



Las trampas del comercio internacional

ESO

Guía didáctica

Ferran Polo | Mireia Claverol | Maria Rico

$$7 + 3 = 1$$

**Las trampas del comercio internacional**  
Guía didáctica ESO



*Las trampas del comercio internacional*

Dirección de la colección: Raquel León

Consejo asesor: M<sup>a</sup> Àngels Alié, Carme Batet, Mireia Claverol, Anna Conangla, Montse López, Juan Manuel Matos, Laura Mendoza, Elena Millá, José Palos, Ferran Polo, Vanessa Quintana, Maria Rico

Coordinación de la producción: Elisa Sarsanedas

Diseño de cubierta e interiores: Lluís Torres

1ª edición: junio 2003

© Autoría: Ferran Polo, Mireia Claverol, Maria Rico

© Intermón Oxfam

Roger de Llúria, 15. 08010 Barcelona

Tel (93) 482 07 00. Fax (93) 482 07 07. e-mail: [info@IntermonOxfam.org](mailto:info@IntermonOxfam.org)

ISBN: 84-8452-217-2

Depósito legal: B-26.256-2003

Realización: MC producció editorial / Pàgina 98

Impresión: EGS, Rosario, 2 (Barcelona)

Impreso en España

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento.

Impreso en papel exento de cloro.

# Índice

<b>1</b>	<b>Presentación</b> .....	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>Localización en el currículum de la ESO</b> .....	<b>7</b>
	Objetivos generales	
<b>3</b>	<b>Objetivos didácticos</b> .....	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>Orientaciones para la intervención didáctica</b> .....	<b>9</b>
	4.1 Estructura de los bloques temáticos	
	4.2 Enfoque educativo	
	4.3 Orientaciones generales	
<b>5</b>	<b>Mapa conceptual</b> .....	<b>14</b>
<b>6</b>	<b>Secuencias y tiempo</b> .....	<b>16</b>
<b>7</b>	<b>Actividades de enseñanza-aprendizaje</b> .....	<b>17</b>
	Objetivos por actividades	
	Descripción de la actividad	
	Pautas de intervención pedagógica	
<b>8</b>	<b>Evaluación</b> .....	<b>38</b>
<b>9</b>	<b>Bibliografía, recursos y direcciones</b> .....	<b>39</b>

Hay una paradoja de fondo en el comercio internacional. En el mundo globalizado de comienzos del siglo XXI, el comercio es una de las fuerzas más poderosas que relacionan las vidas de todos nosotros. Es también una fuente de transmisión de riqueza sin precedentes en la que, sin embargo, se deja atrás a millones de las personas más pobres del mundo. El aumento de la prosperidad en las naciones industrializadas ha ido de la mano de un predominio de las masas de pobreza en otras zonas: las desigualdades entre países ricos y pobres, ya inmorales antes de que empezara en serio la liberalización, se están profundizando aún más. El comercio mundial ofrece el potencial de actuar como una poderosa fuerza para reducir la pobreza, así como para conseguir un crecimiento económico, pero ese potencial se está desaprovechando. El problema no estriba en que el comercio internacional se oponga inherentemente a las necesidades e intereses de los pobres, sino que las normas que lo rigen están elaboradas en favor de los ricos.

El coste humano de un comercio injusto es inmenso. Si África, América Latina y el este y el sur de Asia vieran incrementada en un uno por ciento respectivamente su participación en las exportaciones mundiales, el aumento resultante de sus ingresos podría liberar a 128 millones de personas de la pobreza. Esa reducción de la pobreza contribuiría a mejorar otras áreas como la salud infantil y la educación.

En su discurso, los gobiernos de los países ricos insisten constantemente en su compromiso con la reducción de la pobreza. Pese a ello, esos mismos gobiernos utilizan sus políticas comerciales para llevar a cabo lo que viene a ser un robo: saquear a los pobres para dárselo a los ricos. Cuando los países en desarrollo exportan a los mercados de los ricos, se enfrentan a barreras arancelarias cuatro veces superiores a las que encuentran los países ricos. Esas barreras cuestan a los países en desarrollo 100.000 millones de dólares anuales, el doble de lo que reciben en concepto de ayuda. Se pueden encontrar diversas expresiones políticas para describir el comportamiento de los gobiernos de países ricos, pero la cruda realidad es que sus políticas están causando un enorme sufrimiento a los pobres del mundo. Cuando los países ricos dejan a los pobres fuera de sus mercados, les cierran la puerta a una salida para escapar de la pobreza.

La falta de acceso a los mercados no es un ejemplo aislado de norma comercial injusta o de doble rasero en los países ricos. Mientras que éstos mantienen sus mercados cerrados, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial han presionado a los países pobres para que abran los suyos de golpe, a menudo con consecuencias perjudiciales para las comunidades pobres. La comunidad internacional no ha abordado seriamente el problema de los precios bajos e inestables de las materias primas, que arrastran a millones de personas a la pobreza. Mientras tanto, se ha dejado libertad a las poderosas empresas transnacionales para realizar inversiones y utilizar prácticas laborales que contribuyen a generar pobreza e inseguridad, sin más trabas que unas débiles directrices voluntarias. Otra parte del problema es la Organización Mundial del Comercio (OMC). Muchas de sus normas sobre propiedad intelectual, inversiones y servicios protegen los intereses de los países ricos y de las poderosas empresas transnacionales, al tiempo que imponen enormes costes a los países en desarrollo. La inclinación de la OMC hacia los intereses de los países ricos y las grandes empresas suscita cuestiones fundamentales sobre su legitimidad.

La reforma del comercio mundial es sólo uno de los requisitos para acabar con las profundas injusticias sociales que acompañan a la globalización. También hacen falta acciones para ampliar las oportunidades —y reducir las desigualdades— en ámbitos como la salud, la educación y la distribución de la riqueza. Sin embargo, las normas que rigen el comercio internacional son una parte fundamental del problema de la pobreza. Hacen falta profundas reformas para hacer de ellas parte de la solución.

## Objetivos generales

1. Conocer los procesos y mecanismos básicos que rigen los hechos sociales y utilizar este conocimiento para comprender el pasado y la organización de las sociedades.
2. Adquirir y emplear con precisión y rigor el vocabulario específico. Seleccionar información con los métodos y las técnicas propios de la geografía y de la historia, para explicar las causas y consecuencias de los problemas y para comprender el pasado histórico y el espacio geográfico.
3. Utilizar las imágenes y las representaciones cartográficas para identificar y localizar objetos y hechos geográficos y explicar su distribución a distintas escalas, con especial atención al territorio español. Utilizar, asimismo, otras fuentes geográficas de información, textos escritos, series estadísticas, gráficos e imágenes, y elaborar croquis y gráficos sencillos.
4. Identificar los elementos del medio físico y describir y caracterizar los principales medios naturales y su distribución. Analizar la utilización de los recursos por los grupos sociales y valorar las consecuencias ambientales.
5. Describir un espacio geográfico y señalar sus características. Identificar los espacios rurales, industriales, de servicios y urbanos.
6. Identificar y localizar en el tiempo y en el espacio los procesos y los acontecimientos relevantes, con el fin de adquirir una perspectiva global de la evolución histórica de la humanidad, dentro de un marco cronológico preciso y de un esquema de fechas clave, distinguiendo dentro de la evolución histórica las nociones de cambio y permanencia.
7. Comprender la interrelación de los factores multicausales que explican la evolución de las sociedades humanas, así como el papel desempeñado en ese proceso por colectividades y grandes personalidades, evitando una visión reduccionista de la historia.
8. Comprender y analizar de modo crítico los principales problemas morales de nuestro tiempo.
9. Entender el valor objetivo de los principales conceptos éticos como fundamento de los comportamientos y juicios morales.
10. Comprender y valorar la democracia, los valores que representa y su significado moral como ámbito en el que son posibles distintos proyectos éticos.

# 3

## Objetivos didácticos

1. Reflexionar sobre el nivel de consumo propio relacionándolo con la cobertura de necesidades y/o de deseos, y reconociendo a la vez su creciente sofisticación estimulada por la publicidad.
2. Identificar el sentido actual del comercio como un medio de acumulación de riqueza en lugar de ser un mecanismo para cubrir necesidades.
3. Conocer algunas reglas del comercio internacional y los principales organismos multilaterales que las controlan.
4. Reconocer las ventajas y las desventajas que comporta el libre comercio y el proteccionismo.
5. Identificar los diferentes actores que intervienen en las relaciones de poder del mundo actual, reconociendo los papeles de cada uno de ellos.
6. Familiarizarse con conceptos económicos como *dumping*, patente, costes de producción, importación, exportación, deuda, balanza comercial, arancel...
7. Descubrir la feminización de la pobreza.
8. Reflexionar y tomar postura ante el dilema de las patentes de medicamentos.
9. Conocer diferentes acciones de la sociedad civil que han conseguido pequeños pasos hacia un mundo más justo.
10. Participar como ciudadanos y ciudadanas activos y solidarios en las propuestas de movilización y sensibilización que se proponen desde la sociedad civil.

# Orientaciones para la intervención didáctica

## 4.1 Estructura de los bloques temáticos

Esta unidad didáctica se plantea como un proceso de información y reflexión dirigido a la acción, y se estructura en cuatro apartados vinculados a través de una línea concreta de razonamiento.

- **Satisfacer necesidades**

En el primer bloque se estudia el concepto de “necesidad”. Creemos que, en nuestras ricas sociedades del Norte, a menudo confundimos lo que son necesidades básicas con los deseos. Deseos de poseer gran cantidad de bienes o de utilizar innumerables servicios de los que podríamos prescindir sin que por ello peligrara nuestra integridad física y/o social.

Además, se plantea también que las auténticas necesidades son siempre vitales y que, en consecuencia, deben estar legalmente cubiertas, es decir, deben ser pensadas en términos de derechos humanos universales, inalienables e imprescriptibles.

Para finalizar, abordamos la explicación del gran aumento del comercio internacional en clave de sofisticación en cuanto a nuestros gustos como consumidores.

- **Pequeña historia del comercio**

En este segundo bloque se presenta una pequeña historia de la evolución de las formas del comercio desde sus inicios hasta la actualidad. Utilizando un lenguaje sencillo, a través de un cómic, se establece el cambio de paradigma que sitúa al comercio desde unos intercambios simples y directos hasta la complejidad de la situación actual. La idea básica que se pretende evidenciar es la del cambio absoluto de la lógica interna del comercio.

En un principio se trataba de obtener aquellos productos de los que se carecía, intercambiándolos por los excedentes (mercancía-mercancía, M-M). Hoy el comercio ya no tiene este objetivo, sino que sirve básicamente para que las grandes compañías transnacionales acumulen riqueza y poder.

- **El comercio hoy**

En este bloque, considerado el núcleo de la unidad didáctica, se pretende mostrar una pequeña parte de la complejidad del comercio internacional, resaltando los distintos agentes que intervienen en él, tanto directa como indirectamente, así como los ganadores y los perdedores de sus injustas reglas.

Como es un tema muy complejo para nuestro alumnado, se ha optado por presentarlo a través de distintos productos separadamente.

Con el azúcar abordamos el problema del *dumping*; con los medicamentos, el de las patentes; y con el de las flores y las camisetas, el de derechos laborales y género.

Para darle un sentido analítico global, hemos intercalado el estudio de las instituciones reguladoras de este comercio y el trabajo sobre un posible mapa conceptual que puede ayudarnos a realizar esa lectura global compleja.

El orden de presentación obedece a la necesidad de ir introduciendo escalonadamente los distintos conceptos económicos que mínimamente se requieren para tener esa visión global deseable.

