

UNIDAD
DIDÁCTICA

ARROPA



ARRROPA
la otra vida de la ropa

UNIDAD DIDÁCTICA

OBJETIVOS

- A. Promover valores de solidaridad, justicia y sostenibilidad entre las personas jóvenes del voluntariado de Caritas y la población estudiantil de Burgos de secundaria y universidad.
- B. Concienciar sobre la importancia de los modelos de consumo y los compromisos como consumidores en el cambio social.
- C. Abrir nuevas expectativas sobre la utilización de los productos textiles que ya no se usan así como al reciclado sostenible y respetuoso con el medio ambiente.
- D. Acercar de forma creativa a las posibilidades de transformación de los productos una vez que no se utilizan para darles nuevas salidas.

Contenidos.

1. Quién produce la ropa que nos ponemos y en qué condiciones.
 - Reportaje 1
2. Cómo está relacionado con nuestros hábitos de compra.
 - Reportaje 2
3. Qué hace Caritas en Burgos. (Vídeo)
 - Reportaje 3
4. ¿Qué puedo hacer yo? Campaña ropa limpia.
5. Anexos: contenidos teóricos de cada bloque.

INTRODUCCIÓN

El proyecto ARRROPA nace en Caritas como parte de la sensibilización que pretende conseguir la actividad textil que desarrolla en diversos centros. Concienciar sobre la necesidad de reducir el consumo, reutilizar y reciclar el excedente de ropa, forma parte de los objetivos de este proyecto que realiza en toda la provincia cada día una actividad importante de recogida de ropa y procesamiento con fines de sostenibilidad y de integración social.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

Contenidos y preguntas para el diálogo

BLOQUE 1

1. Comprobamos todos las **etiquetas de la ropa** que llevamos puesta:
 - ¿Dónde están fabricadas?; ¿Te sorprende saberlo?; ¿Preguntaste al comprarlo si implicaba trabajo esclavo o infantil?

BLOQUE 2

2. Vemos **Reportaje 1: Camboya y Bangladesh, la máquina de coser de los países ricos.** 2'15
Compartimos las siguientes preguntas:
 - ¿Recuerdas el desastre del hundimiento en Rana Plaza? ¿Qué sensación te produjo?
 - ¿Sabías antes de ver este reportaje en qué condiciones fabrican la ropa en los países en desarrollo?
 - Tan solo 18 Céntimos por cada prenda recibe el trabajador, con salarios ínfimos. ¿Cómo están relacionados nuestros hábitos de compra y la situación de pobreza de miles de personas?
 - ¿Qué te hace pensar este reportaje?

BLOQUE 3

3. Vemos el **Reportaje 2: Producción textil en países con mano de obra barata.** 4'37
 - ¿Entiendes las implicaciones que tiene comprar barato?
 - ¿Elegirías comprar en tiendas donde se cumplen códigos éticos aunque fuera un poco más caro?
 - ¿En manos de quién está la decisión para cambiar esto?

BLOQUE 4

4. Vemos el **Reportaje 3: Proyecto ARRROPA Caritas Burgos.** 5'
 - ¿Conocías el trabajo de Caritas con la ropa?
 - ¿Qué te parece que tu ropa reciclada pueda favorecer el empleo de otras personas?
 - Unimos sostenibilidad y economía solidaria, multiplicando la solidaridad de la gente.

BLOQUE 5

5. Compartimos la lectura del siguiente **código ético**. La campaña "Ropa limpia" lleva años trabajando por las condiciones justas del sector. Puedes encontrar más información en:
<http://www.ropalimpia.org/>

ANEXOS

BLOQUE 1

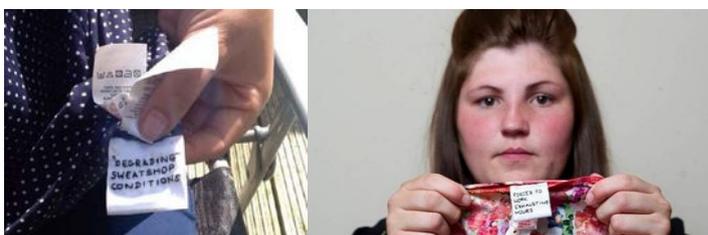
¿Dónde compro?

Un acto tan sencillo como es el de entrar a una tienda a comprar ropa, tiene una serie de implicaciones enormes de las que no solemos ser conscientes.

¿Conoces la situación social y económica del país donde está hecha tu prenda?; podrías investigarlo. En muchos de los casos, verás que la población tiene indicadores de pobreza y de falta de derechos. Es la trastienda del planeta globalizado.

