

OS PRODUCTORES E AS PRODUCTORAS

Obxectivo: analiza-la situación mundial do mercado do café. Identifica-las consecuencias negativas que a caída do prezo do café ten para os campesiños e campesiñas.

Descrición: propóñense tres exercicios ós alumnos. O primeiro, de comprensión lectora, para identificar, cun exemplo real, a situación que viven os pequenos produtores. O segundo, a análise dunha curva da evolución do prezo do café desde 1998 ata o 2001, para mostra-la progresiva caída dos ingresos dos campesiños. Por último, o estudio dun gráfico de barras para reflexionar sobre a importancia da exportación do café na economía de moitos países do Terceiro Mundo.

Orientacións: deberíase establecer un paralelismo co xogo inicial. Os que facían tetraedros quedaron con pouca comida porque o seu produto non se valorou xustamente. É o que lles ocorre ós pequenos produtores de café. Os beneficios que xera o seu cultivo repártense de xeito inxusto, e os campesiños son os que menos reciben. Por esa razón, miles de familias non poden cubri-las súas necesidades básicas: alimentación, sanidade, educación,... Habería que aproveita-lo exemplo de Tatu para comenta-la importancia das mulleres no mantemento da economía familiar. Tamén é oportuno sinala-las repercusións negativas para os países que dependen basicamente das exportacións dun só produto (monocultivos, de herdanza colonial) para facerlle fronte á súa Débeda Externa e ós investimentos en infraestruturas e servicios. Etiópia, por exemplo, a consecuencia da caída do prezo do café, perdeu case 300 millóns de \$ en ingresos da exportación durante os dous últimos anos, a metade das súas ganancias anuais. Conviría que se desen conta de que para os países africanos, a pesar de que a súa produción de café representa unha pequena porcentaxe do volume mundial, esa caída de prezos significa para eles un empobrecemento acelerado.

