

Globalització i cinema



CINEMA^{per}a estudiants

L'actual procés de globalització. Films per tractar el tema:



- **ALOE. Sinopsi:** Dos joves amics es qüestionen el significat del terme globalització un calorós dia d'agost.

http://www.mcu.es/bbddpeliculas/buscarDetallePeliculas.do?brscgi_DOCN=000039609&brscgi_BCSID=3b82c929&language=es&prev_layout=bbddpeliculasResultado&layout=bbddpeliculasDetalle

- **ORO NEGRO. Sinopsi:** Documental sobre el comerç i consum del cafè i sobre els esforços de diverses cooperatives d'Etiòpia per aconseguir un preu just per al seu cafè.

<http://www.labutaca.net/films/59/oronegro.php>

- **BATALLA EN SEATTLE. Sinopsi:** El 1999, milers de manifestants van sortir al carrer en protesta contra l'Organització Mundial del Comerç (OMC).

<http://www.labutaca.net/films/62/batalla-en-seattle.php>

- **NOSALTRES ALIMENTEM EL MÓN. Sinopsi:** Film que ofereix una visió diferent del procés de producció del que mengem i intenta respondre la pregunta de per què hi ha gana al món.

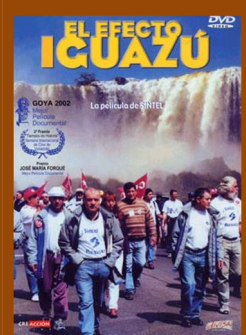
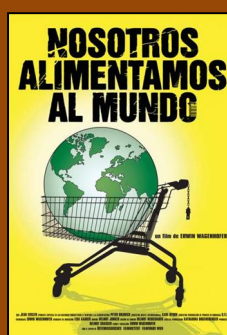
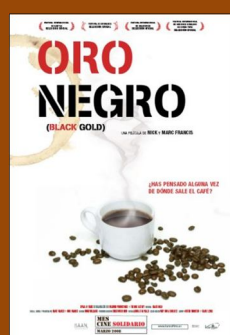
<http://www.labutaca.net/films/51/nosotrosquealimentamosalmundo.htm>

- **PAISAJES TRANSFORMADOS. Sinopsi:** Documental que ens mostra els efectes de la massiva revolució industrial de la Xina i el seu impacte sobre el planeta.

<http://www.labutaca.net/films/59/paisajestransformados.php>

- **EL EFECTO IGUAZÚ. Sinopsi:** Pel·lícula realitzada amb la col·laboració dels treballadors de Sintel acomiadats després de la venda de la seva empresa.

<http://www.zinema.com/pelicula/2003/elefecto.htm>



Què entenem per globalització ?

ACTIVITAT

Després de llegir aquests textos, intenta fer una llista dels avantatges i els inconvenients que, segons tu, pot plantejar la globalització actual. Compara la teva llista amb la d'altres companys i organitzeu un debat a classe sobre els diferents punts de vista que teniu.

Vivim immersos en el que anomenem "globalització", però si algú ens pregunta què vol dir aquest terme, per què s'està produint aquest procés i quins efectes té per a les nostres vides, potser amb prou feines sabríem respondre.

A partir de l'any 1990, amb la caiguda del comunisme es comença a imposar un nou sistema econòmic mundial organitzat al voltant dels tres grans centres d'expansió del capitalisme: Europa, el Japó i, sobretot, els Estats Units. Un dels trets fonamentals que caracteritzen aquest nou model econòmic és el gran desenvolupament tecnològic hagut als

últims anys del segle XX en els mitjans de transport i en la transmissió de la informació. Aquesta rapidesa en les comunicacions permet que les informacions, els capitals i les mercaderies circulin a nivell global i que les economies nacionals siguin cada vegada més interdependents les unes de les altres. Actualment, els components per fabricar qualsevol producte arriben a les fàbriques des de països diversos, a través de xarxes de transport mundials; els preus es fixen als mercats internacionals; i qualsevol esdeveniment que es produeix en un racó llunyà del planeta és conegut i repercuteix immediatament a l'altre costat del món.



***Si el mundo es una aldea global,
vaya una aldea más mal
gobernada!***

... Globalización es el nombre genérico con el que se conoce actualmente a un conjunto de fenómenos socioeconómicos relacionados entre sí, que han acarreado una interdependencia funcional entre sociedades distintas y alejadas geográficamente (1).