Como ya sabrás, muchas marcas de producción textil, tienen sus talleres de diseño producción y logística en los países del norte, pero externalizan la producción de las prendas a países en desarrollo donde ahorran una buena cantidad de costes dados los bajos salarios que se pagan, las ventajas fiscales y los escasos derechos laborales de esas personas.

Las últimas tragedias en edificios como el de la India, nos da idea de las situaciones de indefensión laboral y de precariedad que sufren muchas de las personas que trabajan para que nosotros podamos vestir barato.



Recientemente han aparecido en prendas que luego se han difundido por internet, etiquetas añadidas de las propias personas que fabrican, expresando las condiciones en las están trabajando.

La producción textil es uno de los grandes negocios del planeta que cada vez está siendo más y más acaparado por compañías multinacionales que negocian el precio del algodón y las materias primas, creando grandes trusts de interés. Amancio Ortega, de Inditex, España, de toda la fortuna que amasa, la mitad proviene del negocio inmobiliario añadido a su empresa de textil. Al final, se trata de grandes corporaciones que ganan muchísimo dinero con la paradoja de que esa riqueza la genera la especulación inmobiliaria y la especulación con el trabajo de las personas pobres.

BLOQUE 2

La deslocalización de la producción

Actualmente, la mayoría de las empresas textiles y de material deportivo, subcontrata toda o parte de su producción a países del sureste asiático, especialmente a China. La consecuencia de esta deslocalización de la producción desde el punto de vista medioambiental, es el incremento en los requerimientos del transporte, lo que supone un aumento de las infraestructuras y de la contaminación.

De fondo está el problema de las subcontrataciones. Las grandes empresas se sujetan en muchos casos a controles de calidad, pero subcontratan los servicios de producción que no están sujetos a estos protocolos, con lo cual, las marcas aparecen como éticamente responsables, cuando no se hacen cargo a posteriori de las garantías mínimas de las personas que confeccionan las prendas al estar subcontratadas.

La ropa y los derechos humanos. Condiciones laborales en el sector textil.

Como ya hemos señalado, la gran mayoría de ropa que encontramos en nuestras tiendas ha sido confeccionada en países empobrecidos. Las empresas propietarias de las marcas, que suelen ser de países europeos y de América del Norte, subcontratan la producción a otros países porque les supone una reducción muy importante en los costes, tanto laborales como fiscales. En los países empobrecidos, la manufactura suele llevarse a cabo en las denominadas “maquilas”. Son fábricas destinadas a la producción de manufacturas textiles para su exportación, donde se realizan trabajos mecánicos y con pocos requerimientos tecnológicos.

Las maquilas están, a menudo, en Zonas Francas, unas áreas delimitadas mediante vallados. El uso del suelo en esas Zonas Francas, suele estar libre de impuestos. Por otra parte, las empresas que subcontratan las maquilas en Zonas Francas gozan de condiciones fiscales muy ventajosas para la entrada y salida de capital y mercancía del país.

¿Qué condiciones de trabajo pueden darse en las maquilas?

Las trabajadoras (son mujeres, la mayoría) cobran sueldos que les permiten a duras penas, sobrevivir. Suelen comenzar el trabajo con catorce años y no lo hacen, habitualmente, más allá de los 25, debido al enorme desgaste que sufren en los puestos de trabajo.

Muchas veces no existen contratos por escrito y las empresas despiden a las trabajadoras sin ningún tipo de indemnización.

Las jornadas laborales suelen ser de 12 a 14 horas diarias. Con suerte disponen de un día libre a la semana, o una semana de vacaciones al año.

Se exigen cotas de producción diarias muy altas. Se obliga, a las trabajadoras, a hacer un buen número de horas extra, que a menudo, ni se contabilizan ni se pagan.

Los sindicatos, suelen estar prohibidos o manipulados. Las condiciones sanitarias y las medidas de seguridad suelen ser muy pobres o inexistentes.

Los talleres del sudor

Debido a las pésimas condiciones laborales en las que se trabaja, las maquilas también se conocen como “talleres de sudor” (sweatshops). Es importante no olvidar que también existen los sweatshops en los países del Norte, dentro del sector de la economía sumergida.

¿Te imaginas que todo el mundo preguntáramos en la tienda dónde ha sido fabricada la prenda y en qué condiciones medio ambientales y de justicia social?

Cuando compremos ropa o cualquier otro producto, además de satisfacer una necesidad o deseo, estamos colaborando económicamente con todos los procesos que hicieron posible el artículo. El consumo responsable conduce a informarnos acerca de cómo se llevaron a cabo estos procesos, para evaluar si queremos o no colaborar con ellos. Así, además de informarnos acerca de la calidad de una pieza, podemos tener en cuenta factores de tipo ambiental y social.