- **Si cambiamos las reglas, otro mundo es posible**

En el último apartado se abordan las alternativas que desde la sociedad civil se plantean de manera individual, colectiva, local y global.

Es esta sociedad civil organizada y creciente la que entiende que la erradicación de la pobreza es posible y que hay recursos suficientes para ello. Sólo depende de la voluntad política de nuestros gobernantes. Por eso, como ciudadanos globales tenemos que presionar para que cambien las reglas del comercio internacional, pues es uno de los requisitos básicos para llegar a otro mundo posible.

## 4.2 Enfoque educativo

En principio los apartados y sus actividades correspondientes se han pensado para trabajarlos sucesivamente. Primero se empieza por las actividades de introducción y se va avanzando en función del discurso lógico mencionado anteriormente. No obstante, los bloques permiten un trabajo independiente y pueden abordarse de manera aislada. Cada bloque presenta actividades de introducción, de reflexión, de análisis y de compromiso, y termina con actividades concebidas para servir de evaluación en función de los objetivos que el docente se haya marcado inicialmente.

Asimismo, el conjunto de las actividades propuestas combina el trabajo de reflexión individual con el trabajado en grupo, la puesta en común y el debate. En ambos casos es necesario que el docente ofrezca una presentación general del tema, así como una síntesis y una recapitulación al final del trabajo.

La metodología utilizada a lo largo de las diferentes actividades es variada y dinámica. Se usan diversas técnicas, como el mural-collage, la lluvia de ideas, el póster, el cómic, el dilema moral, el barómetro de clase, etc. Partimos de un enfoque de la educación entendida como:

- Una **educación participativa** que pretende fomentar actitudes cooperativas, y no competitivas, mediante el trabajo en grupos. En este sentido se plantea el conocimiento, no como acto individual, sino como fenómeno social.
- Una **educación que parte de la experimentación** con el objetivo de fomentar un pensamiento crítico y creativo. Para ello se utilizan estrategias como la investigación activa.
- Una **educación que plantea el conflicto** como un elemento favorecedor del aprendizaje. De esta manera, se establece un vínculo entre el conocimiento y la acción cuyo objetivo es invitar al compromiso.

## 4.3 Orientaciones generales

En el apartado correspondiente a las actividades de aprendizaje encontraréis orientaciones más concretas para cada actividad.

No obstante, siendo conscientes de la dificultad que entraña para el profesorado abordar estos temas, así como el iniciarse en actividades, a veces, fuera de las propiamente académicas, os ofrecemos una pautas metodológicas de carácter general para tener presente siempre que quieran trabajarse aspectos relacionados con los países del Sur.

### • Interdependencia

La interdependencia deberá evidenciarse, ya que los conflictos derivados de las relaciones entre Norte y Sur pueden abordarse desde muchos ámbitos significativos, como el consumo cotidiano, la mujer, la guerra, la droga, el cambio climático, etc., pero también desde realidades más cercanas al alumnado, como la casa, el barrio, la escuela o el trabajo, tanto físicas como culturales, ya sea música, pósters, graffiti, programas de televisión o deportes, e incluso existenciales, como relaciones interpersonales, familiares o experiencias vitales.

Cualquier punto de partida, por lejano que sea, nos pone en contacto con las situaciones planetarias, a través de la formulación de los interrogantes adecuados: enseñar a leer el conflicto Norte-Sur desde la clase supone aprender a hacer preguntas a los objetos, imágenes, hechos y sentimientos que nos rodean.

Eso significa que la hamburguesa *macdonaldizada* que devoramos está íntimamente relacionada con el cambio climático en nuestro planeta.

○ que las deportivas que calzamos pueden estar relacionadas con la explotación infantil.

○ que la disminución de cacao en el chocolate que consumimos conlleva el empobrecimiento de un gran número de familias.

○ que la exigencia del cobro de la deuda externa implica un conjunto de medidas económicas para muchos países que llevan a las privatizaciones y al consecuente aumento de la pobreza y de la exclusión para millones de personas.

Este mundo globalizado, interdependiente, está regido por el mercado. Pero el mercado nos lleva a no tener en cuenta el bienestar de las personas productoras de lo que consumimos o de las consumidoras de lo que producimos o a despreocuparnos de quienes viven junto a nosotros en nuestra propia comunidad.

Frente a esta cultura del individualismo y de la competencia, existe la posibilidad de otra cultura: la de la solidaridad y la cooperación. Otra cultura que se rija por los tres principios generadores de los derechos humanos: el de la libertad, puesto que todo individuo tiene derecho a una vida digna en todos sus aspectos; el de la igualdad de oportunidades, para asegurar esa libertad; el de la equidad en el reparto justo de la riqueza, sin el que los otros dos principios son meras palabras.

Hay muchas situaciones en el entorno inmediato que permiten reconocer lo que significa la pobreza planetaria. Estas situaciones permiten crear interdependencias y conexiones (hay un Sur en el Norte y un Norte en el Sur). Las causas de la pobreza son las mismas, pero la evidencia del empobrecimiento es mucho mayor y más grave en el Sur, cualitativa y cuantitativamente.

Los temas que presentamos constituyen aspectos de la realidad mundial a los que difícilmente puede dar respuesta un área específica de la ciencia. Avanzar en temas tan complejos como el de las relaciones Norte-Sur sólo será posible desde una metodología globalizadora.

#### • Código de imágenes

Toda persona se debe presentar como un ser humano, y las informaciones, suficientes como para definir su medio ambiente social, cultural y económico, deben presentarse con el fin de preservar su identidad cultural y su dignidad.

- La cultura debe presentarse como una palanca para el desarrollo de los pueblos del Tercer Mundo.
- Hay que utilizar los testimonios de las personas interesadas preferentemente a las interpretaciones de terceros.
- Las causas de la pobreza (políticas, estructurales, naturales) deben exponerse en el mensaje. El mensaje lleva a descubrir la historia y la situación real del Tercer Mundo.
- Conscientes del pasado, es necesario partir de la realidad de hoy y ver qué puede hacerse para suprimir las condiciones de extrema pobreza y opresión.
- Hay que subrayar los problemas de poder y de intereses y denunciar los medios de opresión, así como las injusticias.
- Es preciso velar para que el mensaje evite toda clase de discriminación (racial, sexual, cultural, religiosa, socioeconómica...).
- La descripción de las personas del Tercer Mundo como dependientes, pobres y sin poder se aplica tanto más a las mujeres a las que se presenta más a menudo como víctimas dependientes o, peor aún, a las que se olvida completamente.

#### • Evitemos esquemas eurocentristas

Sería necesario evitar percepciones de superioridad o paternalismo en el momento de valorar desde una posición dominante otras realidades diferentes de la nuestra tanto por las imágenes como por el discurso didáctico:

- Cuando se utilizan indicadores que definen el grado de pobreza o riqueza y que tantas falacias y prejuicios esconden.
- Cuando se presentan hechos dramáticos, catastróficos o idílicos como si fueran las únicas realidades del Sur.
- Cuando sólo se trabajan aquellos hechos que repercuten positiva o negativamente en el Norte.
- Cuando se presentan situaciones como si toda la responsabilidad fuera de los países del Norte en abstracto y los habitantes del Sur fueran meros espectadores pasivos de su calamitosa situación, gestada siempre desde fuera y desde arriba.
- Cuando se atribuyen las situaciones de guerra, violencia, miseria a la maldad genética o moral del ser humano, potenciada por situaciones primitivas y tribales, sin profundizar en las causas que alimentan estas reacciones.

Es conveniente potenciar la revisión y la autocrítica de nuestros actuales modelos sociales.

El Sur engloba realidades muy diversas tanto entre los distintos países como en cada uno de ellos. Debemos evitar las homogeneizaciones simplificadoras y las generalizaciones, y potenciar la diversidad.

- **Prestemos atención al currículum oculto**

Se recomienda estar atentos al currículum oculto que se transmite entre las personas, a través de los materiales (libros, textos...), de la organización escolar (temporal, espacial, disciplinar...) y de las relaciones (valores, actitudes, conductas...).

Asimismo, es positivo crear un clima de confianza en el aula, un sentimiento de pertenencia al grupo, el compartir intereses y necesidades, como ingredientes imprescindibles para trabajar en democracia.

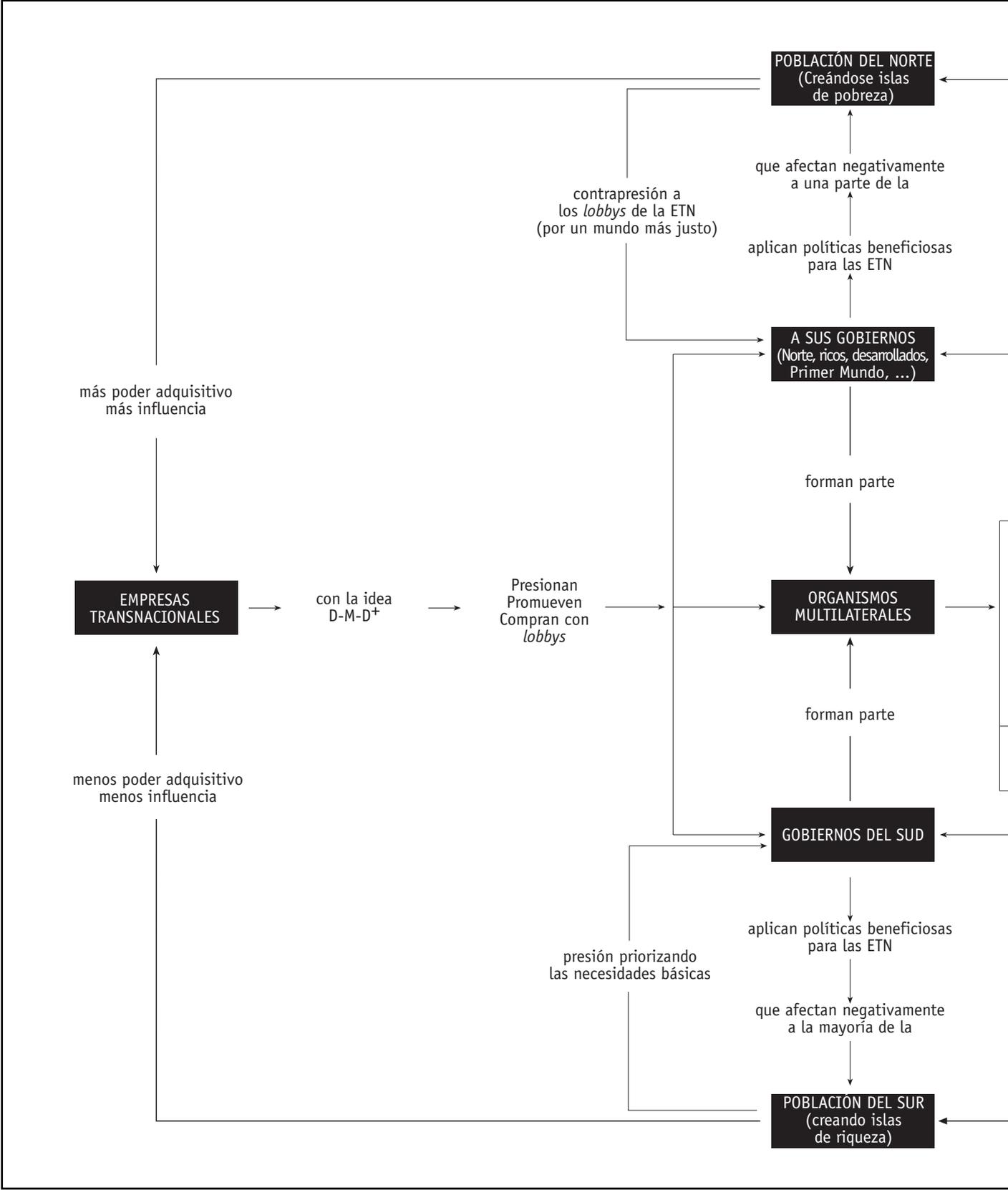
- **Orientamos al compromiso y a la acción**

