

Tarea 2. Plan de mejora de las competencias lectoras en la ESO.

TEXTO.

Ética en la producción del algodón

¿Sabía usted que la ropa de algodón de comercio justo tiene precios parecidos a los de la ropa convencional?, ¿y que las marcas más caras no ofrecen mayores garantías éticas? En cualquier caso, el que recoge el algodón sólo recibe unos pocos céntimos.



Vestir solidariamente

No es nuestra primera incursión en el mundo textil. En septiembre de 2007 publicamos *Ética en cadenas de moda* (OCU-CM, n° 318). Nos centrábamos entonces en las condiciones de trabajo de las cadenas de confección. Ahora

nos ocupamos de la ética en el cultivo y comercio del algodón como materia prima.

El algodón, planta muy frondosa que se cultiva en climas cálidos, necesita gran cantidad de agua. También

requiere muchos pesticidas, abonos y trabajadores para su cultivo.

Nuestros colaboradores han podido comprobar en Uzbekistán, uno de los principales países productores, los estragos de un cultivo sin control, que está devastando regiones enteras.

NUESTRO ANÁLISIS

- El estudio se ha hecho en colaboración con un instituto de investigación entre octubre de 2007 y febrero de 2008.
- Se centra en los problemas éticos del cultivo del algodón como materia prima y en el análisis de 8 marcas de ropa: C&A, Diesel, Fruit of the Loom, H&M, Ideas, Intermón Oxfam, Lacoste y Nike.
- La información procede, por una parte, de informes de ONG, del sector textil, de sindicatos, empresas

y organismos internacionales y, por otra, de un cuestionario enviado a las 8 marcas estudiadas. En él, pedíamos información sobre sus políticas y actividades en temas clave del cultivo del algodón, como derechos de los trabajadores, regímenes opresivos, trabajo infantil, uso de pesticidas y de algodón ético (eco o comercio justo) y transparencia. En las fichas de las páginas 26 y 27 encontrará los principales resultados.

Competencia desleal

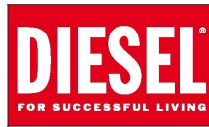
Cinco son los países que se reparten el grueso de la producción de algodón: China, Estados Unidos, India, Pakistán y Uzbekistán. Pero en total son 85 los países productores de algodón en el mundo, de ellos, 80 son países en desarrollo y 28 están entre los países más pobres del planeta. La economía de muchos de ellos depende en gran manera del cultivo del algodón, aunque no sean grandes productores, es el caso de Malí, Benín o Burkina Faso, por ejemplo.

El algodón de Burkina es uno de los más competitivos del mundo, sin embargo sigue siendo demasiado caro en los mercados mundiales. Nada se pue-



C&A

- + Tiene una línea de productos ecológicos.
- + Publica un informe de responsabilidad social, aunque con algunas lagunas.
- + Un tercio de su ropa lleva la certificación Oeko-Tex.
- + Afirma que sus proveedores se comprometen a no comprar algodón uzbeko.
- Sus proveedores no respetan los derechos de los trabajadores en Brasil, China, Pakistán, Turquía, Bangladesh y Rumanía.



Diesel

- + Uzbekistán no figura entre sus proveedores.
- + Tiene un código de conducta, aunque es básico.
- No publica informes ambientales ni de responsabilidad social.
- No hay pruebas de la existencia de controles independientes que verifiquen su código de conducta.
- No vende camisetas de comercio justo o de algodón ecológico.



Fruit of the Loom

- + Todos sus productos respetan la certificación Oeko-tex 100.
- No vende camisetas de comercio justo o de algodón ecológico.
- Sus proveedores no respetan los derechos de los trabajadores en Camboya, Jordania, Marruecos, India e Indonesia.
- No ha contestado a la pregunta sobre el boicot a Uzbekistán.
- No publica informes ambientales ni de responsabilidad social.



H&M

- + Usa algodón ecológico incluso en ropa convencional y vende camisetas de algodón ecológico 100%.
- + Publica un informe ambiental y de responsabilidad social de la empresa.
- + Los proveedores no compran algodón recogido por menores.
- + Da a sus proveedores una lista de sustancias químicas de uso limitado.
- El trabajo infantil y las horas extra siguen siendo un problema entre sus proveedores.

Desastre en el Mar de Aral



1973

Estas imágenes de satélite muestran en qué se ha convertido el Mar de Aral en el corazón de Asia central.