BLOQUE 3

Materias primas

Las fibras naturales se obtienen mayoritariamente de explotaciones agrarias intensivas. Esto implica el uso de fertilizantes y plaguicidas químicos, perjudiciales tanto para nuestra salud, como para el equilibrio ecológico de las tierras de cultivo.

Las fibras artificiales proceden de industrias químicas, que vierten residuos contaminantes a los ríos y a la atmósfera. Las fibras sintéticas, además, son derivadas del petróleo, un recurso no renovable y que genera un impacto ambiental enorme, sobre todo por su contribución al cambio climático. La mayor problemática, desde el punto de vista ambiental, es el PVC.

Así mismo, en el proceso de producción del calzado deportivo, también se utilizan productos agresivos, tanto para nuestra salud como para el medio ambiente.

La goma y la cola utilizadas para la elaboración de las suelas del calzado deportivo son, a menudo, derivados del petróleo. En los últimos años, la demanda de fibras naturales creció paralela a la conciencia de los límites ambientales, así como a la constatación del impacto ecológico que

comporta la producción de fibras sintéticas. También se observa un rechazo de las fibras animales, obtenidas, mayormente, con procedimientos que les provocan dolor a estos seres. Recientemente se está comenzando a obtener fibras a partir de envases de plástico usados, en un intento de reutilización de los recursos materiales.

Producción de tejidos

Antiguamente sólo había mercado de fibras textiles naturales. Se vestían ropas de fibras como el algodón, el lino, la lana o la seda. Generalmente, la gente sabía distinguir, por el tacto o por una simple inspección visual, de qué tipo de fibra se trataba. La tradición familiar transmitida de padres y madres a hijos e hijas era el sistema para conocer las propiedades de cada artículo y del método para tratarlo en el lavado o a la hora de planchar. Hoy en día, además de las fibras naturales, se utilizan cada vez más, las fibras artificiales, que se obtienen mediante síntesis química, y las fibras sintéticas, que se obtienen también mediante síntesis química a partir de derivados del petróleo.

Fibras naturales

Lana, Seda. Algodón, Lino,

Fibras sintéticas

Poliéster, Nylon, Lycra, Poliamida, Tergal

Fibras artificiales

Acetato, Rayón, Viscosa

Hoy en día, aunque disponemos de la información referida al etiquetaje de composición y al etiquetaje de conservación (cómo debe ser tratada), nos queda mucho camino por hacer para que la etiqueta refleje verdaderamente las condiciones y las implicación de la fabricación de esa prenda.

En este punto del proceso, el mayor problema deriva del uso de tintes y del blanqueado de los tejidos.

Los tintes suelen ser de origen químico, y por tanto, perjudiciales para el medio ambiente y para las personas trabajadoras y consumidoras. Los sistemas de tinción y blanqueado de las piezas están siendo sustituidos lentamente, sobre todo en la producción ecológica, por una química menos agresiva y por el uso de sustancias ecológicas y naturales con el fin de reducir su impacto contaminante.

Las pieles

Algunas especies de animales, como la nutria, el lince o la marta, están en peligro. Por este motivo, hacer abrigos con sus pieles no es sostenible ni ético. En otras ocasiones las pieles provienen de capturas hechas con brutalidad, como en el caso de las focas. Por otra parte, la fabricación de piel –proceso de limpieza, curtido y tinte- acostumbra a llevarse a cabo con riesgo para la salud del personal trabajador, especialmente en los países en los que las regulaciones sanitarias y de seguridad son escasas.

En el caso del cuero, puede ser curtido de manera vegetal o al cromo. El curtido al cromo, que se introduce en el siglo XIX, utiliza, además del cromo, productos químicos como el cadmio, el aluminio, el titanio o el zirconio.

Aunque últimamente las legislaciones limitan el vertido de contaminante y el consumo de agua, es bien cierto que este proceso provoca vertidos de aguas y residuos sólidos con elementos tóxicos de gran impacto ambiental.

Iniciativas de Certificación Social

Actualmente existen iniciativas tanto a nivel europeo como a nivel internacional que avalan mecanismos independientes de verificación. Algunas de esas iniciativas están compuestas por empresas textiles, sindicatos y organizaciones sin ánimo de lucro y garantizan una verificación independiente y objetiva de la aplicación de los códigos de conducta. Otras, sin embargo, son promovidas únicamente por alianzas de empresas. Desde la Campaña “Ropa Limpia” no se cree que garanticen un mecanismo de control y monitoreo suficientemente objetivo.

Existen varias: A Fair Wear Foundation (FWF); A Ethical Trading Initiative (ETI); A Fair Labour Association (FLA); Business Social Compliance Initiative (BSCI).