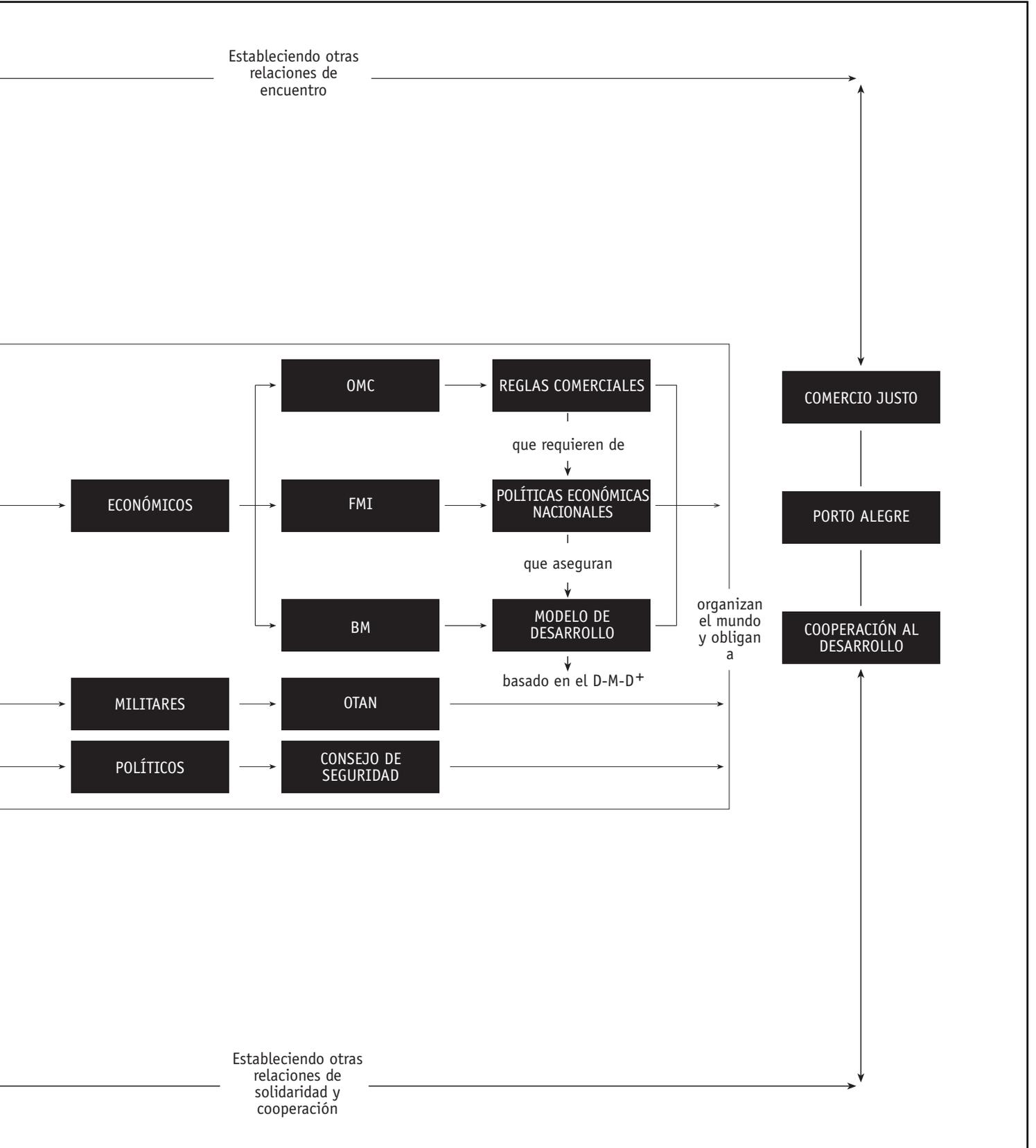
También se recomienda crear espacios para la vivencia positiva de la solidaridad.

Asimismo, hablar de orientación al compromiso y a la solidaridad nos lleva a hablar de la propia acción educativa y de los objetivos de ésta. Para ejercitar la solidaridad es necesario vivirla; por eso, se deben aportar informaciones y testimonios centrados en personas que individual o colectivamente viven, padecen, resisten y se enfrentan a las situaciones globales que se les imponen.

Además, es importante alentar al alumnado a tomar decisiones y participar en acciones que incidan en su entorno inmediato. Ello no impedirá que a la vez podamos emprender actuaciones frente a problemas de carácter más amplio en el ámbito nacional o internacional.

# 5 Mapa conceptual





## 6

## Secuencias y tiempo

Bloque de actividades	Actividad	Horas actividad	Horas bloque
1. Satisfacer necesidades	1.0 Conceptos previos	1/4	5
	1.1 ¿Qué necesitas tú?	1 3/4	
	1.2 Necesidades o deseos	1	
	1.3 Necesidades o derechos	3/4	
	1.4 Consumidores sofisticados	1 1/4	
2. Pequeña historia del comercio	2.1 1.ª Etapa M-M		2
	2.2 2.ª Etapa M-D-M		
	2.3 3.ª Etapa D-M-D <sup>+</sup>		
3. El comercio hoy	3.1 Negociación de alto nivel	2	12
	3.2 La realidad supera el juego		
	3.2.1 La estafa más dulce	3	
	3.2.2 Los que organizan la economía mundial	2	
	3.2.3 Negociar con el derecho a la salud	3	
	3.2.4 Reagrupar la información	1	
	3.2.5 Las flores y las camisetas: femenino, plural	1	
4. Si cambiamos las reglas, otro mundo es posible	4.1 Sí que se puede	2	3
	4.2 Manos a la obra	1	
	Total		22

## 1.0 Conceptos previos. Actividad 0

**Objetivos**

- Hacer aflorar las ideas previas sobre los conceptos de “producción” y “consumo”.
- Potenciar la participación ordenada y el diálogo en clase.
- Distinguir entre bien y servicio en relación con la satisfacción de las necesidades.

**Descripción**

Es una actividad de 15 minutos de duración.

A partir de algunas preguntas pretendemos que, de forma oral y colectiva, los alumnos se introduzcan en los conceptos básicos que les permitan realizar el resto de actividades de este apartado.

- ¿Qué diferencia hay entre producir y consumir?
- ¿Qué son los bienes y los servicios?
- ¿En qué se parecen y en qué se diferencian?
- ¿Qué tipo de necesidades cubrimos con los bienes que consumimos?

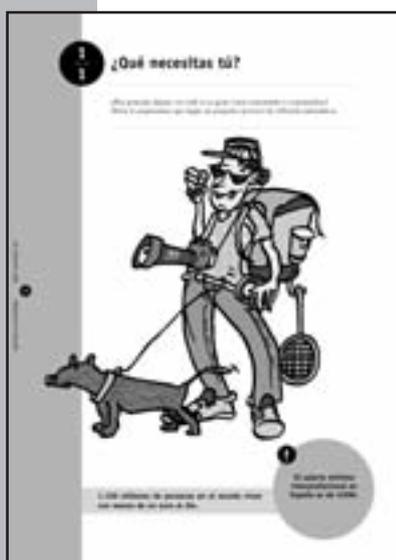
**Pautas de intervención pedagógica**

En el diálogo propuesto hemos de conseguir que afloren los conceptos de producción y consumo. Los alumnos deben percatarse de que los adultos son ambas cosas: productores y consumidores; mientras que ellos sólo son consumidores.

Otro aspecto que procuraremos clarificar es que tanto los bienes como los servicios son indispensables para cubrir nuestras necesidades, principalmente las **biológicas** (comer, dormir, vestirnos...) y las **sociales** (relacionarse, trasladarse, estudiar...), en eso se parecen.

Podemos provocar que ellos mismos maticen la diferencia entre un **bien** que es un **producto** de carácter material y tangible (se puede tocar, medir, contar...) a la vez que puede acumularse para ser consumido más adelante y un **servicio** que es una **actividad** de naturaleza inmaterial (por ejemplo, un viaje, recibir clases, una visita al médico...), siendo de consumo inmediato.

## 1.1 ¿Qué necesitas tú?



### Objetivos

- Concienciar al alumnado de su grado de consumo, a partir de la propia cuantificación de los productos que consume.
- Descubrir que una buena parte de su consumo no sirve para cubrir necesidades básicas.

### Descripción

Esta actividad está pensada para dos sesiones: la primera de 45 minutos (con la actividad 0 completaría una sesión) y la segunda de una hora de duración. Propondremos al alumnado que haga una lista de los bienes y servicios que consume en un mes y haremos que calcule el gasto que representa. Al mismo tiempo le haremos reflexionar sobre hasta qué punto considera indispensables o prescindibles los bienes y servicios referenciados.

### Pautas de intervención pedagógica

#### Primer ejercicio

Dibujaremos el cuadro en la pizarra y dejaremos un tiempo para que rellenen individualmente la lista de los bienes y servicios. Luego haremos una puesta en común entre toda la clase. Indicaremos que la lista es orientativa para toda la clase en general, pero que es posible que haya algunas discrepancias, ya que las listas no tienen por qué coincidir exactamente. No obstante consideramos que deberían aparecer en todas las listas los siguientes ítems:

- alimentación (desayuno, merienda...)
- transporte
- chucherías (pipas, chicles, caramelos...)
- vestido y calzado (su consumo anual aproximado se puede dividir entre doce meses)
- teléfono móvil
- material escolar, libros de texto, de lectura...
- revistas
- discos, música
- ocio (cine, discoteca...)
- gastos de la casa (agua, luz, gas, teléfono...). Pueden preguntar en casa y hacer un cálculo aproximado por unidad familiar y mes.

Es posible que salgan otros consumos como tabaco, actividades deportivas o lúdicas, peluquería, imagen personal... de las que siempre deberán calcular el consumo mensual.

No se trata de hacer un cálculo exhaustivo, sino una aproximación, para que a partir de ella sean conscientes del valor real de su consumo (sus gastos reales).

Como algunos datos deben obtenerlos en casa, el ejercicio, aunque puede iniciarse en el aula, tendrá que terminarse forzosamente en casa. En la sesión siguiente haremos la puesta en común. A partir de los gastos de cada alumno podemos realizar distintas actividades: establecer comparaciones, hacer la media del consumo del grupo clase, comparar con la información de los recuadros (por ejemplo, con los 450 euros del salario interprofesional), etc.

#### Segundo ejercicio

Se plantea la justificación de las necesidades imprescindibles, una vez lo hayan resuelto individualmente, estableceremos un diálogo en el aula procurando que participen todos los alumnos y alumnas. El profesorado debe desempeñar el papel de dinamizador provocando en todo momento la reflexión y el debate.

En esta actividad no distinguimos entre el primero y el segundo ciclo, aunque es evidente que el nivel de profundización será distinto según la edad del grupo clase.

## 1.2 Necesidades o deseos



### Objetivos

- Distinguir entre necesidad y deseo.
- Reflexionar sobre cómo influye la publicidad en la formación de deseos y en que éstos se conviertan en necesidades.
- La publicidad como creadora y potenciadora de deseos.