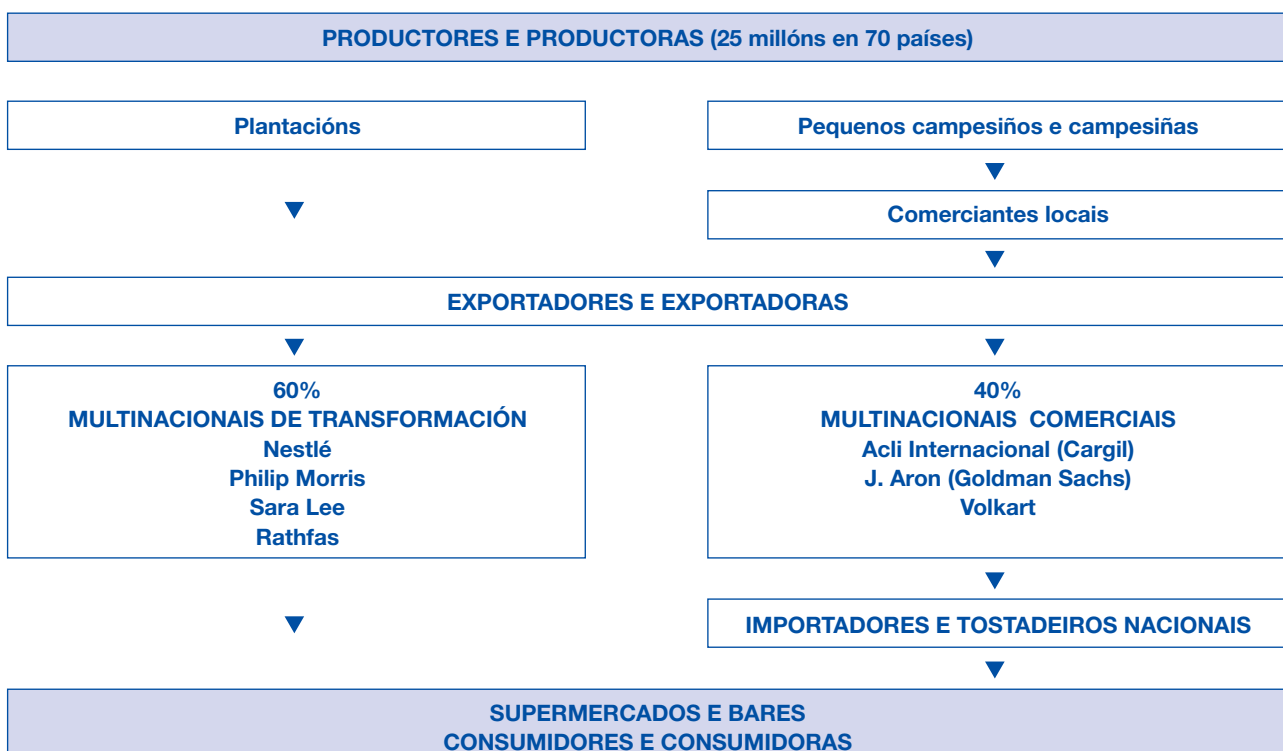
AS MULTINACIONAIS

Obxectivo: coñecer qué é unha gran empresa e cál é o seu papel no comercio internacional. Identifica-las principais multinacionais do café.

Descrición: Propóñense catro exercicios. O primeiro, de comprensión lectora, para achegar ó concepto e ás principais características das empresas multinacionais ou transnacionais. O segundo, de cálculo de porcentaxes nos beneficios dos diferentes actores que interveñen nun paquete de café. O terceiro, de análises e sínteses dunha táboa, algúns gráficos e unha información. Finalmente, unha lectura das etiquetas de paquetes de café.

Orientacións: no texto sobre as multinacionais convén facer unha lectura colectiva e deixar claras as ideas básicas ás que despois recorreremos en exercicios posteriores. Cando se faga o cálculo do % para determina-la importancia de cada un dos que participan no mercado do café, poderíamos explica-lo camiño do café:

O CAMIÑO DO CAFÉ



No exercicio 5 convén sinalar que aínda que o prezo do café é un pouco máis elevado, o que se lles paga ós produtores é cada vez menos. Polo tanto, o beneficio sae dos campesiños, coas consecuencias que iso implica para poder levar unha vida digna. Cabe destacar outro factor: o papel que desempeña a Bolsa no prezo de cotización do café a escala internacional. De feito, unha parte dos beneficios son financeiros, pero dada a complexidade do tema pódese obviar, a criterio do profesorado. No último exercicio preténdese que o alumnado descubra que as principais marcas, as máis coñecidas, son de tres multinacionais: Marcilla e Soley de Sara Lee Corp., Bonka, Eko e Nescafé, de Nestlé; Saimaza de Altria ex-Phillip Morris. Esta información tamén nos servirá para o próximo exercicio.

OS CONSUMIDORES E CONSUMIDORAS

Obxectivos: darse conta de que, a pesar da complexidade do comercio internacional, hai a posibilidade real de actuar de xeito máis xusto e solidario; coñecer unha das numerosas fontes de información que temos á man para exercer de consumidores responsables; identifica-las principais características do Comercio Xusto e recoñecelo como unha alternativa posible, para algúns produtos, por un comercio máis xusto.

Descrición: propónselle ó alumnado dous exercicios. No primeiro propónse una tarefa de investigación a través de Internet. No segundo propónselle encher un cadro comparativo entre Comercio Xusto e o Comercio Internacional actual.

Orientacións: no exercicio 7 propónse facer un traballo cooperativo. Cada grupo realiza unha parte da investigación. Cando se xuntan todas poderemos ter unha visión global máis clara do que son as multinacionais, que controlan un 70% de todo o comercio internacional. Propoñemos traballar a partir de www.transationale.org (se ó entrar por segunda vez nos pide subscrición, borrarémo-la cookie) pero non é a única fonte de información. Se o alumnado ten certo dominio do inglés tamén podemos utilizar www.corpwatch.org. É moi interesante o exercicio para ve-la cantidade de "marcas coñecidas" que son dunha mesma empresa. Facer un mural de todo xunto é moi ilustrativo.

Para face-lo exercicio 8 teremos que recupera-la información obtida ata o momento, polo que nos poderá servir como exercicio de síntese. Se tivesemos tempo estaría ben que viñese á clase ou nos desprazasemos ata algunha organización de Comercio Xusto.