La más conocida es: El Global Compact, una iniciativa de la ONU para promover la responsabilidad social de las empresas a nivel mundial. Se trata de un pacto voluntario que firman las compañías y que las compromete a aceptar diez principios básicos, definidos por la ONU para la actividad empresarial transnacional. La firma del Global Compact no implica un control o monitoreo en la cadena de producción.

Certificación Social

Es deseable que podamos saber si la ropa que encontramos en las tiendas se fabricó siguiendo un código de conducta. Para esto, sería necesario contar con lo que se denomina “**certificación social**”: un sello en las etiquetas que garantice que la ropa se confeccionó con criterios éticos.

En el ámbito europeo se dieron algunos pasos en esta dirección, pero aún no existe un sistema aceptado internacionalmente. Algunas empresas de auditoría crearon la Certificación SAI8000, que acredita que las empresas que la reciben pagan un salario suficiente para vivir. No obstante, no

examina a las empresas subcontratadas por la empresa acreditada y no tiene en cuenta el papel de los sindicatos. El proceso de auditoría es impreciso y se aqueja de falta de transparencia y control públicos.

Actualmente existe el sello Fairtrade Labelling Organizations (FLO), que es como se denomina a la organización internacional responsable de la definición y de la certificación de los estándares del Comercio Justo. Permite que más de un millón de personas que dependen de ellos, en 50 países, se organicen y beneficien del Comercio Justo con el sello. Este sello certifica, que productos textiles y de alimentación que carecen de explotación laboral infantil, mantienen unas relaciones laborales que garantizan salarios dignos e igualdad de género.

Códigos de conducta

En los últimos años, se está haciendo hincapié en que las empresas elaboren y cumplan lo que se denominan “códigos de conducta”: un conjunto de normas mediante las que la empresa enseña su compromiso con el cumplimiento de los derechos humanos en todas sus operaciones y en todos los países en los que trabajan, con respecto a las leyes nacionales (en especial a las leyes laborales y a los Convenios Laborales Internacionales), y con cuidado en la defensa del medio ambiente.

La campaña “Ropa Limpia” (CRL), elaboró en 1998 un código de conducta para la industria de la confección y de la indumentaria deportiva, apoyada por varias organizaciones sindicales internacionales. Este código hace referencia a las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), e incluye el cumplimiento de estos principios.

- Libertad de asociación
- Derecho de negociación colectiva
- No a la discriminación
- No a los trabajos forzados o a la esclavitud
- Edad mínima para trabajar de 15 años
- Medidas sanitarias y de seguridad
- Semana laboral de un máximo de 48 horas y doce extras voluntarias máximas.
- Derecho a un salario digno y al establecimiento de una relación de empleado (un contrato)

A pesar de que algunas empresas ya empiezan a elaborar su propio código de conducta, muchas veces los códigos no son más que “agua de borrajas”, puesto que no se cumplen.

Por otro lado, ya se firmaron algunos acuerdos para hacer un seguimiento independiente entre la campaña Ropa Limpia y algunas empresas. Hay fábricas que, después de aplicar códigos de conducta durante cuatro o cinco años, se convirtieron en más prósperas que antes, porque el personal trabajador se compromete con una producción de calidad. Por otra parte, algunas empresas comenzaron a elaborar una “memoria social” o “memoria de sostenibilidad”, en la que explican su comportamiento a nivel social y ambiental.

BLOQUE 4

La ropa de segunda mano

En todo el Estado, aún no está extendida como en otros países la “cultura de la ropa de segunda mano”. Sin embargo, existen varias empresas e instituciones dedicadas a eso. Algunas las donan gratuitamente a sus futuros usuarios/as, otras la venden. En Caritas hacemos ambas cosas. Lo que no hacemos es venderla en países de la periferia económica, por debajo de su precio de mercado, lo que constituye una competencia desleal, que perjudica mucho a la economía de estos países. De ahí que sea importante dar la ropa a entidades que se sepa a ciencia cierta que le da un fin social y no la deriva a mercados donde puede causar perjuicios. Ha sido el caso reciente de Humana que aprovechaba la donación para especular con la ropa.

La organización AERESS (Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria), agrupa centros en varios puntos del Estado dedicados a la recuperación de diversos materiales, entre ellos, ropa. Estos centros dan trabajo a sectores sociales marginados, favoreciendo su reinserción social. Este es también el objetivo de distintos centros de Cáritas Diocesana Española y de la organización Traperos de Emaús. Unicef y Médicos Sin Fronteras.

Reciclaje

Inevitablemente, después de un determinado período de uso, llega un momento en que una pieza de ropa ya no se puede usar para vestir. Sin embargo, el tejido del que está hecha es un recurso material que sí puede ser útil.

Si tiramos la ropa a la basura, estamos desaprovechando este recurso. La ropa acabará probablemente en un vertedero o en una incineradora. Aunque parezca que “desaparece”, no es así, puesto que la materia no se crea ni se destruye, sino que se transforma.