Es un fenómeno real y característico de la organización socioeconómica del mundo a comienzos del siglo XXI. Las comunicaciones, la computación, las multinacionales, los capitales, los tratados comerciales y de integración, los organismos internacionales, todos han contribuido a unir todas las sociedades del mundo de una manera totalmente nueva e inédita...

Razones para la esperanza (en un futuro imperfecto). Luis de Sebastián. Editorial Icaria. Barcelona 2003, p. 33

(1) Luis de Sebastián (2002). *Un mundo por hacer. Claves para comprender la globalización*, Editorial Trotta, Madrid.

(2) «El poder económico y militar de EEUU no tienen precedentes en la historia», decía en una entrevista al semanario alemán *Der Spiegel* el historiador británico Paul Kennedy. Ver *El País*, domingo 10 de febrero de 2002, p. 4 Internacional.

... Puestos a buscar imágenes para la globalización, la del sistema solar es más apropiada. La globalización es como un sistema solar con muchos planetas, grandes y pequeños, con sus correspondientes satélites, que giran alrededor de la economía norteamericana, que es la del país-sol, el paradigma indiscutible del siglo XXI. Los más pequeños, que son atraídos con más fuerza hacia el centro del sistema, giran en órbitas más pequeñas, por lo que reciben más rápidamente y con más fuerza el impacto de las perturbaciones de la superficie solar. Los planetas grandes, en cambio, giran en órbitas mayores, se pueden alejar más del sol americano y reciben menos su impacto. Éstos tienen también satélites pequeños que los acompañan en su giro alrededor del sol a la vez que giran alrededor de los planetas principales. Esta metáfora describe a la globalización como un proceso complejo de muchos participantes pero centrado en la economía norteamericana (2). Ninguna metáfora es perfecta y ninguna puede describir perfectamente la realidad. Se podría pensar alternativamente en un sistema solar en que los cuerpos celestes no son países sino centros de poder, o conglomerados de poder nacionales e internacionales. En ese caso en el centro del sistema solar estaría el poder de las grandes empresas y centros financieros multinacionales bajo la égida política de los gobiernos de los países ricos. Obviamente hay aspectos de la realidad que no están reflejados de ninguna manera en la metáfora.

(Llibre citat, p. 45 i 46.)

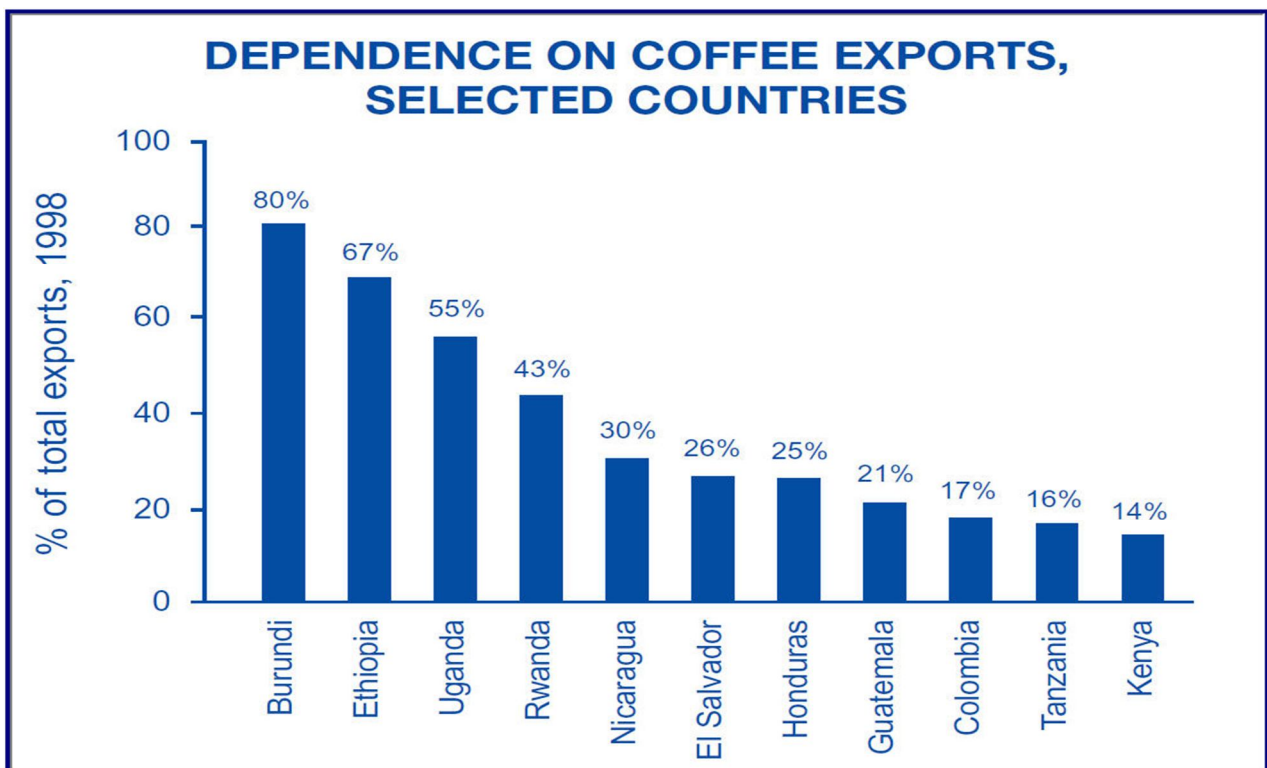
El comerç del cafè, un exemple de globalització.

