

CENTRO	IES ZIZUR MAYOR		23-2C- 08
TITULO	Café café	CURSO	1 ^{er} CICLO 2º E.S.O.
PROFESORES	ANE MIREN MOÑUX Y JUAN CARLOS LERA	ASIGNATURA	ATENCIÓN EDUCATIVA

Plan de mejora de las competencias lectoras en la ESO.

TEXTO.

Título

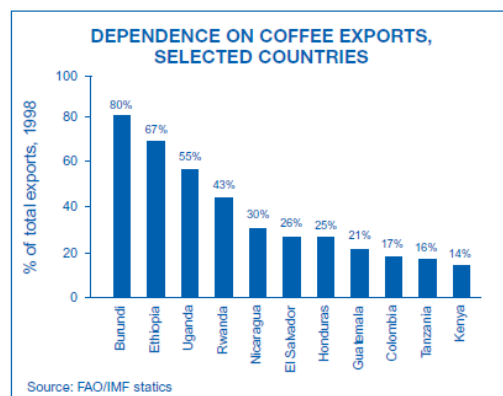
Café café

LOS PRODUCTORES Y LAS PRODUCTORAS

Tatu Museny, es una viuda de 37 años, que vive con sus 6 hijos en la región del Kilimanjaro (Tanzania), en una propiedad de menos de media hectárea, en la que cultiva café.

Tatu lucha para proporcionar una educación a sus hijos: "La educación es muy importante. Ayudará a mis hijos a tener una vida mejor. Por eso lucho tan duramente, para conseguir el dinero que necesito para la escuela". Pero este año, la totalidad de su cosecha de café ha producido menos de 15 dólares. "Había planeado enviar a mi tercer hijo, Isahid, de 9 años, a la escuela, pero no podré hacerlo porque no consigo suficiente dinero con el café. A duras penas me llegará para mantener a los dos mayores en la escuela, y para eso tendré que vender mi cerdo". (El coste promedio de enviar un niño o una niña a la escuela es allí de unos 10 dólares).

Tatu planea vender algunas bananas para aumentar sus efectivos, aunque teme que se resienta la nutrición de sus hijos. También intentará encontrar un empleo en otras propiedades (ganando aproximadamente 1 dólar al día), así como recolectar y vender hierba como alimento para el ganado. Siempre tiene el temor de verse incapaz de hacer frente al gasto de posibles enfermedades, si alguno de sus hijos enferma de neumonía, malaria o diarrea durante la estación de lluvias.



CENTRO	IES ZIZUR MAYOR		23-2C- 08
TITULO	Café café	CURSO	1 ^{er} CICLO 2 ^o E.S.O.
PROFESORES	ANE MIREN MOÑUX Y JUAN CARLOS LERA	ASIGNATURA	ATENCIÓN EDUCATIVA

LAS MULTINACIONALES



Son grandes empresas que tienen su sede y los centros de investigación tecnológica en la Unión Europea, EE.UU., Canadá o Japón. Producen una gran variedad de productos y reparten el proceso de producción en diferentes países del mundo. En la mayoría de esos países del Tercer Mundo no existe una regulación laboral (sueldos mínimos, libertad sindical, jornadas laborales, fiestas, seguridad social,...) ni una legislación medioambiental. Compran o subcontratan empresas en los países del Sur, que a menudo utilizan a niños y niñas como mano de obra barata. No pagan impuestos y tienen la libertad de dejar el país cuando quieran o cuando encuentren otros países donde la mano de obra les resulte más barata. Los gobiernos de muchos de estos países no sólo aceptan esta situación sino que la favorecen; ofrecen buenas condiciones a las multinacionales para que se instalen, inviertan y generen divisas para poder pagar la deuda externa o para cobrar comisiones corruptas. El objetivo es obtener el máximo beneficio con el mínimo coste. Sin preocuparse de Tatu, por ejemplo.