En un vertedero, la ropa contribuirá a agrandar el montón de basura, hasta que se descomponga, si es de fibras naturales, después de muchos años. En una incineradora, se convertirá en ceniza y humo que, según cuales sean los componentes del tejido, pueden ser contaminantes y tóxicos y,

por tanto, perjudiciales para la salud de los seres vivos y del medio ambiente.

Las 3R

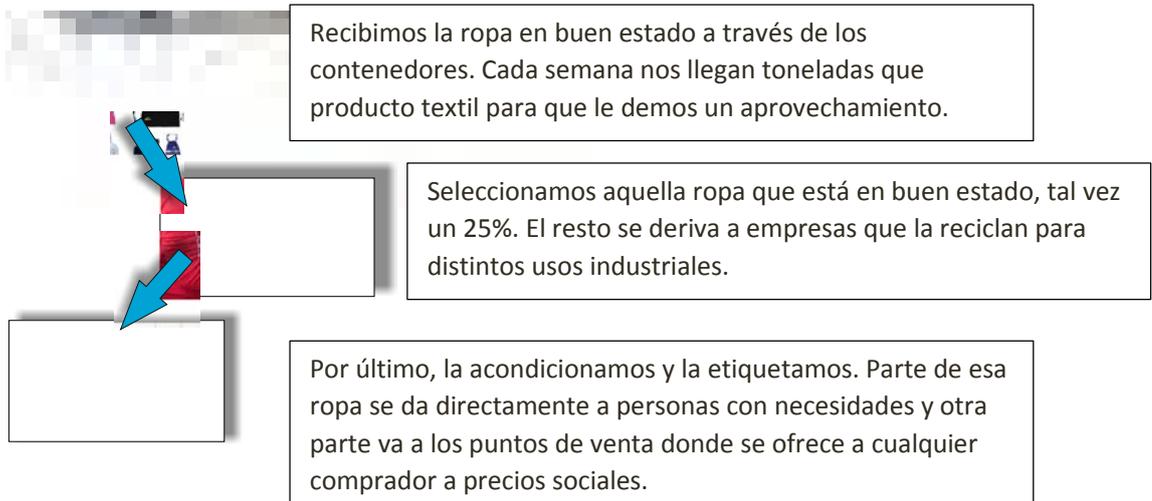
Siempre es conveniente tener presente el principio ecológico de las “tres R”: Reducir, Reutilizar y Reciclar, en ese orden. En primer lugar, minimizar la cantidad de ropa de primera mano que compramos. Después darle segundos usos a la que ya no nos sirva. Finalmente, tirar la ropa inútil en colectores específicos para su reciclaje posterior.

Si nos gusta coser y tenemos imaginación, podemos crear nuevas piezas divertidas a base de parches y retales.

Si finalmente optamos por tirarla en colectores especiales para ropa, desde donde será recogida por empresas especializadas en el reciclaje de tejidos, tendremos que informarnos acerca de dónde podemos encontrar un contenedor en nuestro municipio (colectores en algunos puntos comerciales, centros de recogida o puntos limpios). Caritas tiene contenedores por toda la provincia y aquí en la ciudad de Burgos en numerosos sitios.



¿Qué hacemos en Caritas con la ropa que nos llega?



La ropa y el medio ambiente

Cuando estamos en una tienda de ropa, vemos las piezas como objetos que pueden satisfacer una necesidad o un deseo. Sin embargo, estos objetos no “caen del cielo”, sino que llegan hasta la tienda después de

múltiples procesos de producción, que tienen unas implicaciones medioambientales y sociales importantes.

A lo largo de todo el ciclo de vida de la ropa, los momentos donde se producen mayores impactos ambientales son en la obtención de las materias primas y en la producción de tejidos.

Algunas preguntas acerca del Consumo Responsable

Como se ha dicho, consumir no es solamente satisfacer una necesidad o un deseo individual, a pesar de que esta sea la percepción que tenemos habitualmente. Al dar dinero a cambio de un bien o servicio, colaboramos económicamente con todos los procesos que lo hicieron posible, seamos o no conscientes de eso.

Estos procesos tienen implicaciones de carácter económico, social y medioambiental. El consumo responsable consiste en tener en cuenta estas repercusiones, en el momento de escoger entre distintas opciones de consumo.

Consumo responsable, ¿por qué?