### Descripción

Es una actividad de una hora de duración.

Este apartado consta de dos ejercicios. En el primero, se le propone al alumnado que a través de un debate llegue al máximo acuerdo sobre los conceptos de “necesidad” y “deseo”. Básicamente lo que se pretende es valorar la capacidad de argumentación a lo largo del proceso de contraposición de ambos términos.

En el segundo ejercicio, se presenta un análisis práctico y muy pautado de una imagen publicitaria.

### Pautas de intervención pedagógica

Por lo que se refiere al primer ejercicio, dejaremos que el alumnado participe activamente en la defensa de sus principios, aunque no coincidamos con ellos. De la lista del ejercicio anterior hemos de llegar a consensuar una única lista, que escribiremos en la pizarra, elemento a elemento.

### Necesidades o deseos

Sobre la influencia de la publicidad convendría distinguir aquella que tiende a “crearnos” nuevos deseos (caso de la Coca-Cola como sustituto de otra bebida que sacie nuestra sed), de la que aprovechándose de deseos más o menos innatos (forman parte de un grupo, autoestima, reafirmación del yo, consolidación de estatus, ...) nos induce a consumir productos que previsiblemente satisfarán ese deseo (caso del móvil, ya que sin él no podremos formar parte del grupo –conviene recordar los primeros anuncios de este producto).

La publicidad no vende sólo productos (alimentos, ropa, perfume, ...) sino que vende sentimientos y valores asociados a esos productos (salud, estilo, belleza, juventud, relaciones, amor, ...).

Para profundizar más en el análisis de anuncios publicitarios, os facilitamos la siguiente pauta que nos permite acercarnos tanto a su aspecto formal como conceptual.

**Análisis objetivo:** Explicamos sólo lo que vemos sin hacer ninguna suposición ni valoración.

Descripción del espacio:

- colores
- formas predominantes
- ambiente

Composición de la imagen:

- tipo de encuadre y de plano
- líneas
- sombras
- proyecciones (símbolos que haya en el fondo)

Descripción del personaje:

- aspecto físico
- vestuario
- postura y gestos

Descripción del texto:

- ubicación
- tipo de letra

**Análisis subjetivo:** Suposiciones y valoraciones sobre lo que nos comunica la imagen.

Sobre el espacio:

- ¿Cómo calificarías el espacio?, ¿lo conoces?, ¿es un espacio real?
- ¿Qué sensaciones te transmite?

Sobre la composición de la imagen:

- ¿Qué sensaciones te transmiten el tipo de plano, los colores, las sombras, etc.?

Sobre el personaje:

- ¿A quién representa este personaje?
- ¿Por qué se ha escogido a ese personaje (edad, sexo...) y no a otro?, ¿qué connotaciones tiene esta elección?, ¿te parece necesaria?

Sobre la información:

- ¿Cómo puedes identificar a quién se dirige la información?, ¿reconoces el logo que aparece en el anuncio?
- ¿Crees que es suficiente la información?, ¿qué podrías añadir?

Sensaciones y emociones:

- Explica qué sensaciones y emociones te provoca este anuncio, a primera vista. ¿Te llama la atención?
- ¿Crees que cumple su objetivo?

Queremos potenciar la idea de que en la publicidad no hay nada gratuito, sino que todo, formas, colores, personajes, texto..., forma parte del mismo mensaje persuasivo.

Podemos realizar este ejercicio tanto en el primer ciclo como en el segundo, aunque, naturalmente, el debate o la discusión se darán con menor o mayor profundidad.

## 1.3 Necesidades o derechos



### Objetivos

- Reconocer cuáles son las necesidades básicas (vitales) e identificarlas como derechos humanos universales.
- Ser conscientes de que, a pesar de su condición de derechos humanos, buena parte de ellos no se cumplen en muchos lugares del mundo.

### Descripción

Es una actividad de 45 minutos de duración.

A través del debate, proponemos reflexionar sobre la relación entre necesidades básicas y derechos, así como llegar a definir estos últimos, su plasmación e incumplimiento generalizado en muchas zonas del planeta.

### Pautas de intervención pedagógica

#### Primer ciclo

A partir de las ideas previas intentaremos que lleguen a concretar los derechos recogidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos de la ONU (derecho a la vida, a una vivienda digna, a la sanidad, a la educación, al trabajo...).

También se puede proponer recoger y seleccionar artículos del periódico en los que se ponga de manifiesto la vulneración de estos derechos, ver cuáles son y en que países se da esta situación.

### Segundo ciclo

Además de lo indicado para el primer ciclo, podemos pedir un trabajo de ampliación para hacerlo en casa. Deberán buscar la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU, de 1948 (en Internet o en la bibliografía) e identificarán los artículos que se refieren a la cobertura de las necesidades básicas o vitales. Por ejemplo, sin duda el derecho de asociación es muy importante, pero no lo consideraremos *vital* (aunque sin este derecho, a menudo, es difícil reivindicar el reconocimiento y defensa de otros).

## 1.4 Consumidores sofisticados



### Objetivos

- Darse cuenta de la mundialización del comercio favorecida por la deslocalización.
- Reconocer que muchos de los intercambios comerciales no responden a la carencia de un determinado producto sino al hecho del capricho consumista.

### Descripción

Esta actividad es de 15 minutos de duración para el planteamiento y la resolución del primer ejercicio (que se hará al finalizar el ejercicio anterior) y de 1 hora para la realización del mural.

Esta actividad la plantearemos en clase, de forma breve, como un pequeño trabajo de investigación que deberán llevar a cabo en su casa, para hacer una puesta en común en la siguiente sesión.

21

## Pautas de intervención pedagógica

### Primer ciclo

El mural propuesto podría hacerse sobre un mapamundi, en el que iríamos colocando, sobre los países de procedencia, las etiquetas o dibujos de lo que consumimos (el *made in*).

Sería interesante que el profesorado hiciera una breve explicación del concepto de **deslocalización**. Puede ser de especial ayuda la carpeta de recursos *Cambiar las reglas* en la que aparece la actividad “Historia de unos vaqueros” y “Educación ahora” (Cuaderno del alumno, págs. 48 y 49), y la *Guía didáctica* de Intermón Octaedro, Barcelona, 2000, pág. 31).

### Segundo ciclo

Las pautas del primer ciclo son también válidas para el segundo. Para enriquecer la actividad, además de buscar el *made in*, se puede proponer al alumnado averiguar cuál es la empresa propietaria de la marca y su país de origen. Para ello deberán consultar en Internet a través de [www.transnationale.org](http://www.transnationale.org).

## Pequeña historia del comercio



### Objetivos

- Identificar las distintas etapas del comercio a lo largo de la historia de la humanidad, relativizando los tiempos históricos en los que se han desarrollado.
- Reconocer que en un mismo momento histórico han coexistido y coexisten aún hoy diversas formas de comercio entre países y dentro del mismo país.
- Distinguir las ventajas y los inconvenientes de cada una de las distintas formas que adopta el comercio.
- Darse cuenta de que se ha perdido el sentido originario del comercio, que era cubrir necesidades básicas, y ha pasado a ser un sistema para la acumulación de riqueza.

### Descripción

Actividad de dos horas de duración.

Se trata de una actividad planteada en forma de cómic, que si bien está fraccionada en tres partes en la presentación: mercancía-mercancía (M-M), mercancía-dinero-mercancía (M-D-M) y dinero-mercancía-dinero (D-M-D<sup>+</sup>), forma, en realidad, un único bloque.

**En la primera etapa**, mercancía-mercancía, se plantea el *trueque* como la primera forma de comercio. Además se plantea un ejercicio de búsqueda en Internet para que descubran que esta forma de intercambio se practica todavía en nuestros días.

**En la segunda etapa**, mercancía-dinero-mercancía, se introduce el concepto de “dinero” distinguiéndolo del de “moneda” y, a través de preguntas de comprensión lectora, se pretende poner en evidencia que el precio de las mercancías (producidas) no se ajusta al trabajo realizado para producirlas, sino que depende de otros factores que el productor no puede controlar.

**En la tercera etapa**, dinero-mercancía-dinero, se introduce el concepto de acumulación identificándola como una de las principales causas de la pobreza. Las preguntas de este ejercicio encaminan al alumnado a identificar la fuerza de trabajo como una mercancía más, con el objetivo de facilitar y enriquecer el sentido de este concepto.

El bloque termina con un ejercicio de síntesis de los conceptos trabajados.

### Pautas de intervención pedagógica

Se propone una lectura colectiva guiada por el profesorado, adecuada para cada uno de los ciclos.

**En la primera etapa**, M-M, deberá subrayarse el hecho de que, aunque los grupos humanos prehistóricos eran muy autosuficientes, su ubicación geográfica limitaba la existencia de algunos materiales (pedernal, sal, ciertas pieles...) lo que provocaba la necesidad del trueque, que se acostumbraba a hacer en las reuniones anuales de los clanes. Al mismo tiempo cabe hacer hincapié en los inconvenientes del trueque (diversidad y cantidad de productos de intercambio, valoración de los productos, dificultad de transporte...). El ejercicio de pequeña investigación puede hacerse o bien a través de las páginas web de Internet o de las direcciones de organizaciones españolas que aparecen al final de este cuaderno.

Proponemos un trabajo en pequeño grupo en torno a tres cuestiones:

1. ¿Cuáles son los bienes y/o servicios objeto de trueque?
2. ¿Cuál es el sistema de funcionamiento de estas organizaciones?
3. ¿Cuántas personas participan en esta forma de comercio?

En las poblaciones en las que haya alguna de estas organizaciones, puede ser muy enriquecedor ponerse directamente en contacto con ellas para organizar una visita a sus locales o que algún representante vaya al centro para poder responder directamente las preguntas del alumnado.

**En la segunda etapa, M-D-M,** es muy importante distinguir entre dinero y moneda. Aunque la aparición del dinero vaya unida históricamente a la consolidación de los primeros estados, en el cómic, dada la atemporalidad de esta etapa, hemos optado por situar esta forma de intercambio en la actualidad.

En esta parte del cómic se empieza a poner de relieve que la valoración de la mercancía del productor ya no se hace con relación al trabajo invertido en su elaboración sino por otros criterios. Se trata de ir introduciendo la idea de que el concepto de “valor” (que recoge el esfuerzo o trabajo realizado para producir un producto) se sustituye por el de “precio” (que ya no guarda una relación con el trabajo invertido). Como decía Machado: es muy necio el que confunde valor y precio.

**En la tercera y última etapa, D-M-D<sup>+</sup>,** aparecen muchos conceptos de difícil comprensión para el alumnado, pero que consideramos básicos para entender el sistema económico actual. Por ello es preciso facilitar su asimilación, aunque tengamos que recurrir a la simplificación. De esta manera podremos definir:

### **Multinacionales**

Son grandes empresas que tienen habitualmente su sede y sus centros de investigación tecnológica en la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá o Japón. Producen gran cantidad de productos y reparten el proceso de producción en diferentes países del mundo. En la mayoría de estos países, del Tercer Mundo, no existe ningún tipo de regulación laboral sobre salarios mínimos, jornada laboral, seguridad social... ni tampoco legislación medioambiental (por lo que se puede contaminar impunemente). Las empresas multinacionales compran o subcontratan empresas en los países del Sur, que a menudo utilizan a niñas y niños como mano de obra, no pagan impuestos y tienen la libertad de dejar el país cuando les conviene. Los gobiernos de muchos de esos países no sólo aceptan esta situación, sino que la favorecen: ofrecen buenas condiciones a las multinacionales para que se instalen allí, inviertan capitales y generen divisas para poder pagar la deuda externa o cobrar comisiones corruptas.