1986

Ha perdido casi la mitad de su superficie al ser desviados 2 ríos que lo alimentaban y que ahora riegan plantaciones de algodón y de arroz.



2006

Ya hay proyectos en marcha para su rehabilitación, pero habrá que esperar años para verlo como fue.

de hacer frente a la competencia del algodón americano subvencionado.

Oxfam en varias ocasiones ha denunciado las consecuencias desastrosas de las ayudas americanas: "Mientras que EE.UU. defiende el libre comercio (...), las subvenciones que concede están a punto de destruir los mercados de los agricultores vulnerables." Y la organización humanitaria recuerda que

en 2001 y 2002 los 25.000 cultivadores de algodón de EE.UU. recibieron subvenciones equivalentes al producto interior bruto de Burkina Faso.

Algunos agricultores producen a pérdidas, pues no son capaces de hacer frente al alza de los costes de producción y comercialización. Y entonces recurren a la mano de obra infantil barata. "No se puede pagar a los trabaja-

VESTIRSE DE ETIQUETA

FLO

El comercio justo se vende en España bajo el sello FLO. Se aplica a prendas que lleven por lo menos un 50% de algodón certificado de comercio justo.



Algodón Orgánico (Bio o Ecológico)

Camisetas hechas con algodón ecológico y camisetas ecológicas en las que también la confección está regulada. En Europa está regulado por la UE.



Oeko-tex 100

Su objetivo es reducir el nivel de residuos perjudiciales en el producto final. Pero también repercute en la salud de los trabajadores al reducir su exposición a los productos químicos más peligrosos.





Ideas

- + Usa algodón ecológico y de comercio justo para sus camisetas.
- + Sus productos llevan la etiqueta con el lugar de origen del algodón.
- + Apoya iniciativas de comercio justo.
- + Hace campaña contra el trabajo infantil en Uzbekistán.
- No publica un informe ambiental y de responsabilidad social de la empresa.



Intermón Oxfam

- + Usa algodón ecológico y de comercio justo en toda la ropa.
- + Sus productos llevan la etiqueta con el lugar de origen del algodón.
- + Hace campaña en favor de los productores de algodón.
- + No compra algodón uzbeko.



Lacoste

- No vende camisetas de comercio justo o de algodón ecológico.
- No publica informes ambientales ni de responsabilidad social.
- No tiene un código de conducta que fije las condiciones de trabajo.
- No apoya iniciativas a favor del medio ambiente.
- Mantiene una controversia con un proveedor indio sobre el trabajo infantil.



Nike

- + Usa algodón ecológico incluso en ropa convencional y vende camisetas de algodón ecológico 100%.
- + Apoya la expansión del cultivo de algodón ecológico.
- + Publica un Informe ambiental, una lista de sus proveedores y el resultado de las inspecciones.
- + Apoya iniciativas para reducir el trabajo infantil.
- + Da a sus proveedores una lista de sustancias químicas de uso limitado.
- No tiene un código de conducta que fije las condiciones de trabajo.
- Algunos de sus proveedores no respetan el salario mínimo.

dores adultos, cuestan 3 veces más que los niños –se lamenta un productor indio ante las preguntas de nuestros colaboradores desplazados sobre el terreno–. Podría dar trabajo a los adultos, si las compañías me pagarán más...”

Came de algodón

De los 5 grandes productores de algodón, EE.UU. es el único país que no recurre al trabajo infantil.

En Uzbekistán, por el contrario, el segundo exportador mundial, las escuelas, que cierran durante la cosecha, forman parte del sistema de trabajo forzado. En otoño se llevan a los niños a partir de siete años en camiones a los campos a recoger el algodón.

La organización de derechos humanos Ezgulik consiguió los testimonios de algunos niños trabajadores: “Participar en la cosecha es obligatorio a partir de 5º grado –explica un alumno uzbeko de 10º grado–. Si alguno se niega, tendrá muchos problemas en la escuela.”

Medio ambiente arrasado

El uso intensivo y sin control de agua y pesticidas provoca estragos en muchas regiones de la Tierra.