El consumo responsable nos permite ser más coherentes con nuestros principios. Por ejemplo, supongamos que queremos contribuir a un mundo más sostenible. El consumo responsable nos lleva a investigar sobre las implicaciones medioambientales de los distintos tipos de tejidos y a escoger aquellos menos perjudiciales para la sostenibilidad. Además de esta dimensión ética personal, el consumo responsable es una poderosa herramienta de transformación social, si lo llevamos a cabo de forma colectiva o coordinada, puesto que el consumo juega un papel fundamental dentro del sistema económico actual, es la energía que mueve la máquina: sin consumo no hay movimiento económico. Aquellos actores (empresas) a los que suministremos más energía (dinero), serán los que tengan mayor poder económico.

Hoy en día, el poder político está muy subordinado al poder económico, de manera que es este quien traza las directrices del devenir social. Entonces, el consumo nos une directamente a todas las personas consumidoras con el gobierno real del mundo. Podemos decir que, hoy en día, nuestros “votos” en las tiendas son más influyentes que nuestros votos en las urnas. Quizás estemos en desacuerdo con las situaciones de injusticia que se dan en nuestro mundo; a lo mejor le dedicamos una parte de nuestro tiempo de ocio a colaborar con alguna organización que contribuya a frenarlas. Sin embargo, podemos no ser conscientes de que favorecemos estas situaciones de injusticia al comprar nuestra ropa (o cualquier otro artículo), dándoles el dinero a quien las establece. Sin un consumo responsable, lo que potenciamos a través de nuestro consumo puede ser contradictorio con lo que quisimos potenciar en el ámbito social a través de nuestra acción.

¿Cómo podemos llevar a cabo un consumo responsable?

Al final de este apartado, encontraremos direcciones y publicaciones de varias organizaciones dedicadas a dar información para un consumo responsable. Podemos usarla en nuestros actos de consumo cotidianos.

La dimensión social del consumo responsable se puede reflejar en forma de distintos tipos de campañas.

Presión en positivo

Son aquellas campañas en las que la ciudadanía presiona a las empresas fabricantes para que modifiquen ciertos aspectos de su comportamiento. La presión se puede ejercer mediante el envío de postales, cartas, acciones de denuncia en la calle o a través de la participación en la Junta de Accionistas de las empresas (para esto es necesario poseer acciones de las empresas, claro).

La Campaña “Ropa Limpia”, entra dentro de esta categoría. Algunos de los objetivos que consiguió en el Estado Español son los siguientes:

- ▶ Cerca de 15.000 tarjetas postales enviadas a las multinacionales Nike y Adidas, demandando un control independiente para sus códigos de conducta.
- ▶ Cerca de 10.000 tarjetas postales enviadas a las principales marcas de ropa española demandando más transparencia en sus políticas de responsabilidad social.
- ▶ Resoluciones de apoyo al Parlamento de Cataluña y mociones de apoyo de diversos municipios estatales.

Otros ejemplos de campañas de presión son la campaña contra la deforestación de las selvas tropicales, liderada por Greenpeace, que consiguió que la multinacional IKEA se comprometiera a que la madera de sus muebles proceda de bosques explotados de forma sostenible; o la Campaña del Sur, llevada a cabo por el grupo alemán BUKO Pharma Kampagne, que consiguió que varias empresas farmacéuticas dejen de promocionar en el Sur algunos medicamentos, peligrosos o innecesarios, que el gobierno mejore la legislación para la exportación de alimentos y que estos se etiqueten correctamente.

Boicot

En las campañas de boicot, las personas consumidoras ejercen presión sobre las empresas fabricantes dejando de adquirir sus productos mientras no se modifiquen ciertos aspectos de su comportamiento.

El boicot puede generar una respuesta más rápida que las campañas de “presión en positivo”, ya que las empresas son muy sensibles a las disminuciones en sus ingresos.

Por ejemplo, varias organizaciones ecologistas promovieron hace pocos años en el Estado Español, un boicot a las botellas de agua de plástico de PVC por los peligros que suponen para la salud. La industria tardó muy poco tiempo en pasar a envasar el agua en botellas de plástico PET. Una respuesta rápida puede ser, también, más “drástica”, lo que genera algunos temores. En el caso de la “Campaña Ropa Limpia”, por ejemplo, muchas de las maquilas de los países del Sur piden que no se organicen campañas de boicot, porque temen que eso pueda conllevar la pérdida de puestos de trabajo. Prefieren que sus condiciones laborales se puedan mejorar lenta y progresivamente, mediante campañas de presión. La “Campaña Ropa Limpia” formula el boicot, sólo en casos extremos, como el de la lencería “Triumph”.

El boicot a Triumph

Myanmar (antigua Birmania) es un país gobernado por una de las más tiránicas dictaduras militares de nuestro tiempo, que explota a su población violando sistemáticamente los derechos humanos más elementales.