### **Mercado**

Cualquier situación en la que se ponen en contacto la oferta (los productores y/o vendedores de bienes y servicios) y la demanda (los consumidores o compradores de estos bienes y servicios).

Para entender la definición, podemos poner un sencillo ejemplo: Nuestra clase va a ir de viaje de fin de curso. Queremos recoger dinero. Aprovechando una fiesta local, decidimos hacer unos pasteles para venderlos en la calle. Les pondremos **precio** teniendo en cuenta el coste de los ingredientes y el beneficio que queremos obtener, pero sin sobrepasar el precio medio de un producto similar de venta en las tiendas. Lo hacemos. Ponemos el tenderete en la calle y nos podemos encontrar con dos posibles situaciones:

1. Todos los centros escolares de la localidad han tenido la misma idea que nosotros (competencia). Hay muchos pasteles (oferta) y pocos compradores, porque se reparten entre todos los tenderetes (demanda).  
Para vender más, bajamos los precios.
2. Nuestra idea es exclusiva. Toda la gente de la localidad viene a comprar a nuestro tenderete. ¡Ésta es la nuestra! Subimos los precios, así ganaremos mucho más (mayor **beneficio**).

Este ejemplo sirve también para explicar los conceptos: **precio, beneficio y competencia.**

## Bolsa

En el texto se refiere a mercado de materias primas (no se refiere a la bolsa de valores). Los precios se fijan a partir de la compra y venta de grandes cantidades de un producto.

## Mercancía

A la palabra “mercancía” se le dan distintas interpretaciones: en el sistema M-D-M se le llama mercancía a cualquier producto que satisface una necesidad o deseo y que se obtiene a través de la compra y venta.

Cuando una persona no tiene nada que vender, para obtener las mercancías que necesita vende su fuerza de trabajo. El precio del trabajo como mercancía es el salario. En el sistema actual que opera bajo D-M-D<sup>+</sup> las mercancías las producen las empresas con el único objetivo de obtener un beneficio para quien pone inicialmente el dinero (capital). El vendedor no tiene interés en cubrir las necesidades del comprador, sino en obtener su beneficio.

Durante la lectura del cómic, podemos resaltar que el empresario puede poner el precio que quiere porque posiblemente controla todo el mercado, como nosotros la venta de pasteles en la segunda situación (**monopolio**).

Puede aprovecharse también para comentar el tema de la emigración del campo a la ciudad en los países del Tercer Mundo, o del Sur al Norte, provocada por la situación que se plantea en el cómic. Otro tema que se apunta y puede ser motivo de posteriores trabajos, principalmente para estudiantes de segundo ciclo, es el de las maquilas, a partir del cual se pueden tratar las condiciones laborales en determinadas zonas de los países menos desarrollados.

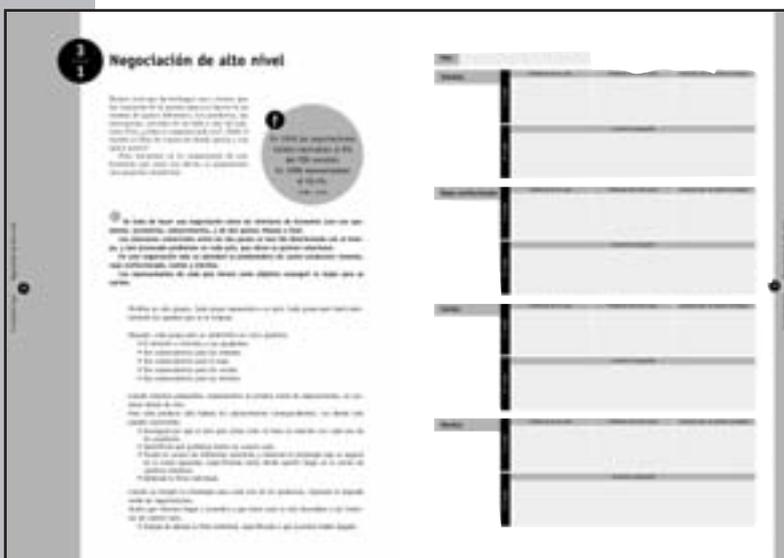
Finalmente, es conveniente reflexionar colectivamente sobre el hecho de que, en principio, cualquier productor tiene algo que vender. Cuando no es así, para cubrir nuestras necesidades sólo nos queda vender nuestra fuerza de trabajo. Y lo peor que nos puede pasar es que incluso no encontremos trabajo, que nuestra única “mercancía” que podamos vender no tenga ni precio ni mercado.

La última actividad se puede usar como ejercicio individual de evaluación **formativa**.

Los términos que deben llenar los huecos son los siguientes: cubrir las necesidades, trueque, dinero, moneda, bienes y servicios, acumulación, mercancías, fuerza de trabajo y salario.

## El comercio hoy

### 3.1 Negociación de alto nivel



#### Objetivos

- Entender que un conflicto se produce cuando dos partes tienen objetivos contrapuestos.
- Visualizar que el modo de resolver los conflictos hace necesaria una negociación para llegar a acuerdos. Para ello es imprescindible que ambas partes renuncien a algunos de sus intereses.
- Iniciarse en la comprensión de las negociaciones en materia de comercio internacional.
- Reconocer las situaciones en las que se produce libre comercio o proteccionismo en sus diferentes versiones.

## Descripción

Actividad de dos horas de duración.

Actividad planteada como un juego de simulación en la que dividimos la clase en dos grupos, representantes cada uno de ellos de un país distinto.

La primera hora la dedicaremos a la explicación del juego, el reparto de papeles y la realización de la primera ronda de negociaciones. En la segunda hora se completa la negociación (segunda ronda), se llega a acuerdos y se rellena individualmente la ficha de trabajo.

## Pautas de intervención pedagógica

### Presentación del juego:

- Para empezar, el profesorado deberá explicar en qué consiste la estructura del juego. Cada uno de los dos grupos representa a un país. Al frente de la delegación del país se encuentra el ministro de Economía, pero quienes llegan a acuerdos son los subsecretarios (técnicos especialistas en el tema).
- Se tiene que negociar sobre cuatro productos distintos: tomates, automóviles, ropa y teléfonos móviles. Cada uno de los cuatro productos debe tener sus propios negociadores (mínimo dos alumnos por grupo) que serán los encargados de defender los intereses y las posturas de su país. Quede claro, no obstante, que los posicionamientos para cada uno de los productos los discute y decide todo el grupo.
- En el momento de las rondas negociadoras sólo hablarán los negociadores correspondientes; el resto puede asesorarles, pero no puede intervenir directamente.
- Habrá dos rondas de negociaciones. En la primera, el objetivo es averiguar las razones o motivos que llevan al otro país a tomar posturas económicas que perjudican al tuyo. Una vez obtenida esa información, cada país, por separado, discute y debate esta información y prepara los acuerdos a los que pretende llegar.
- Es muy importante que el profesorado haga especial hincapié en que no se puede ir al todo o nada. Hay que marcarse unos mínimos que nos permitan llegar a acuerdos. Hay que hacer que el alumnado comprenda que conviene tener una visión global de los cuatro productos que intervienen en la negociación, para poder tener mayor capacidad de maniobra. Por ejemplo, podemos ceder en los tomates a cambio de ser más intransigentes con los móviles.

### Inicio del juego:

Para iniciar el juego cada miembro de un país deberá tener la ficha de los roles correspondientes a su país y **sólo esa**. Es decir, los representantes del país NIEPSE no deben acceder a la ficha del país ILATI y viceversa.

Cada país leerá la información correspondiente. El profesorado deberá ir aclarando los conceptos. Posiblemente será necesario concretar el significado de: arancel, importación, exportación, impuesto directo, impuesto indirecto y excedente; aunque algunos de esos conceptos se hayan trabajado ya dentro del currículum de ciencias sociales.

Clarificados los conceptos se inicia la primera ronda negociadora. Al finalizarla, las fichas de los países ILATI y NIEPSE reflejarán los distintos problemas.

### Primer ciclo

Para este ciclo proponemos negociar producto a producto y grupo a grupo para facilitar la negociación.

PAÍS: ILATI	1ª RONDA	
<i>Producto de discusión</i>	<i>Problema de tu país.</i>	<i>Acuerdo que se quiere conseguir.</i>
Tomates	No puedes exportar.	Que Niepse abra las fronteras a tus productos. Que desaparezca la prohibición. Que se supriman las barreras no arancelarias.
Ropa confeccionada	No tiene problemas.	Que se mantenga la situación, porque el Estado saca buenos ingresos del arancel.
Coches	Hay más demanda de utilitarios que oferta.	Que aumente el contingente.
Teléfonos móviles	No puedes exportar por culpa de los aranceles.	Que se supriman los aranceles.

PAÍS: NIEPSE	1ª RONDA	
<i>Producto de discusión</i>	<i>Problema de tu país.</i>	<i>Acuerdo que se quiere conseguir.</i>
Tomates	No te interesa importar tomates por presiones políticas.	Que se mantenga la actual situación de prohibición de entrada de este producto con excusas fitosanitarias.
Ropa confeccionada	Tiene problemas de exportación por culpa del arancel de ILATI.	Que se supriman los aranceles (librecambio).
Coches	Hay más demanda de monovolúmenes que oferta.	Que aumente el contingente.
Teléfonos móviles	Debe protegerse la incipiente industria nacional de móviles.	Que se mantengan los aranceles o incluso que se prohíba la importación.

En último término queda a criterio del profesor la mejor manera de desarrollar esta actividad en función de las características del grupo clase. Tenemos que llegar a que el alumnado sea capaz de entender el **libre comercio** y alguna de las distintas formas que puede presentar el **proteccionismo**:

- 1. Prohibición o barrera no arancelaria:** No se permite la importación de un producto con diversas justificaciones, la más usual se basa en las normas fitosanitarias o sanitarias que los productos importados supuestamente no cumplen.
- 2. Aranceles:** Son impuestos que se aplican a los productos que entran en un país (productos importados) que hacen que aumente su precio. Su objetivo, normalmente, es proteger a los productores locales de la competencia extranjera.
- 3. Contingentes:** Se permite importar cantidades fijas de un producto. A esa cantidad se le llama contingente (por ejemplo, se permite importar 1.000 automóviles de determinada marca).

Aparte de estas formas de proteccionismo existen otras como el *dumping* o las subvenciones de las que hablaremos más adelante en este cuaderno. En todo caso, es preciso recordar que el proteccionismo agrario de los países ricos les cuesta a los países empobrecidos la friolera de 100.000 millones de dólares al año, exactamente el doble de lo que reciben como ayuda al desarrollo.

## FICHAS DE LOS ROLES DE CADA PAÍS



### País NIEPSE

Los productores de tomates de tu país se quejan (ya han realizado huelgas, tractoradas, protestas...) de que los tomates que llegan de Ilati, al ser más baratos, les están haciendo la competencia y ellos no pueden vender su producción. Al sentirse presionado, tu gobierno decidió prohibir que los tomates de Ilati entrasen en tu país con la excusa de medidas fitosanitarias.

Las empresas textiles de tu país que fabrican ropa producen más de la que venden en el mercado interior. Por lo tanto, tienen necesidad de nuevos mercados en los que poder vender el excedente. Por ejemplo en Ilati, pero los gobernantes de ese país les ponen unos aranceles demasiado elevados. Lo que hace que su ropa tenga que venderse demasiado cara, y por tanto no puedan vender en ese país, o por lo menos tanto como quisieran.