Tot i que la globalització està fent que el món s'organitzi en funció de la interdependència entre països, la manera com vivim uns i altres és molt desigual. En un món cada vegada més homogeni, es dona la contradicció que uns pocs països desenvolupats gaudeixen dels beneficis del sistema, mentre la població dels països poc desenvolupats viuen amb greus mancances.

Un dels exemples més icònics d'aquestes diferències es dona al voltant del cultiu i la comercialització d'un producte tan bàsic com el cafè. El mercat d'aquest fruit està majoritàriament en mans de grans multinacionals i els beneficis que genera el seu comerç es reparteixen de manera injusta: els productors (es calcula que uns 25 milions de persones distribuïdes en 70 països viuen del

cultiu del cafè) són els que reben la part més petita dels guanys.

Gairebé el 70 % dels ingressos per exportacions d'Etiòpia provenien l'any 1998 del cafè (taula 1). Actualment, aquest percentatge no haurà canviat molt, ja que des de l'època colonial les millors terres del país s'han dedicat a aquest monocultiu per a l'exportació. Aquesta dependència econòmica del cafè representa per a Etiòpia una gran desavantatge. Arran de la caiguda del preu d'aquest producte al mercat internacional els últims anys (taula 2), Etiòpia ha perdut la meitat dels seus guanys anuals. En la pràctica, això representa que milers de famílies del país no poden cobrir les seves necessitats bàsiques d'alimentació, sanitat o educació.





Evolució del preu d'un kilogram de cafè en contractes tipus C al mercat de productes bàsics de Nova York. Font: Diprocafe

http://www.diprocafe.org.mx/acerca/publicacion_proyectos/3.%20Alternativas%20componente%20Parte%20I.pdf



ACTIVITAT

- La visita a qualsevol supermercat ens il·lustrarà molt bé sobre el que estem parlant. Entre les marques de cafè més conegudes que trobarem a les seves prestatgeries figuren les següents: Bonka, Nescafé, Saimaza, Nespresso, Marcilla, Eko, etc. Sabries dir quines multinacionals són les propietàries d'aquestes marques?
- Després de veure el film comenta'l a classe i respon aquesta pregunta: Quines conseqüències pot comportar políticament, socialment i econòmicament per a països com Etiòpia la caiguda del preu del cafè?

Les empreses multinacionals i la globalització.



El procés de globalització que estem vivim ve potenciat en gran mida per la importància que actualment han adquirit a l'economia mundial les multinacionals. Aquestes empreses, que produeixen gran quantitat de productes, reparteixen el procés de producció per diferents països, molts d'ells en vies de desenvolupament. En aquests països no hi ha regulacions laborals, ni legislació mediambiental i sovint es permet el treball de menors d'edat com a mà d'obra barata. A més, els governs de molts d'aquests països accepten i potencien aquesta situació, oferint bones condicions a les multinacionals perquè s'hi instal·lin, hi inverteixin i generin divises per poder pagar el deute extern o per cobrar comissions. Les multinacionals, a més,

tenen la llibertat de deixar el país quan volen o quan troben altres llocs on la mà d'obra els resulta menys costosa.

ACTIVITAT

Llegeix els dos textos següents i contesta aquestes preguntes.

El primer text recull alguns dels articles de l' *Estatut dels treballadors*, una de les lleis que regula el món del treball a l'estat espanyol. El segon text és un breu resum de la informació que podem trobar a l'article *¡Fuera de juego! Derechos laborales y producción de ropa deportiva en Asia* editat per Intermon Oxfam.