Hombres, mujeres e infancia, trabajan bajo todas las formas de violencia; muchas universidades cerraron; y alrededor de 1.500 presos y presas políticas son sometidas a torturas sistemáticamente. El 50% del presupuesto nacional se lo lleva el Ministerio de Defensa. Triumph International, es una multinacional suízo-alemana, una de las mayores empresas europeas en el sector de la lencería. Desde 1997, confecciona parte de sus piezas en una fábrica, al norte de la capital Rangún, en la que trabajan cerca de un millar de habitantes birmanos, durante 48 horas a la semana, y a cambio de un dólar diario (según el director de Triumph en el Reino Unido). Casi la totalidad de la producción se destina a la exportación.

La “Campaña Ropa Limpia”, junto con “Burma Campaign UK” y otras organizaciones sindicales y sociales, mantuvo una campaña de boicot contra los productos de la multinacional, hasta que dejara de fabricar en Birmania. La Campaña les pedía a las personas consumidoras que mandasen postales virtuales a Triumph, manifestando su preocupación por la situación en Birmania y su intención de no comprar productos Triumph hasta que abandonara el país.

Esto ya se había hecho con empresas como C&A, Ericsson, Heineken, Phillips, Levi Strauss, Appel, Pepsi o Reebok, entre otras. La campaña tuvo su efecto y Triumph abandonó el país.

¿Hay empresas buenas y empresas malas?

Muchas personas consumidoras piden que se les facilite una lista de “empresas que conviene evitar”; y otras “empresas que conviene potenciar”. Sin embargo, estos listados constituirían una simplificación peligrosa. Nadie lo hace “todo bien” o “todo mal”.

Por otro lado, hay que tener presente que cada persona tiene sus propios principios y que cada una es quien tiene que valorar a las distintas empresas según nuestro propio criterio.

¿El consumo responsable, es más caro?

Es cierto que los artículos producidos respetando el medio ambiente y a las personas (como los productos ecológicos o los de Comercio Justo), suelen ser más caros que los convencionales. Ahora bien, si queremos hablar desde la equidad y la justicia, deberíamos formular la pregunta en sentido contrario: no son los productos convencionales demasiado baratos? Quizá el caso más claro, es el de la alimentación:

Las grandes explotaciones intensivas producen grandes cantidades de comida, que llega a nuestros mercados con precios muy bajos. Pero estos precios esconden el hecho de que la tierra se cultiva de una manera insostenible, de que la mano de obra es explotada y de que se benefician concentraciones empresariales en detrimento de las economías locales. Un sistema agrícola equilibrado y justo es, sencillamente, inviable, a precios tan bajos.

De todas maneras, los artículos que nos ofrecen las grandes multinacionales, como la ropa, no tienen porqué ser más caros si se producen en condiciones laborales justas. Los costes salariales son siempre inferiores al 5% del precio de un artículo de ropa, de manera que a las multinacionales les queda mucho margen para mejorar las condiciones laborales. Por ejemplo, podrían reducir, en compensación a los abultados beneficios que se meten en el bolsillo o a los multimillonarios presupuestos para publicidad, y, aún así, podrían mantener seguramente los precios de venta.

En cualquier caso, a la hora de escoger entre una pieza confeccionada en bajas condiciones laborales y otra más cara, pero fabricada en condiciones dignas, la última palabra la tenemos las personas consumidoras. Cada una de nosotras podemos calibrar cuales son nuestras prioridades y como administramos nuestro dinero de acuerdo con nuestros principios.

Para esto, es necesario un esfuerzo personal. La sociedad de consumo en la que vivimos nos hace ver como muy importante tener el último modelo de coche o de moto, tener el armario lleno de ropa de la última temporada o tener la casa llena de juguetes que nuestros hijos e hijas no van a disfrutar.

La importancia de alimentarnos de forma sana, para nosotras y para el planeta, o de respetar los derechos humanos de quien confecciona nuestra ropa, no sale por la televisión. Es cada una de nuestras conciencias la que tiene que poner cada cosa en el lugar que le corresponde. Uede ser una buena idea, anotar nuestros gastos mensuales y analizar si el dinero que dedicamos a cada concepto es proporcional a la importancia que le damos o al beneficio que nos reporta.

Criterios para un consumo responsable

- 1- Preguntarnos si lo que vamos a comprar va a satisfacer realmente una necesidad o un deseo, o bien, se lo compramos de forma compulsiva.
- 2- Detenernos a pensar cómo administramos nuestro dinero, para hacerlo de manera coherente con nuestros principios.
- 3- Buscarnos alternativas que minimicen la explotación de materias primas (intercambios, segunda mano, reparación, reutilización, etc)
- 4- Reparar en qué tipo de comercio queremos favorecer.
- 5- Asegurarnos de la calidad de lo que compramos, de cara a adquirir bienes más saludables y duraderos.
- 6- Informarnos acerca de las repercusiones sociales y medioambientales de los bienes y servicios.
- 7- Pedirle información al personal de las tiendas.
- 8- En caso de ser defraudada, ejercer nuestro derecho como personas consumidoras.
- 9- Hacer un buen mantenimiento de nuestras cosas.
- 10- Cuando acabe la vida útil de un producto, tíralo selectivamente de manera que se pueda reciclar el material del que está hecho.