¿QUE PODEMOS FACER NÓS?

Obxectivos: fomenta-la curiosidade para discerni-la procedencia e as condicións en que se produciron algúns cafés e outros produtos. Dar a coñece-lo comercio xusto e iniciar unha reflexión cara a un consumo responsable. Incentivar actitudes de participación colectiva.

Orientacións: en relación co primeiro obxectivo, temos que ser conscientes de que podemos coñece-la procedencia de poucos produtos e o mesmo podemos dicir respecto ás condicións en que se produciron, pero podémonos dar conta de que non é imposible.

Podemos falar de xeito sinxelo das cooperativas de pequenos produtores de café e das tendas de comercio xusto, onde venden produtos comprados a esas cooperativas. Con ámbalas dúas cousas conséguese que o pequeno produtor de café cobre un prezo digno polo seu traballo. Finalmente, considerar cómo podemos axudar nós, ou os nosos pais, despois de terlles explicado todo o que debatemos sobre o comercio. Podemos animalos a participar na campaña "Comercio con xustiza". Se vos conectades á web: www.comercioconjusticia.com poderedes ter máis instrucións para poñer en marcha as actividades que vos propoñemos. Así poderédevos unir a miles de persoas que loitamos para que o comercio internacional contribúa a erradica-la pobreza.

Secundaria

CAMBIÉMO-LAS REGRAS



Autores: Mireia Claverol
e Ferran Polo


Intermón
Oxfam

Obxectivos:

Motivar mediante unha dinámica vivencial o achegamento á complexa realidade do comercio internacional actual. Distingui-los conceptos de prezo e valor, así como a súa relación. Experimenta-la inxustiza, tratar de entendela cunha análise sistemática e elaborar solucións.

Preparativos:

Anunciaremos con antelación a realización dunha merenda, almorzo, sen explica-la súa finalidade. Podemos compra-los ingredientes con diñeiro do orzamento ou pedir que cada alumno traia algo. O día sinalado prepararemos de xeito atractivo zumes, auga, bocadillos, medios bocadillos, pasteis en porcións, etc.; pratos vasos e panos de mesa. Anunciaremos: "Imos comer, pero témolo que pagar, habemos de traballar para poder comer e beber".

Organización:

Nunha clase de 25 alumnos e alumnas faremos dous grupos: o 20% serán os favorecidos; o 80% serán os desfavorecidos (20 membros). Os favorecidos terán que facer triángulos equiláteros de 10 cm de lado; os desfavorecidos terán que facer tetraedros de 10 cm de arista. No taboleiro pódese facer unha demostración de cómo se fan as dúas figuras (con compás). Os triángulos, cortados, e os tetraedros, colados con celo.

Os dous grupos han de ter material abondo: papel usado para reciclar, regras, compases, lapis, gomas, tesoiras e, para os tetraedros, celo.

Desenvolvemento:

Durante 15 minutos os dous grupos farán as súas figuras. Unha vez transcorrido o tempo, deterémo-las construcións, colgarémo-la lista de prezos, xa preparada, e diremos: "Ábrese o bar. Cada grupo pode vir cambia-la súa produción polo que queira comer ou beber. Tédesvos que poñer de acordo antes de vir".

Prezos posibles (depende da habilidade do alumnado)

Vaso de zume: 6 unidades	Vaso de auga: 4 unidades
1/2 bocadillo: 5 unidades	Bocadillo: 8 unidades
Anaco de pastel: 5 unidades	

A comida entregarase a cambio das unidades. Polo tanto, é igual se se trata dun triángulo ou dun tetraedro.

É de esperar que o alumnado reaccione dicindo: "Isto non vale", "É inxusto"... etc. En caso contrario, debemos provocalo: "¿Conformádesvos?" "Unha vez producida a reacción, iniciáremo-lo debate (antes ou despois de comer, depende da reacción).

PISTAS PARA O DEBATE

¿Por que non vale ou é inxusto? O alumnado terá que chegar á conclusión de que non é o mesmo facer un triángulo que facer un tetraedro.