Las empresas automovilísticas de tu país producen utilitarios para el consumo interno y para la exportación. Al mismo tiempo se importa una cantidad fija al año de monovolúmenes fabricados en Ilati. La demanda de monovolúmenes es cada vez mayor y si hubiera libre comercio se dejarían de comprar muchos utilitarios.

En tu país han comenzado a crearse empresas de producción de móviles que generan muchos puestos de trabajo. Hasta ahora los móviles que se fabricaban en Ilati eran los que los habitantes de tu país compraban. Para proteger la incipiente industria de los móviles en tu país, tu gobierno decidió poner unos aranceles a los móviles de importación. Así se conseguía que salieran más caros que los de producción interna.

27



### País ILATI

Los agricultores de tu país estaban muy contentos de poder vender sus tomates libremente en el mercado de Niepse, incluso teniendo que pagar el transporte. Eso hacía que hubiera más riqueza en tu país. Pero hace poco, el gobierno de Niepse prohibió la entrada de tomates llegados desde tu país, con la excusa de que no cumplían las normas fitosanitarias.

Como el gobierno de tu país sabe que sus habitantes necesitan ropa y que en Ilati no se produce la suficiente, encontró que una buena fuente de ingresos, a través de los impuestos indirectos, era cargar un porcentaje al precio de la ropa importada desde Niepse.

Las empresas automovilísticas de tu país producen monovolúmenes para el consumo interno y para la exportación. Al mismo tiempo se importa una cantidad fija al año de utilitarios fabricados en Niepse. La demanda de utilitarios es cada vez mayor y si hubiera libre comercio se dejarían de comprar muchos monovolúmenes.

Las empresas electrónicas de tu país que fabrican móviles producen más de los que se venden en el mercado interior. Por lo tanto tienen necesidad de nuevos mercados en los que poder vender el excedente. Por ejemplo en Niepse, pero los gobernantes de ese país les ponen unos aranceles tan elevados que hacen que los móviles procedentes de tu país se tengan que vender demasiado caros.

## 3.2 La realidad supera el juego

Este apartado es el núcleo de la unidad didáctica. En él se pretende mostrar una pequeña parte de la complejidad del comercio internacional, resaltando los distintos agentes que intervienen en él, tanto directa como indirectamente, así como los ganadores y los perdedores de sus injustas reglas.

Al ser un tema tan complejo, y más para nuestro alumnado, se ha optado por presentarlo a través de distintos productos separadamente.

Con el azúcar abordamos el problema del *dumping*; con los medicamentos, el de las patentes, y con el de las flores y las camisetas, el de los derechos laborales y de género.

Para darle un sentido analítico global, hemos intercalado el estudio de las instituciones reguladoras de este comercio y el trabajo sobre un posible mapa conceptual que puede ayudarnos a obtener esa lectura global compleja.

El orden de presentación obedece a la necesidad de ir introduciendo escalonadamente los distintos conceptos económicos que mínimamente se requieren para tener esa visión global deseable.

### 3.2.1 La estafa más dulce



#### Objetivos

- Identificar los costes de producción como uno de los elementos, no el único, que configuran el precio de los productos.
- Reflexionar sobre las ventajas y los inconvenientes que tiene el *dumping* agrario tanto para los productores del Norte enriquecido como para el Sur empobrecido y aventurarse en la elaboración de propuestas que ayuden a superar esta situación.
- Reconocer a las grandes empresas como los verdaderos beneficiarios de estas complejas reglas que regulan el comercio internacional.

#### Descripción

Actividad de tres sesiones de duración.

A pesar de que el azúcar es un producto que está muy presente en nuestra vida cotidiana y quizás mucho más en la de nuestro alumnado, sabemos poco de él. Por eso esta actividad es un conjunto de informaciones con un *travelling* de ejercicios distintos que van desde la lluvia de ideas colectiva a la comprensión lectora, pasando por la lectura de un gráfico, el cálculo matemático, la elaboración de hipótesis, la lectura de una tabla de datos..., intentando seguir siempre el esquema: información - reflexión - comprensión - reflexión - toma de posición.

#### Pautas de intervención pedagógica

**El primer ejercicio** es clave para seguir con el resto de ejercicios y actividades. El concepto de “costes de producción” debe quedar bien interiorizado antes de seguir avanzando. Para ello proponemos una lluvia de ideas entre toda la clase, que se apuntarán en la pizarra para su posterior criba y unificación con el debate y consenso de cada idea. Deben aparecer como mínimo: el uso de máquinas (amortización), la mano de obra, la siembra, las semillas, la preparación del terreno, el regadío, los insecticidas, pesticidas y demás productos químicos, la recogida, el almacenaje, el transporte, la transformación (valor añadido), etc. Convendría

resaltar que en la configuración del precio intervienen otros muchos factores, como el beneficio del empresario o inversor, los impuestos, los precios en el mercado, la inversión, la tecnología, la investigación, etc.

**Para el segundo ciclo**, podríamos reflexionar sobre la importancia de la mano de obra, del trabajo humano, que en realidad es lo que da valor a un producto. ¿Quién ha hecho las máquinas, ha elaborado las semillas, ha construido los canales de riego...? Si hubiera tiempo podría desarrollarse el conocido juego de los cubos o bien “La merienda del comercio” del monográfico *Café café* de Intermón Oxfam.

A continuación y partiendo de los costes de producción, veremos cómo, en principio, tienen ventaja comparativa los productores de caña del Sur empobrecido. Inmediatamente presentamos la realidad: los productores del Norte son los principales exportadores de azúcar refinado, que venden en los mercados mundiales muy por debajo de sus costes de producción y de los del Sur. En este punto deben plantear una posible explicación a la paradoja presentada, sin leer las informaciones que vienen a continuación. Estas hipótesis las pueden elaborar en gran grupo o en pequeños grupos con su correspondiente puesta en común con debate incluido.

**En una segunda sesión** podemos, tras una lectura colectiva, contrastar las hipótesis anteriores. Aquí es donde introduciremos el concepto de *dumping*. Conviene hacer observar que la diferencia pagada como subvención al productor de la Unión Europea (precio de sostenimiento) la obtienen los gobiernos con la parte de más que los consumidores de la UE debemos pagar por el azúcar. También conviene recordar que hay muchos productos elaborados con azúcar, pues tendemos a pensar sólo en el azúcar blanco que tomamos con el café.

La pregunta planteada en este apartado podría trabajarse también en forma grupal: lluvia de ideas - debate, idea a idea —consenso— conclusiones. Con el alumnado de primer ciclo,

País	Mayor procesadora europea de azúcar	Participación mercado %
Áustria	Agrana	100
Bélgica	Tirlemont	71
Dinamarca	Danisco	100
Finlandia	Danisco	100
Francia	Beghin-Say	31
Alemania	Südzucker	41*
Grecia	HIS	100
Irlanda	Greencore	100
Italia	Eridania	31
Holanda	Cosun	62
Portugal	DAI	100
Suecia	Danisco	100
Reino Unido	British Sugar	100
España	Ebro-Puleva (20% acciones de Südzucker)	78
	Acor (Valle del Duero)	15
	ARJ (Jaén)	7

\*Controla el 25% de la cuota europea y tiene presencia en 12 países

**En una tercera sesión** podríamos abordar cómo afecta la Política Agraria Común (PAC) de la Unión Europea a nuestro entorno agropecuario más inmediato, dependiendo de la zona en la que estemos.

La idea básica que queremos transmitir es que el problema no se establece entre pequeños productores del Norte con pequeños productores del Sur, sino entre pequeños productores del Norte y del Sur con las grandes empresas transnacionales y monopolistas. Ellas son las que controlan la producción (establecen qué productores siembran remolacha, cuán-

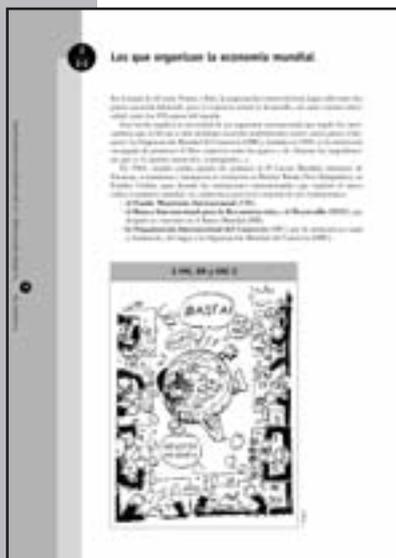
do, dónde y en qué cantidades), se benefician de las subvenciones, controlan el procesamiento, influyen en sus gobiernos para tener la exclusividad de dar el valor añadido (muchas iniciativas de elaboración de “dulces” en algunos países del Sur no han podido fructificar por las barreras a su exportación) y marcan los precios internacionales.

Pero así como esta injusticia puede provocar dificultades a un productor de la UE (poca población afectada), a un productor del Sur le supone la miseria y un mayor empobrecimiento.

Por eso, se plantea la hipocresía que supone por un lado impedir su desarrollo con unas reglas de comercio injustas y por otro se les brinda “ayuda humanitaria”.

**La última pregunta** puede servirnos perfectamente como evaluación formativa, por lo que se propone su realización de forma individual.

### 3.2.2 Los que organizan la economía mundial



#### Objetivos

- Identificar los principales organismos internacionales que dirigen la economía mundial (FMI, BM, OMC).
- Conocer cómo funcionan esos organismos, así como el nivel de control que sobre ellos ejercen las grandes potencias, sobre todo Estados Unidos.
- Analizar el papel ambivalente de la OMC en el proceso de liberalización (apertura) de los mercados mundiales.
- Valorar la efectividad de los organismos internacionales en la mejora de la economía de los países menos desarrollados.

#### Descripción

Es una actividad de dos horas de duración.

Esta actividad se centra en un ejercicio de comprensión lectora y posterior comparación de las instituciones internacionales, nacidas después de la II Guerra Mundial (Bretton Woods, 1944).

Para completar esta visión se añaden, al final de la actividad, diversas tablas sobre la evolución del producto interior bruto (PIB) y la participación de los diversos bloques regionales en el comercio internacional. A partir del análisis de sus datos se propone contrastar la teoría con la realidad y sacar conclusiones.

#### Pautas de intervención pedagógica

Para iniciar esta actividad recogeremos la experiencia vivida en la negociación entre ILATI y NIEPSE del anterior ejercicio.

Comentaremos con el alumnado que las negociaciones comerciales hoy en día no son bilaterales, sino multilaterales. Este hecho complica mucho más el proceso negociador, al tener que poner de acuerdo múltiples intereses contrapuestos y no tan sólo dos como hemos hecho nosotros. En consecuencia parece conveniente crear algunos organismos mundiales que se ocupen en poner de acuerdo los diversos intereses existentes. De ellos nos ocuparemos en esta actividad.

**Se inicia la actividad** con una lectura individual, en silencio, de la información sobre los tres organismos internacionales. Si es preciso antes de pasar a la resolución de los ejercicios de comprensión lectora, dedicaremos un breve espacio a la clarificación de conceptos dudosos (por ejemplo, PIB: valor monetario de todos los bienes y servicios producidos en el territorio de un país durante un año, incluso los producidos por empresas extranjeras). Una vez completado el primer ejercicio podemos hacer una corrección con el grupo clase. Se trata de comprobar si el alumnado distingue correctamente cuál es la misión de cada organismo. También pretendemos que se den cuenta de su funcionamiento: escasamente democrático en el caso del FMI y el BM o de doble rasero por lo que respecta a la OMC (a pesar de su mayor grado de representatividad).