Porcentaje de lo que se lleva cada uno:

Un paquete de café de 250 grs. cuesta 1,30 €

42% Multinacionales
7% Impuestos
30% Manipulación-transformación

10% Exportadores-intermediarios
8% Comerciantes y supermercados
3% Pequeños productores

Adaptado del Informe de Café de Oxfam Internacional 2002, Sodepau, Setem.
A partir del precio de venta de un paquete de café en un país europeo.



SABÍAS QUE
Las empresas multinacionales compran el grano de café a los exportadores o a los intermediarios, lo transforman y lo comercializan. En nuestro país el mercado del café está en manos de unas pocas empresas. Estas empresas compran aproximadamente el 60% del café del mundo. Cada vez es más difícil que una pequeña empresa pueda seguir vendiendo café.

Starbucks, el negocio gigante del café, anunció un aumento de sus beneficios en un 41% durante el primer trimestre del 2001

TABLA DE PRECIO DEL CAFÉ AL DETALLE

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

Precio medio de un paquete de café de 250 gr de distintas marcas vendido en comercios de la ciudad de Barcelona.

LOS CONSUMIDORES Y CONSUMIDORAS

A los consumidores de los países ricos o del Norte nos va bien que el precio del café no aumente demasiado, a pesar de las consecuencias que eso implica para los campesinos pequeños productores como Tatu y sus hijos.

No todos los que resultamos beneficiados con ese comercio injusto nos quedamos como si no pasara nada.

CONSUMO CRÍTICO Y RESPONSABLE
es la actitud del consumidor que quiere saber de dónde procede lo que compra, cómo es la vida del que lo hace, si se respeta el medio ambiente y, sobre todo, si se respetan los derechos de los trabajadores.

Pero no es fácil conseguir toda esa información. Sin embargo, si buscamos bien, podremos encontrar algunos datos.

CENTRO	IES ZIZUR MAYOR		23-2C- 08
TITULO	Café café	CURSO	1 ^{er} CICLO 2º E.S.O.
PROFESORES	ANE MIREN MOÑUX Y JUAN CARLOS LERA	ASIGNATURA	ATENCIÓN EDUCATIVA

Y NOSOTROS, ¿QUÉ PODEMOS HACER?

Participa en la campaña

COMERCIO CON JUSTICIA
www.comercioconjusticia.com

FUENTE	
AUTOR	MIREIA CLAVEROL Y FERRAN POLO
TÍTULO	Café café
EDITORIAL/WEB	INTERMON OXFAM – Monográficos
AÑO	
PÁGINA	http://www.intermonoxfam.org/cms/HTML/espanol/6/mon_o_cafe_sec_cas.pdf
ISBN	
TIPOLOGÍA	
SOPORTE	Electrónico
FORMATO	Mixto
TIPO	Expositivo argumentativo
USO	Público

PROCESOS LECTORES

1. RECUPERAR – OBTENER INFORMACIÓN

1.1 Pregunta

CENTRO	IES ZIZUR MAYOR		23-2C- 08
TITULO	Café café	CURSO	1 ^{er} CICLO 2º E.S.O.
PROFESORES	ANE MIREN MOÑUX Y JUAN CARLOS LERA	ASIGNATURA	ATENCIÓN EDUCATIVA

De las siguientes afirmaciones, di cuáles son verdaderas y cuáles falsas.

- a) Tatu lucha para proporcionar una educación a sus hijos para proporcionarles una vida mejor.
- b) El precio del café ha aumentado con el paso de los años.
- c) Las multinacionales son grandes empresas que compran o subcontratan a otras empresas en los países del sur. En las que a menudo se utilizan a niños/as como mano de obra barata.
- d) El consumo crítico y responsable es la actitud del consumidor que quiere saber de dónde procede lo que compra y si se respetan los derechos de los trabajadores.

1.1 Respuesta

La b) es falsa las otras son verdaderas.

1.2 Pregunta

¿Cuánto dinero cuesta enviar a un niño/a a la escuela en la región del Kilimanjaro de Tanzania?

1.2 Respuesta

El coste medio, allí, de llevar un niño o niña a la escuela es de 10 dolares.

1.3. Pregunta

¿Para qué países la venta de café supone más de la mitad de sus exportaciones?