¿Por que non é igual facer un triángulo que facer un tetraedro? O alumnado terá que ver que o tetraedro é máis difícil. Require máis esforzo, máis tempo de traballo. Co mesmo tempo pódense facer máis triángulos. (A relación aproximada é de 1 a 4).

Para que fose xusto, ¿como debería ser? O alumnado terá que chegar a establecer unha avaliación proporcional, unha equivalencia. Se un fixo 30 triángulos en 15 min. e outro no mesmo tempo só fixo 5 tetraedros, a relación tería que ser: 1 tetraedro=6 triángulos.

¿Quen provocou a inxustiza? O alumnado terá que ver que "foi o profe o que fixou os prezos".

"Eu fun xusto, puxen os prezos igual para todos". O alumnado terá que obxectarlle: "Non tiveches en conta a valoración real dos diferentes traballos".

¿Que diferenza hai, polo tanto, entre valor e prezo? O alumnado deberá darse de conta-de que o valor dun produto se mide polo traballo que custou facelo e/ou pola capacidade que ten para cubrir necesidades. O prezo é o diñeiro que hai que pagar para obter un produto. Por exemplo: a auga ten un valor moi alto e un prezo moi baixo. Un diamante ten un prezo moi alto e un valor moi reducido. Escribanse no taboleiro estes exemplos de diferenciación e farase un pequeno mural para colgar na aula.

Acabaremos cunha reflexión. Pensemos nas cousas que compramos. ¿Responde a unha xusta valoración o prezo que pagamos por cada unha delas? Como exemplo, analizáremo-lo café. Para concluír, formularemos dúas preguntas que deberán responder individualmente: ¿Como te sentiches cando víche-los prezos? ¿Que conclusión sacaches desta actividade?



¿Como vos sentistes despois do xogo "a merenda do comercio?" No comercio internacional de moitos produtos ocorre algo similar ó xogo: hai uns produtores, uns consumidores e unhas grandes empresas, que son as que fixan os prezos. Fixémonos no caso do café.

OS PRODUCTORES E AS PRODUCTORAS

Tatu Museny é unha viúva de 37 anos que vive cos seus 6 fillos na rexión do Kilimanjaro (Tanzania), nunha propiedade de menos de media hectárea na que cultiva café.

Tatu loita para proporcionarlles unha educación ós seus fillos: "A educación é moi importante. Axudaralles ós meus fillos a ter unha vida mellor. Por iso loito tan duramente, para conseguilo diñeiro que precisa para a escola". Pero este ano a totalidade da súa colleita de café produciu menos de 15 dólares. "Planeara enviar ó meu terceiro fillo, Isahid, de 9 anos, á escola, pero non poderei facelo porque non consigo suficiente diñeiro co café. Dificilmente me chegará para mante-los dous maiores na escola, e para iso terei que vende-lo meu cocho". (O custo medio para enviar un neno ou nena á escola alí é duns 10 dólares)

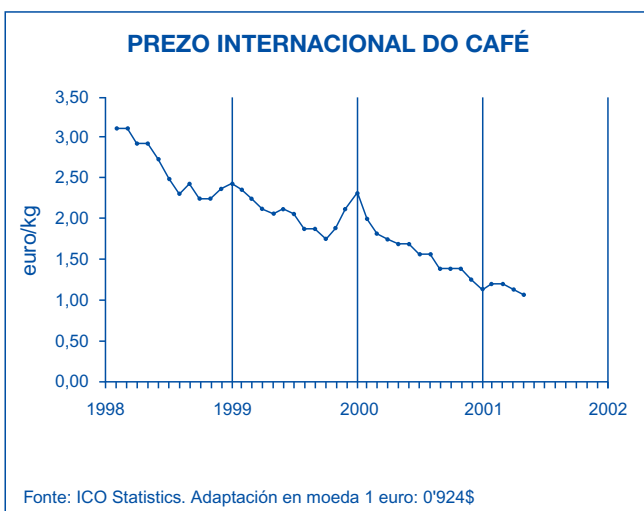
Tatu pensa en vender algunhas bananas para aumenta-los seus efectivos, aínda que teme que se resinta a nutrición dos seus fillos. Tamén intentará encontrar un emprego noutras propiedades (gañando aproximadamente 1 dólar ó día), así como recoller e vender herba como alimento para o gando. Sempre ten o temor de verse incapaz de facerlle fronte ó gasto de posibles enfermidades se algún dos seus fillos enferma de neumonía, malaria o diarrea durante a estación de choivas



