamiento a escala nacional único, asignar líneas presupuestarias identificables para el saneamiento y establecer un buen sistema de coordinación y monitoreo. Los países que han logrado grandes progresos en saneamiento han seguido estos pasos y confirman que no cuesta mucho dinero, solo energía política.





→ **Crear demanda de saneamiento**

Generar demanda es fundamental para el cambio, porque la gente que probablemente hace algo para mejorar el saneamiento deficiente es la gente que lo vive. Su propio empeño y deseo de mejorar sus hogares con inodoros y baños –con ayuda del gobierno local y la sociedad civil cuando sea necesario– es esencial. Sin embargo, mucha gente que carece de saneamiento básico no lo demanda, por lo que las agencias necesitan trabajar para generar esta demanda. Las campañas de promoción se han enfocado tradicionalmente en los beneficios para la salud, pero las agencias ya han aprendido a responder a lo que a la gente realmente le interesa –conveniencia, confort, seguridad o prestigio– en vez de salud. Por ejemplo, en un número de países crear consenso comunitario de que defecar al aire libre es un problema serio y vergonzoso, que puede resolverse con inodoros, ha tenido mucho éxito. A fin de sustentar la demanda y para ayudar a que el nuevo comportamiento se arraigue en las comunidades, es necesario apoyar a las agencias para que se enfoquen en cambios de comportamiento a largo plazo y en educar a los niños por medio de programas basados en las escuelas. Estos ejemplos constituyen un enfoque contrario al enfoque tradicional dirigido por el suministro y los subsi-

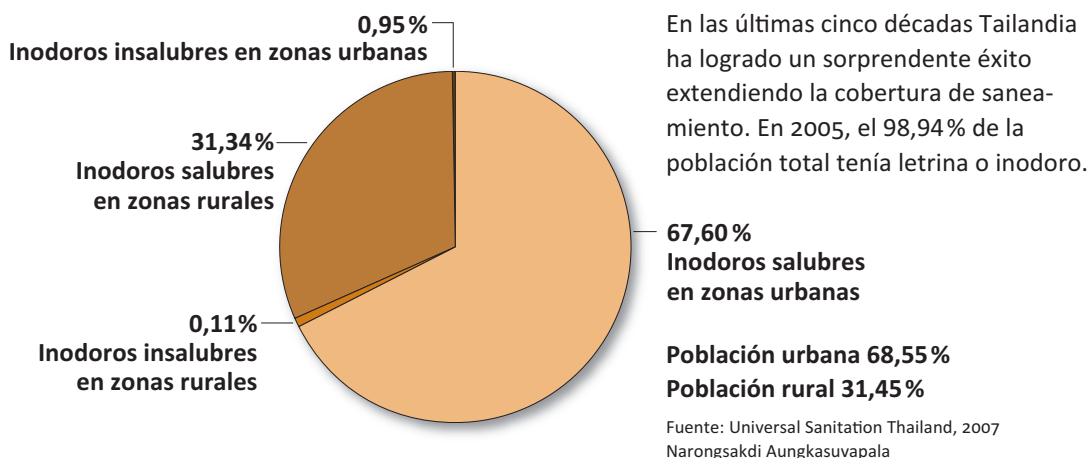
dios, en que los gobiernos proveían unos cuantos inodoros para resolver un problema que las comunidades no creían que existía.

Satisfacer la demanda de saneamiento

Generar demanda es solamente el comienzo. Hay que satisfacer la demanda. Las 2.600 millones de personas sin saneamiento no son beneficiarios pasivos, sino clientes potenciales activos. Satisfacer la demanda requiere apoyar, capacitar y financiar a los proveedores de servicios de saneamiento; muchos de ellos son operadores en pequeña escala que entienden las necesidades de las comunidades locales. Las familias de bajos recursos también pueden necesitar préstamos o subsidios para construir y dar mantenimiento a los inodoros, baños y sistemas de alcantarillado. Estas son inversiones privadas que logran un bien público. Mientras que los hogares compran y construyen ellos mismos sus inodoros, solo las autoridades públicas pueden responsabilizarse de la gestión de la disposición de residuos (lodos sépticos, alcantarillados y desechos sólidos) y salvaguardar los recursos hídricos.

Principales fuentes: ONU, PNUD, UNICEF, OMS, PAS/Banco Mundial, WSSCC.

Cobertura doméstica de inodoros en zonas urbanas y rurales, Tailandia 2005



Contacto: Jon Lane, Director Ejecutivo del Consejo de Colaboración para el Abastecimiento de Agua y Saneamiento (WSSCC), Ginebra, Suiza, lanej@who.int