**En el segundo ejercicio** proponemos una observación de las cifras de las tablas y el recuadro que invite a una reflexión sobre los organismos internacionales. Queremos inducir al alumnado a debatir sobre el sentido de las estadísticas. Fácilmente pueden llegar a la conclusión de que la brecha, en términos de generación de riqueza (PIB), entre los países desarrollados y los que no lo son va en aumento. Observando la tabla que os facilitamos a continuación veremos cómo la capacidad para incrementar la participación de amplias capas del planeta en el comercio internacional disminuye. Esto significa que los instrumentos de los que nos dotamos en 1944, y que seguimos utilizando, no son capaces, o no tienen ningún interés en que esos desequilibrios económicos del mundo desaparezcan.

A menudo las instituciones internacionales dicen que para desarrollarse hay que liberalizar el comercio, pero está demostrado que ésta no es una buena estrategia de desarrollo, sino el camino a la perpetuación de la pobreza. La “liberalización” del comercio supone permitir que los países más ricos, con alta productividad, dominen el mercado mundial. Su entrada en los países pobres destruye la industria local más retrasada. La “liberalización” es una palabra que se utiliza de forma perversa porque no liberaliza entre iguales sino que permite el dominio de los países ricos y fuertes sobre los más débiles.

El camino al desarrollo no es “liberalizar” el comercio indiscriminadamente, sino mejorar el sistema productivo y utilizar un convenio internacional bien regulado entre países, tratando en términos de iguales.

Analizar quién está detrás de cada institución (grupos de presión, multinacionales...) así como quién ejerce el control puede darnos pistas para entender su ineficiencia.

Porcentaje de participación en las exportaciones de los países en desarrollo por regiones							
	1948	1958	1963	1973	1985	1995	1997
América Latina y Caribe	38,7	34,7	29,5	21,9	21,4	17,3	18,7
Asia, sin China y sudeste	16,1	10,7	11,1	8,8	5,6	6,2	6,6
África	23,1	23,5	24,2	22,3	15,9	8,1	8,3

OMC  
1999

### 3.2.3 Negociar con el derecho a la salud



#### Objetivos

- Reconocer el derecho de patente como la regla fundamental que regula el comercio internacional de medicamentos.
- Reflexionar sobre el dilema que se establece entre el derecho de propiedad y el derecho de acceso a los medicamentos como parte integrante del derecho humano a la salud.
- Identificar las grandes empresas farmacéuticas que se enriquecen a costa de la enfermedad de la humanidad, valorando este comportamiento desde una visión ética.

#### Descripción

Actividad de tres sesiones de duración.

**En la primera sesión** podemos plantear la introducción, presentando qué es una patente y el primer apartado *a*, “patentar la injusticia”, en que se presentan distintos aspectos de ésta.

**En la segunda sesión** podemos abordar el apartado *b*, “más sufrimiento para ganar más dinero”, en que se plantean las consecuencias de estas reglas de comercio para una parte importante de la población mundial, fundamentalmente la del Sur empobrecida.

**En la tercera sesión** podremos descubrir cómo también con nosotros hacen negocio, además de descubrir quiénes son los que se enriquecen con nuestras enfermedades y cómo lo consiguen.

#### Pautas de intervención pedagógica

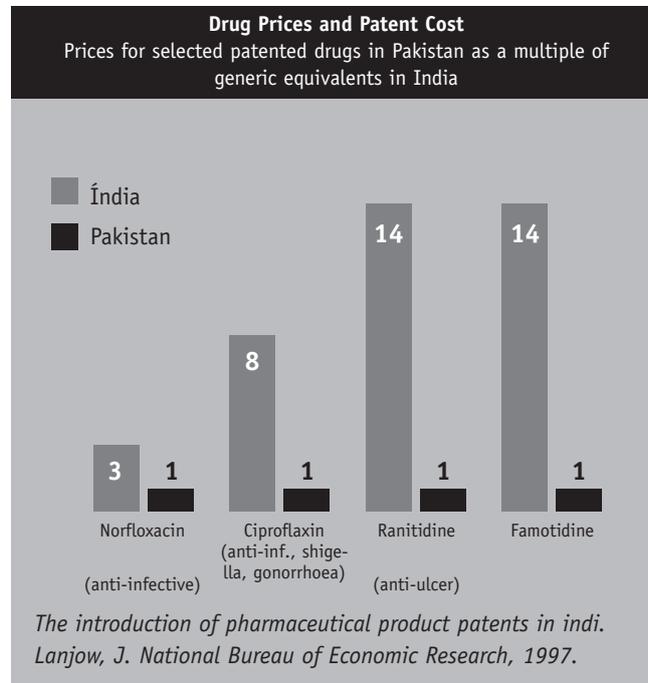
Una vez hayamos descubierto que el precio elevado de los medicamentos se debe al enorme margen de beneficios y a la comercialización (básicamente publicidad y *lobby*) podremos hacer comprender que este sistema se sostiene por las patentes, entendidas como derecho a la propiedad intelectual. Será aquí donde introduciremos el concepto de “genéricos”. Este derecho intelectual podemos discutirlo a partir del artículo de Vandana Shiva. Si disponemos de tiempo, también sería interesante ver la película *Los últimos días del Edén*, que trata también este tema.

**No obstante, el centro de reflexión debería establecerse ante del dilema: ¿a qué debe darse prioridad, al derecho a la propiedad (sea legítima o no) o al derecho a la salud?**

El dilema puede trabajarse a través del barómetro de clase (posicionamiento físico dentro del aula): se abre un turno cerrado de palabras que defienda un posicionamiento (en un extremo del aula “pueblo de Madagascar” y en el otro “la empresa farmacéutica”); una vez cerrado el turno, cada uno se coloca físicamente más cerca de uno que del otro; se abre un nuevo turno cerrado; nuevos argumentos y contraargumentos; nuevo posicionamiento. No se trata de que todo el alumnado opte por la misma opción. Se trata de reflexionar, de ir incorporando nuevos elementos de análisis. Para ello es importante el papel del profesorado, pues debe dar argumentos a favor o en contra de la opción por la que se decante la mayoría con el fin de ir creando dudas. Así por ejemplo, ante la tendencia “natural” en favor del débil (pueblo de Madagascar), se incorporará el elemento de que si nadie investiga no se avanza, y que eso requiere una inversión de dinero por parte de particulares, que deben obtener una recompensa (beneficio) por el riesgo que corren.

Las grandes empresas farmacéuticas necesitan, para mantener y aumentar sus beneficios, que las reglas que regulen el comercio de los medicamentos les sean favorables. Estas reglas se centran en la prohibición de comercializar genéricos, con lo que eso supone para una buena parte de la población mundial (puede ser útil el gráfico comparativo entre medica-

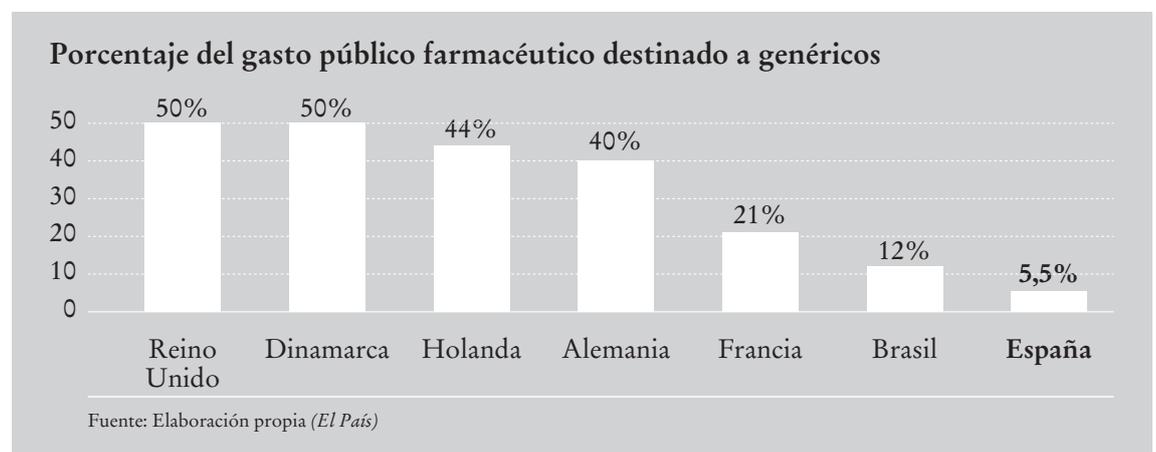
mentos de marca y genéricos de la India y de Pakistán que os adjuntamos en esta guía). Las consecuencias de esta situación se recogen en el último ejercicio del apartado *b*, en que todas las soluciones propuestas son lo que realmente ocurre. Para reforzar esta idea (poblaciones del Sur empobrecido pagan con su vida y con la pérdida de sus derechos humanos básicos la codicia de unos pocos), se volverá a plantear una pregunta similar en el apartado *b* del punto 3.2.5.



Llegados a este punto, será hora de identificar cuáles son esas empresas, desde dónde investigarlas y conocer sus métodos de influencia y *lobby*, sin olvidar que con nosotros también hacen negocio. Para ello se propone realizar un ejercicio en pequeños grupos y una puesta en común posterior, así como confeccionar un mural informativo y de denuncia para exponerlo en el centro. Es posible que junto a las grandes multinacionales farmacéuticas aparezcan marcas de pequeñas empresas. Convendría hacer notar que los medicamentos de estas empresas son aquellos de más bajo precio y sirven para tratar determinadas enfermedades.

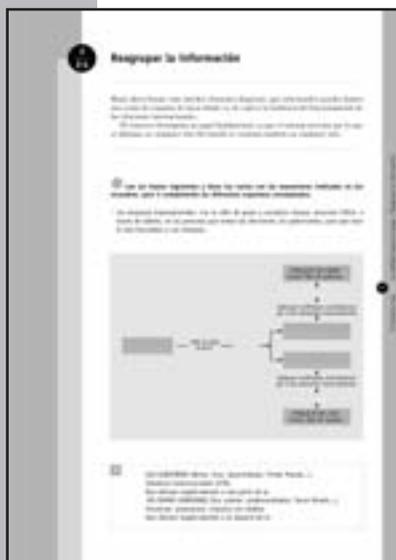
Las grandes empresas farmacéuticas se reservan los productos con el precio más alto y aquellos que se utilizan para las enfermedades crónicas.

Puede sernos útil el artículo aparecido en *El País*, del martes 1 de abril de 2003, en la sección “Sociedad”, página 39, del que exponemos el siguiente gráfico:



Para finalizar esta actividad, se propone una pregunta de respuesta individual que podrá sernos útil como evaluación formativa.

## 3.2.4 Reagrupar la información



### Objetivo

- Sintetizar en un mapa conceptual el máximo de conceptos aparecidos a lo largo de la unidad, estableciendo una relación entre ellos.

### Descripción

Actividad de una sesión de duración.

A través del rellenado de espacios se irá construyendo un mapa conceptual (que figura en esta guía) que intenta englobar y relacionar todos los conceptos trabajados.

Dada su complejidad se trabaja por partes.

### Pautas de intervención pedagógica

Es imprescindible hacer un trabajo colectivo muy guiado por el profesorado. Los conceptos que deben ubicarse ya han aparecido, salvo el de “comercio justo” y el de “cooperación al desarrollo”, que se deberán explicar.

Sería interesante que el alumnado fuera recordando casos concretos y reales a medida que vamos rellenando el esquema.

Éste se ha dividido en tres partes, de forma acumulativa.

**En la primera parte** sólo se aborda la práctica de las grandes empresas que, en su lógica D-M-D, influyen en los gobernantes que deciden las reglas de comercio, de manera que éstas son beneficiosas para las empresas pero perjudiciales para la mayoría de la población, sea del Norte o del Sur.