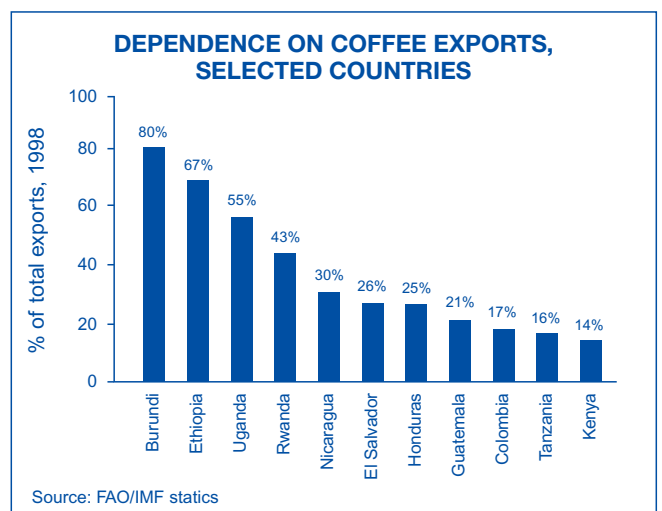
1 ¿Que consecuencias ten a baixada do prezo do café para moitos pequenos produtores (uns 20 millóns de familias de África, América e Asia) como Tatu?

2 Observa o gráfico do prezo do café e contesta:

- ¿Cal é o prezo inicial e o final?
- ¿En canto diminuíu o prezo ?
- ¿Que porcentaxe representa?



3 Enumera as consecuencias que pode carrexar para estes países a caída do prezo do café



AS MULTINACIONAIS



Son grandes empresas que teñen a súa sede e os centros de investigación tecnolóxica na Unión Europea, EEUU, Canadá ou Xapón. Producen unha gran variedade de produtos e reparten o proceso de produción en diferentes países do mundo. Na maioría deses países do Terceiro Mundo non existe unha regulación laboral (salarios mínimos, liberdade sindical, xornadas laborais, festas, seguridade social,...) nin unha lexislación medioambiental. Compran ou subcontratan empresas nos países do Sur, que a miúdo utilizan a nenos e nenas como man de obra barata. Non pagan impostos e teñen a liberdade de deixa-lo país cando queiran ou cando encontren outros países onde a man de obra lles resulte máis barata. Os gobernos de moitos destes países non só aceptan esta situación senón que a favorecen; ofrecen boas condicións ás multinacionais para que se instalen, invistan e xeren divisas para poder pagar a débeda externa ou para cobrar comisións corruptas. O obxectivo é obter o máximo beneficio co mínimo custo. Sen preocuparse de Tatu, por exemplo.

4 Calcula o que leva cada un e comenta os resultados

Un paquete de café de 250 grs custa 1,30 €

42% Multinacionais	
7% Impostos	
30% Manipulación-transformación	

10% Exportadores-intermediarios	
8% Comerciantes e supermercados	
3% Pequenos produtores	

Adaptado do Informe de Café de Oxfam Internacional 2002, Sodepau, Setem.
A partir do prezo de venda dun paquete de café nun país europeo.



5 Observa a táboa seguinte, le as informacións, volve mira-lo gráfico do prezo internacional do café e responde: ¿de onde sae o beneficio das grandes empresas?

SABÍAS QUE

As empresas multinacionais cómpranlle-lo gran de café ós exportadores ou ós intermediarios, transfórmano e comercialízano. No noso país o mercado do café está en mans dunhas poucas empresas. Estas empresas compran aproximadamente o 60% do café do mundo. Cada vez é máis difícil que unha pequena empresa poida seguir vendendo café.