CARITAS TE RECOMENDAMOS

- Que recicles tu ropa usada pero en buen estado en los contenedores donde recogemos este excedente cada semana.
- Que no acumules ropa ni compres innecesariamente.
- Que acudas a nuestros puntos de venta en Aranda, Miranda, Burgos y otras poblaciones para ver si, antes de comprarte una prenda nueva, puedes adquirirla de segunda mano.

BLOQUE 5

CÓDIGO ÉTICO

¡Conviértete en un consumidor o consumidora crítico!

La Campaña Ropa Limpia no puede proporcionar una lista de minoristas o fabricantes «limpios». La situación actual todavía no nos permite sentirnos lo suficiente cómodas para promocionar o recomendar ninguna empresa (a todas les queda todavía un camino largo por recorrer). Esta web te ofrece información sobre los adelantos sociales de las empresas y qué pasos han

dado por lograr unas condiciones laborales más favorables en sus cadenas de distribución.

¡Infórmate de los adelantos de las marcas!

Algunas empresas han dado pasos con respecto al establecimiento de políticas, por ejemplo con la puesta marcha de un código de conducta que haga referencia a los principios de la Organización Internacional del Trabajo-OIT. Formar parte de estas iniciativas no significa que todas las prendas de ropa que la empresa comercializa sean aceptables. Quiere decir que la empresa se ha comprometido a cumplir un programa de trabajo determinado, y que los trabajadores y trabajadoras y sus organizaciones tienen el derecho de presentar quejas a la Iniciativa si piensan que la empresa miembro ha infringido el código. ¡No dejes de preguntar!

Haz todas las preguntas que haga falta a la tienda dónde te compras ropa. Algunas de las cosas que puedes preguntar son:

- ¿Dónde se fabricó esta prenda de ropa?
- ¿Sabéis cuanto se pagó a las personas trabajadoras por producirla?
- ¿La marca tiene un código de conducta?
- ¿Están garantizados la libertado de afiliarse a un sindicato y el derecho de recibir un salario digno?
- ¿Las condiciones de trabajo se controlan de una manera fiable?
- ¿Hay informes de la fábrica donde se produce disponibles para los consumidores y consumidoras?

Si la persona que os atiende responde a cualquier de estas preguntas, pedidle que os dé pruebas. La mayoría de las ocasiones, los dependientes y dependientas desconocerán las respuestas, pero si continuamos insistiendo y preguntando llegará un momento en que sus supervisores acabarán pidiendo las respuestas a las marcas, hartos de recibir preguntas de su personal que no saben contestar.

¿Qué puedes hacer individualmente?

- Apoya campañas y acciones puntuales de presión y denuncia.
- Interésate por la responsabilidad de las empresas productoras. Puedes encontrar información en publicaciones como ésta o en la página web de las campañas de defensa de los derechos laborales.
- Pide información a las empresas para demostrar que las personas consumidoras estamos preocupadas por el origen de sus productos. Haz reclamaciones cuando las etiquetas no reflejen dónde han sido confeccionadas las prendas.
- Pide a los establecimientos comerciales cuál es la procedencia de las piezas. Hay muchas empresas internacionales de las que no disponemos de información sistematizada. Como persona consumidora tienes derecho a interesarte por las medidas que adoptan las firmas que venden la ropa.

¿Qué puedes hacer colectivamente?

- Forma un grupo de activistas en universidad, en tu barrio o en tu ciudad. Si formas parte de una asociación o colectivo, adhiérete a la red CRL y ayúdanos a difundir las denuncias y las Acciones Urgentes.

- Organiza acciones de calle de reivindicación y presión a las empresas textiles.

- Participa en un grupo que ya exista. Hay grupos vinculados a ONG's, sindicatos y asociaciones de personas consumidoras en muchas ciudades.

Todas estas acciones buscan estar al servicio de las personas trabajadoras y éstas prefieren conservar su trabajo. Cuando denunciemos un caso ponemos todos los esfuerzos para evitar que las empresas decidan dejar de hacer negocios con una fábrica o con un determinado país y llevarse la producción a otro lugar. Lo que pedimos es un modelo de producción que no ejerza una presión intolerable en los trabajadores y trabajadoras por hacer entregas más rápidas, y en los intermediarios por vender más barato, dos factores que empeoran las condiciones de trabajo.