1.3. Respuesta

Burundi, Etiopia y Uganda.

2. COMPRESIÓN GLOBAL

2.1 Pregunta

¿A quién se dirige el texto?

- a) a los productores
- b) a las multinacionales
- c) a los consumidores

CENTRO	IES ZIZUR MAYOR		23-2C- 08
TITULO	Café café	CURSO	1 ^{er} CICLO 2º E.S.O.
PROFESORES	ANE MIREN MOÑUX Y JUAN CARLOS LERA	ASIGNATURA	ATENCIÓN EDUCATIVA

2.1 Respuesta

La c).

2.2 Pregunta

Piensa un título que resuma el contenido de cada una de las partes del texto

2.2 Respuesta

Esperamos de los alumnos/as respuestas similares a estas:

- El café no nos da para vivir, dicen los productores/as.
- Las multinacionales, mientras, se enriquecen.
- Y los consumidores/as nos beneficiamos, pero podemos consumir más crítica y responsablemente.

3. INTERPRETACIÓN INFERENCIAS

3.1 Pregunta

Relaciona la tabla del "precio internacional del café" con la del "precio del café al detalle" ¿Cuánto ha disminuido el precio en un caso y en el otro, entre 1998 y 2001?

3.1 Respuesta

El precio internacional del café disminuyó 2€, aproximadamente, mientras que el precio del paquete disminuyó 31 céntimos de euro.

3.2 Pregunta

Según el texto ¿se puede afirmar que las multinacionales favorecen a los pequeños productores de café? Razona tu respuesta.

3.2 Respuesta

Al contrario, se aprovechan de ellos y obtienen cuantiosos beneficios a su costa.

4. VALORACIÓN – REFLEXIÓN CONTENIDO

4.1 Pregunta

¿Qué consecuencias tiene la bajada del precio del café para muchos pequeños productores (unos 20 millones de familias de África, América y Asia) como Tatu?

CENTRO	IES ZIZUR MAYOR		23-2C- 08
TITULO	Café café	CURSO	1 ^{er} CICLO 2º E.S.O.
PROFESORES	ANE MIREN MOÑUX Y JUAN CARLOS LERA	ASIGNATURA	ATENCIÓN EDUCATIVA

4.1 Respuesta

Respuesta abierta. Se espera que los alumnos/as reflexionen sobre las consecuencias de la pérdida de poder adquisitivo: no podrán llevar a los niños a la escuela, no podrán pagar los medicamentos, no podrán comprar otros alimentos, ...

4.2 Pregunta

¿Qué podemos hacer nosotros para ayudar a los pequeños productores/as de café?

4.2 Respuesta

Informarnos, adquirir café comercializado de una manera más justa, colaborar con la campaña por un comercio justo, como nos sugiere el documento.

4.3. Pregunta

¿Qué es una multinacional?

4.3. Respuesta

Son grandes empresas que tienen su sede y los centros de investigación en los países del Norte y la producción en los del Sur, donde hay menos leyes laborales y medioambientales. Su objetivo es obtener el máximo beneficio con el mínimo coste.

5. VALORACIÓN – REFLEXIÓN FORMA

5.1 Pregunta

¿Por qué al final del último bocadillo (donde se nos informa que no es fácil conseguir información sobre el origen de lo que se compra) comienza hablando en tercera persona del singular y se termina en segunda persona del plural?

5.1. Respuesta

Para involucrar a los lectores-consumidores.

5.2 Pregunta

¿Qué función cumplen los dibujos que acompañan al texto?

- a) Para saber que estamos ante un folleto informativo del mundo de la salud.
- b) Para humanizar e individualizar la información que aportan.
- c) Para hacer más atractivo el folleto.

5.2 Respuesta

CENTRO	IES ZIZUR MAYOR		23-2C- 08
TITULO	Café café	CURSO	1 ^{er} CICLO 2º E.S.O.
PROFESORES	ANE MIREN MOÑUX Y JUAN CARLOS LERA	ASIGNATURA	ATENCIÓN EDUCATIVA

La b.

5.2 OBSERVACIONES

(También podría valer como correcta la c)