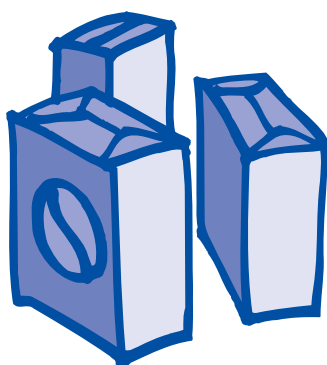
Starbucks, o negocio xigante do café, anunciou un aumento dos seus beneficios nun 41% durante o primeiro trimestre de 2001

TÁBOA DE PREZO DO CAFÉ POLO MIÚDO:

1998	1,47 euros
1999	1,40 euros
2000	1,30 euros
2001	1,16 euros
2002	1,27 euros


Prezo medio dun paquete de café de 250 gr. de distintas marcas vendido en comercios da cidade de Barcelona.

6 Completa a táboa co nome das multinacionais propietarias das marcas de café máis coñecidas no noso país



Marca	Propiedade de
MARCILLA	
SAIMAZA	
EKO	
SOLEY	
NESCAFÉ	
BONKA	

OS CONSUMIDORES E CONSUMIDORAS



Ós consumidores dos países ricos ou do Norte vainos ben que o prezo do café non aumente demasiado, a pesar das consecuencias que iso implica para os campesiños pequenos produtores como Tatu e os seus fillos.

Non tódolos que resultamos beneficiados con ese comercio inxusto quedamos como se non pasase nada.



CONSUMO CRÍTICO E RESPONSABLE

Esa actitude do consumidor que quere saber de ónde procede o que compra, cómo é a vida do que o fai, se se respecta o medio ambiente e, sobre todo, se se respectan os dereitos dos traballadores e traballadoras.

Pero non é fácil conseguir toda esa información. Sen embargo, se buscamos ben, poderemos encontrar algúns datos.

7 Xogamos a investigadores

Tédesvos que dividir en grupos. Uns buscaredes información sobre as denuncias que lles fixeron ás multinacionais do café, do exercicio 6, sobre a vulneración dos dereitos laborais. Outros, sobre as agresións medioambientais. Outros podedes facer un esquema de cada multinacional, e sinalar cál é a casa nai e qué empresas dependen dela. E outros podedes facer unha lisa de marcas propiedade de cada multinacional, sinala-las que coñecedes e agrupalas por sectores. Para obter esta información podedes empezar a navegar en www.transnationale.org

8 Le as características do Comercio Xusto e completa o cadro, sinalando as diferencias que hai en relación ó actual Comercio Internacional do café.

COMERCIO XUSTO

É a iniciativa que pretende evita-la inxustiza do comercio actual entre os países do Norte enriquecidos e os do Sur empobrecidos.

Comercio Xusto	Comercio Internacional
Os produtos cómpranse o máis directamente posible ós seus produtores, que habitualmente son cooperativas. Págaselles un prezo xusto que lles permita vivir dignamente.	Compra-venda a través de intermediarios e especuladores.
O prezo fíxase de acordo coas cooperativas, segundo os custos de produción e a cantidade de traballo realizado.	
Parte da produción (ata un 60%) págase por adiantado para poder investir en desenvolvemento social.	
Contratos a longo prazo, que garantan a venda do produto durante moito tempo.	
Pomoción da igualdade laboral entre homes e mulleres, e rexeitamento da explotación infantil.	
Fomento dun proceso de produción respectuoso co medio ambiente.	
Asesoramento, formación e apoio técnico ós produtores.	
Relación máis ética entre os produtores do Terceiro Mundo e os consumidores do Primeiro e así rompe-la dependencia económica.	
Información ós consumidores sobre as condicións de produción.	

E NÓS, ¿QUE PODEMOS FACER?

Participa na campaña

COMERCIO CON XUSTIZA

www.comercioconjusticia.com

¿Como?

- Entra en www.comercioconjusticia.com e apúntate á campaña, serás un máis xunto ós miles de persoas de todo o mundo que queremos cambia-las regras do comercio.

¡¡¡¡Convida ós teus pais, amigos e amigas, podédesvos adherir todos!!!

- Envía as túas postais ás empresas que che propoñemos na web. Queremos conseguir que as grandes compañías, accions para asegurar que os productos de café reciben un prezo digno.

Así, entre todos, poderemos cambia-las regras do comercio.



¡¡¡AGARDÁMOSVOS!!!