**En una segunda parte** se aborda cómo intervienen los gobiernos en los organismos multilaterales siendo los que acuerdan el funcionamiento económico del sistema. Aquí conviene resaltar que las decisiones que se toman en estos organismos se hacen con el beneplácito de nuestros gobernantes, que son o tendrían que ser nuestros representantes.

**En la tercera parte** se aborda quiénes y de qué manera, tanto en el Norte como en el Sur, se organizan y procuran contrarrestar a las grandes empresas. Este aspecto debería ser resaltado y abordado de manera esperanzadora, alentadora, pues si no fuera así, habríamos planteado a nuestro alumnado un mundo sin salida. Y la tiene. Para eso es esta unidad.

En esta guía encontraréis el mapa conceptual completo.

### 3.2.5 Las flores y las camisetas: femenino, plural



#### Objetivos

- Identificar a las mujeres como las grandes perdedoras en este mundo desigual.
- Constatar que, en la mayoría de los países del Tercer Mundo, el trabajo femenino es la base de los ingresos familiares.
- Descubrir que la explotación del trabajo femenino se produce al mismo tiempo que el desprecio por las condiciones medioambientales.
- Ser consciente de que las dos situaciones que hemos descrito en el objetivo anterior se dan por y para que las grandes empresas incrementen sus beneficios.

#### Descripción

Actividad de una hora de duración.

En esta actividad se plantea un estudio de dos casos reales. Ambos se refieren a las pésimas condiciones de trabajo de muchas mujeres en los países menos desarrollados.

En el primer caso se expone la situación de las trabajadoras de la industria floral de la ciudad de Bogotá (Colombia) que exporta la mitad de su producción a Europa y Estados Unidos. En esta industria, aparte de la explotación laboral a que se ven sometidas las trabajadoras, existe una absoluta impunidad para usar sustancias altamente contaminantes.

En el segundo caso, el sector de trabajo es el textil, ligado a las grandes multinacionales deportivas. Se plantea el caso de Hermosa, trabajadora de El Salvador que se ve impotente para cubrir las necesidades de su familia, a pesar de su larga jornada laboral.

#### Pautas de intervención pedagógica

Después de haber planteado que vamos a analizar dos historias de vida, es decir, reales, iniciaremos el trabajo con una lectura colectiva de los textos.

**El primer texto** es muy sencillo, por lo tanto las ideas que se van desgranando pueden ser fácilmente entendidas. Las dos preguntas que se plantean pretenden poner de manifiesto cómo las grandes empresas deslocalizan su producción allí donde la mano de obra es barata, existe una legislación medioambiental permisiva y, al mismo tiempo, la regulación laboral es mínima o inexistente. Todo ello les permite reducir al mínimo sus costes para obtener el máximo beneficio.

**En el segundo texto** las preguntas inciden básicamente en mostrar la imposibilidad de la protagonista de la historia para hacerse con los recursos que le permitan cubrir las necesidades básicas de su familia, por más que dedica una enorme cantidad de horas al trabajo asalariado. Tendremos que ayudar al alumnado a pensar que sólo existe una posibilidad matemática para que le salgan las cuentas, renunciar a alguno de sus gastos. En este punto podemos abrir un pequeño debate sobre cuál puede ser. Seguramente abandonar la escuela o posponer la visita al médico sean las salidas más inmediatas. En todo caso se trata de valorar que se está, prácticamente, en un callejón sin salida.

No obstante podemos azuzar al alumnado para que vaya más allá y plantee otras salidas, aunque por supuesto no sean a corto plazo, como son organizarse junto con otras trabajadoras para reivindicar mejoras laborales y salariales.

## Si cambiamos las reglas, otro mundo es posible



### Objetivos

- Transmitir al alumnado una visión esperanzadora sobre la posibilidad de cambios.
- Reconocer el poder que los ciudadanos tenemos, por el hecho de ser consumidores y a la vez votantes.
- Conocer distintas iniciativas reales, llevadas a cabo por la sociedad civil, que han incidido en esos cambios.
- Participar como ciudadanos activos y solidarios en las soluciones que desde la sociedad civil se van planteando.
- Asumir la propia responsabilidad, como jóvenes ciudadanos activos del Norte, en relación con los problemas de los habitantes del Sur.

### Descripción

Actividad de tres sesiones de duración.

Esta actividad se plantea en dos bloques. En el primero se abordan cuatro ejemplos de “luchas ganadas”, que aunque no signifiquen logros muy importantes se deben valorar como éxitos. Así presentamos el comercio justo, el caso de la Nestlé en Etiopía, la campaña antiminas personales y las patentes.

En un segundo apartado se presentan diversas opciones para la participación activa de nuestro alumnado.

### Pautas de intervención pedagógica

De entrada podría parecernos que estos “éxitos” que les planteamos a los alumnos son un tanto “descafeinados”. Tal vez no sean suficientes para conseguir cambios inmediatos y profundos, pero creemos que tienen un gran valor pedagógico y simbólico.

El panorama presentado al alumnado a lo largo de esta unidad puede ser descorazonador, sombrío y llevar a un cierto pesimismo desmotivador. Más aún cuando los medios de comunicación no prestan atención a todos los avances que la sociedad civil ha conseguido con su acción. Por eso debemos presentar salidas viables y posibles a nuestro alumnado.

Para conseguir este objetivo proponemos que, después de leer la información sobre los distintos ejemplos, mediante la lluvia de ideas en el grupo clase, se conteste la siguiente cuestión:

¿SI NADIE HUBIERA HECHO NADA, EN QUÉ SITUACIÓN ESTARÍAMOS AHORA CON RESPECTO A ESTE TEMA?

Contestando a esta pregunta podríamos llegar a afirmar que:

- En el caso del comercio justo: Muchos pequeños productores agrarios y de manufacturas y sus familias estarían en la miseria y engrosarían aún más los suburbios de las grandes ciudades del Sur.
- En el caso de la Nestlé: Los actuales problemas alimentarios que sufre la población etíope se verían acrecentados, ya que el Gobierno debería destinar esos recursos económicos a pagar la indemnización.
- En el caso de las minas: El número de muertos y mutilados sería muchísimo mayor y, además, estaría permitido seguir colocando minas en el futuro, por lo que se alargaría en el tiempo este problema.
- En el caso de las patentes: Al haber logrado que algunos países puedan fabricarse sus propios genéricos, se evita que el sufrimiento y la mortalidad aumenten.

Así pues, aunque pequeños, son logros y ejemplos prácticos de que es posible conseguir avances en la erradicación de la pobreza y en la lucha para una más justa redistribución de la riqueza.

También conviene resaltar el hecho de que estos logros se consiguen con la suma de esfuerzos, es decir, de forma colectiva y organizada. (Podría ser útil recuperar el esquema conceptual trabajado anteriormente.)

De todo este discurso, sería deseable que el alumnado concluyera con una toma de posición, como grupo clase, respecto a la necesidad de organizarse y participar en acciones que sumen esfuerzos con otros sectores de la sociedad civil en el logro de otro mundo posible.

Esta participación puede partir de iniciativas propias o puede sumarse a otras, como por ejemplo la campaña de Intermón Oxfam “Comercio con justicia”, con la que se cierra esta unidad.

## Evaluación inicial

- La evaluación inicial tiene por objetivo recoger las ideas previas del alumnado y así poder saber desde dónde partimos en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- A partir del collage que introduce el primer apartado “Satisfacer necesidades” podríamos plantear las propuestas de la actividad 0.

## Evaluación formativa

- Implicaría evaluar el proceso y el progreso del alumnado, ya que su objetivo es hacer una evaluación continua del alumnado.
- Se puede hacer a partir de los trabajos individuales y de los trabajos en grupo y, evidentemente, de su participación en el aula.
- Recomendamos el uso del “diario de aula” o “diario del profe”, dado que puede ser una herramienta muy útil para ir registrando el día a día del alumnado a lo largo del desarrollo de la unidad didáctica.
- Entre las actividades programadas se recomiendan algunas que por su carácter de síntesis pueden utilizarse como actividades de evaluación de los objetivos didácticos. Son las siguientes:

Ejercicio de síntesis del punto 2.3.

Último ejercicio del punto 3.2.1.

Pregunta sobre el cómic del punto 3.2.2.

Pregunta sobre propuestas al gobierno del punto 3.2.3.

Pregunta sobre Hermosa del punto 3.2.5.

## Evaluación sumativa

- No se trata de hacer una prueba final con el alumnado.
- En la medida de lo posible debería tenderse a la autoevaluación.
- Debemos evaluar los aprendizajes conceptuales, de procedimiento y, sobre todo, de actitud.
- Proponemos valorar:
  - Los cambios de prejuicios, hábitos o actitudes.
  - El grado de implicación en los trabajos.
  - Los dossieres individuales y de grupo.
  - La participación activa o en propuestas de las actividades del punto 4.2.

- “ADPIC y salud pública. La próxima batalla”, Informe 15, Intermón Oxfam.  
 “El impacto de la competencia de genéricos sobre el precio y el acceso a los medicamentos”, Informe 26, Intermón Oxfam.  
 “Una receta para la injusticia”, documento informativo, Oxfam.  
 “Salud pública; bienestar privado”, informe, Intermón Oxfam.  
 “¿Está la OMC realmente interesada en la erradicación de la pobreza?”, Informe 7, Intermón Oxfam.  
 “Cambiar las reglas. Comercio, globalización y lucha contra la pobreza”, Intermón Oxfam.  
 “Reducir el coste. Patentar la injusticia”, documento informativo, Intermón Oxfam.  
 “Acaba con el *dumping*”, Informe 31, Intermón Oxfam.  
 “La estafa más dulce”, Informe 27, Intermón Oxfam.  
 MILLET, Montserrat; *La regulación del comercio internacional: del GATT a la OMC*, Colección Estudios económicos, núm. 24, La Caixa ([www.estudios.lacaixa.es](http://www.estudios.lacaixa.es)).  
 “Vivir del trueque en Argentina”, *Integral*, núm. 271, julio de 2002, pág. 30.  
 Informe del PNUD 2002  
 “EU sugar policy”, informe, NOVIB.  
 “La hipocresía de Europa”, Informe 22, Intermón Oxfam.

[www.IntermonOxfam.org](http://www.IntermonOxfam.org)  
[www.rebellion.org](http://www.rebellion.org)  
[www.barcelona.indymedia.org](http://www.barcelona.indymedia.org)  
[www.pangea.org/](http://www.pangea.org/)  
[www.nodo50.org](http://www.nodo50.org)  
[www.pangea.org/edualter](http://www.pangea.org/edualter)  
[www.aeasa.com](http://www.aeasa.com)  
[www.oneworld.es](http://www.oneworld.es)  
[www.fundacioperlapau.org](http://www.fundacioperlapau.org)  
[www.transnationale.org](http://www.transnationale.org)  
[www.undp.org/spanish/](http://www.undp.org/spanish/)  
[www.un.org/spanish/](http://www.un.org/spanish/)  
[www.cip.fuhem.es](http://www.cip.fuhem.es)  
[www.wto.org/indexsp.htm](http://www.wto.org/indexsp.htm)  
[www.imf.org/external/spa/index.htm](http://www.imf.org/external/spa/index.htm)  
[www.bancomundial.org](http://www.bancomundial.org)  
[www.nato.int](http://www.nato.int)  
<http://ns.rds.org.hn/via/espanol.htm>  
[www.agricta.org/agritade/index.htm](http://www.agricta.org/agritade/index.htm)