El 16% del total de los pesticidas usa-

ÉTICA DE ALGODÓN

- Sin las garantías económicas y sociales del comercio justo, la mayoría de los trabajadores del algodón se ven condenados a la más absoluta precariedad.
- En cuanto a las marcas convencionales con proveedores “limpios”, ni una sola puede garantizar un comportamiento ético en toda su línea de producción.
- Analizando los precios de las camisetas y comparándolos con los resultados éticos, no encontramos ninguna relación directa entre precios más altos y mejores condiciones en la cadena de producción. De hecho, las marcas más caras de las analizadas, Diesel y Lacoste, están entre las que menos garantías sociales y medioambientales ofrecen a los productores. Las marcas éticas (Intermón-Oxfam e Ideas), por su parte tienen unos precios más competitivos.
- La esperanza está en el futuro. La oferta es aún muy limitada como para vestirse de pies a cabeza de manera ética, pero la demanda de los consumidores va en aumento. Les toca mover ficha a las grandes marcas.

dos en el mundo va a parar al algodón. Para hacer una camiseta se necesitan unos 150 g de productos químicos. Y de media, cada hectárea de tierra contiene 1 kg de sustancias peligrosas. Una amenaza real para los trabajadores y también un peligro para los recursos hídricos.

Alrededor del 50% de la producción mundial practica un cultivo de regadío demasiado exigente en agua. ¡Para producir una sencilla camiseta se necesitan 2.000 litros!

La cara humana

De los 10 euros que cuesta una camiseta de algodón, el trabajador que lo ha recolectado sólo recibirá 2 céntimos.

Aumentar un poco esta parte sólo supondría un ligero impacto en el precio que pagan los consumidores.

Pero muchas cosas deben cambiar. En primer lugar el sistema de venta de la materia prima. El algodón se vende en subastas inversas: el fabricante de ropa busca el proveedor que le ofrece más algodón por menos dinero. Y los precios a la baja repercuten en los costes y salarios de toda la cadena de producción.

Debe imponerse un sistema de precio mínimo y primas sociales en toda la cadena de producción que es lo que respaldan las etiquetas sociales. ■

OCU-COMPRMA MAESTRA 327 JUNIO 2008 27

ASIGNATURA	ÉTICA
CURSO	3º E.S.O.
CENTRO	I.E.S. “RIBERA DEL ARGA” PERALTA
DEPARTAMENTO	FILOSOFÍA
PROFESOR / A	Juan Carlos Lera Barrientos

FUENTE	
AUTOR	
TÍTULO	VESTIR SOLIDARIAMENTE
EDITORIAL	OCU – COMPRAMAESTRA (revista editada por lo Organización de Consumidores y Usuarios)
AÑO	nº 327 de junio de 2008
PÁGINA	pág. 25-28
ISBN	DEPÓSITO LEGAL: M-21075-1980 CM 06/08
TIPOLOGÍA	
SOPORTE	Texto impreso
FORMATO	Mixto
TIPO	Expositivo (Argumentativo)
USO	Público
ESTRATEGIAS DE LECTURA	
ANTES DE LA LECTURA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observamos las imágenes que acompañan al texto y las relacionamos con el título y los subtítulos. E indagamos entre los alumnos y alumnas sus preconceptos sobre el algodón: de dónde procede, cómo se cultiva, cómo se recoge... 2. Proponemos a los alumnos y a las alumnas que presten atención a una serie de términos y conceptos relacionados específicamente con la materia o no: comercio justo, solidariamente, ética, ecológico, libre comercio, subvenciones, producir a pérdidas, trabajo infantil, recursos hídricos, subastas inversas, etc. 3. Indagar los conocimientos que tienen de las siguientes marcas: <i>C&A, Diesel, Fruit of Loom, H & M, Lacoste, Ideas, Nike e Intermón Oxfam</i>
DURANTE LA LECTURA	<ol style="list-style-type: none"> 4. Orientamos a los alumnos y a las alumnas sobre cómo leer el texto, sus diferentes partes: en primer lugar el texto central a tres columnas, el recuadro, “nuestro análisis”, donde se especifican los parámetros del mismo; las fichas de las distintas marcas; las imágenes del desastre de Aral; el anexo “vestir de etiqueta”, que nos presenta tres etiquetas de algodón de comercio justo, bio o ecológico, y, finalmente, el recuadro resumen del texto, en color amarillo. 5. Situamos en un mapa los países que se mencionan en el texto: China, Estados Unidos, India, Pakistán, Uzbekistan (especialmente este por ser más desconocido y por su protagonismo en el texto), Malí, Benín y Burkina Faso. Y también el Mar de Aral.

<p>DESPUÉS DE LA LECTURA</p>	<p>6. Solicitamos a los alumnos y a las alumnas que releen el texto apartado por apartado, dadas las dificultades que la discontinuidad del texto presenta.</p> <p>7. Finalmente, solicitamos a los alumnos y alumnas que realicen inferencias sobre las marcas de ropa que aparecen en las “fichas”, cuáles les suenan más o son más famosas, cuáles salen mejor o peor paradas en el análisis, cuáles muestran un mayor grado de responsabilidad ética, ecológica, social o laboral.</p>	
<p>PROCESOS LECTORES</p>		
<p>RECUPERAR - OBTENER INFORMACIÓN</p>	<p>1.</p>	<p>¿Cuáles son los principales países productores de algodón?</p>
	<p>Respuesta</p>	<p><i>China, EE.UU., India, Pakistán y Uzbekistán.</i></p>
	<p>2.</p>	<p>¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta según el texto?</p> <p>a) El algodón de Burkina es uno de los menos competitivos del mundo.</p> <p>b) El algodón se cultiva en climas cálidos y necesita gran cantidad de agua.</p> <p>c) <i>Ideas</i> no apoya iniciativas de comercio justo.</p> <p>d) El algodón se vende en subastas directas.</p>
	<p>Respuesta</p>	<p><i>La b)</i></p>
<p>COMPRENSIÓN GLOBAL</p>	<p>3.</p>	<p>Según las fichas de las distintas marcas de ropa, ¿cuál incumple más criterios de garantías sociales y medioambientales?</p>
	<p>Respuesta</p>	<p><i>La de Lacoste.</i></p>
	<p>4.</p>	<p>Explica el objetivo de las imágenes de satélite sobre el “desastre en el Mar de Aral”:</p>
	<p>Respuesta</p>	<p><i>Pretenden ejemplificar el desastre que ocasiona una producción intensiva de algodón en el medio ambiente debido al elevado consumo de agua necesario.</i></p>

INTERPRETACIÓN INFERENCIAS	5.	¿Qué se entiende por subasta inversa?
	Respuesta	<i>En ese tipo de subastas el vendedor va cantando precios cada vez más bajos hasta que el comprador detiene la subasta en el que le conviene. Este mecanismo de transacción se usa cuando existe abundante oferta.</i>
	6	¿Qué quiere decir la frase última de la columna resumen, en color gris : “Les toca mover ficha a las grandes marcas”?
	Respuesta	<i>Son las grandes marcas, algunas de ellas mencionadas en el artículo, las que tienen que velar por que se cumplan las garantías sociales y medioambientales si no quieren verse relegadas por un consumidor cada vez más concienciado.</i>
VALORACIÓN - REFLEXIÓN CONTENIDO	7.	Analizando los precios de las camisetas y comparándolos con los resultados éticos, ¿a qué conclusiones llega el artículo?
	Respuesta	<i>A que no se encuentra ninguna relación directa entre precios más altos y mejores condiciones en la cadena de producción. De hecho, las marcas más caras de las analizadas, Diesel y Lacoste, están entre las que menos garantías sociales y medioambientales ofrecen a los productores. Las marcas éticas (Intermon-Oxfam e Ideas), por su parte tienen unos precios más competitivos.</i>
	8.	¿Y nosotros, como consumidores, qué podemos hacer?
	Respuesta	<i>Demandar prendas que cumplan con los mencionados criterios sociales y medioambientales, aquellas que lleven las etiquetas de comercio justo y ecológico, mencionadas en el artículo. Sin que eso, además, suponga un mayor desembolso para nuestros bolsillos.</i>
VALORACIÓN - REFLEXIÓN FORMA	9.	¿Qué quiere decir el artículo con la expresión: “carne de algodón”?
	Respuesta	<i>Es un juego de palabras que recuerda la expresión: carne de cañón, que se usa para referirse a la tropa inconsideradamente expuesta a peligro de muerte. Aquí, los expuestos son los niños, explotados, por un salario hasta tres veces inferior. En Uzbekistán se ven obligados a ello, cerrándoseles incluso las escuelas.</i>

	10.	Describe las distintas partes en que está estructurado externamente el texto para conducir al lector hacia la conclusión.
	Respuesta	<i>En primer lugar, el texto central a tres columnas; el recuadro: “nuestro análisis”, donde se especifican los parámetros del mismo; las fichas de las distintas marcas; las imágenes del desastre de Aral; el anexo “vestir de etiqueta”, que nos presenta tres etiquetas de algodón de comercio justo, bio o ecológico y, finalmente, el recuadro en color amarillo destaca las conclusiones.</i>