1. Quines normes recollides en aquests cinc articles de l'Estatut dels treballadors protegirien una persona de la teva edat que volgués treballar?
2. Et semblen correctes aquestes normes? En treuries algunes o n'afegiries altres? Quines?
3. D'acord amb el segon text, quines diferències existeixen entre el tracte que reben de les marques de roba els jugadors patrocinats i el treballadors de les seves fàbriques?

Article 6. Treball dels menors

1. Es prohibeix l'admissió al treball dels menors de 16 anys.
2. Els treballadors menors de 18 anys no poden fer feines nocturnes ni exercir activitats o llocs de treball insalubres, penosos, nocius o perillosos, tant per a la seva salut com per a la seva formació professional i humana.
3. Es prohibeix fer hores extraordinàries als menors de 18 anys.

Article 19. Seguretat i higiene

1. El treballador, en la prestació dels serveis, té dret a una protecció eficaç en matèria de seguretat i higiene.
2. El treballador està obligat a observar al lloc de treball les mesures legals i reglamentàries de seguretat i higiene.
4. L'empresari està obligat a facilitar una formació pràctica i adequada en matèria de seguretat i higiene als treballadors que contracta ... El treballador està obligat a seguir aquestes ensenyances i a fer les pràctiques ...
5. ... Si el risc d'accident és imminent, la paralització de les activitats pot ser acordada per decisió dels òrgans competents ...

Article 34. Jornada

1. ... La durada màxima de la jornada laboral ordinària és de 40 hores setmanals de treball efectiu de mitjana en còmput anual.
 3. Entre el final d'una jornada i el començament de la següent han de passar, com a mínim, 12 hores. El nombre d'hores ordinàries de treball efectiu no pot ser superior a 9 hores diàries, llevat que per conveni col·lectiu o, si no n'hi ha, per acord entre l'empresa i els representants dels treballadors s'estableixi una altra distribució del temps de treball diari, i cal respectar en tot cas el descans entre jornades.
- Els treballadors menors de 18 anys no poden fer més de 8 hores diàries de treball efectiu, incloent-hi, si escau, el temps dedicat a la formació i, si treballen per a diversos ocupadors, les hores fetes amb cadascun d'ells.

Article 37. Descans setmanal, festes i permisos

1. Els treballadors tenen dret a un descans mínim setmanal, acumulable per períodes de fins a 14 dies, de dia i mig ininterromput que, com a regla general, ha de comprendre la tarda del dissabte o, si escau, el matí del dilluns i el dia complet del diumenge. La durada del descans setmanal dels menors de 18 anys ha de ser, com a mínim, de 2 dies ininterromputs.

Article 38. Vacances anuals

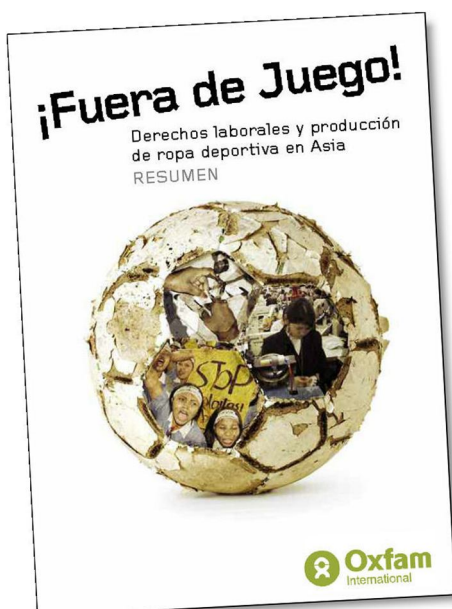
1. El període de vacances anuals retribuïdes, no substituïble per compensació econòmica, ha de ser el que s'hagi pactat en el conveni col·lectiu o contracte individual. En cap cas la durada pot ser inferior a 30 dies naturals.

Estatut dels treballadors. Reial decret legislatiu 1/1995, de 24 de març, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de l'estatut dels treballadors (BOE núm.75, de 29 de març)

Mientras las grandes marcas deportivas patrocinan generosamente a los principales equipos y jugadores del mundo, muchos de los empleados que producen sus prendas en Asia no pueden cubrir sus necesidades básicas y sufren discriminación, despido o violencia.

Nike paga 13 millones de euros al año a la selección nacional de fútbol de Brasil y Adidas paga 1,5 millones de euros al año al jugador francés Zinedine Zidane. Mientras tanto, los trabajadores y trabajadoras asiáticos que fabrican las botas de fútbol y otros elementos del equipamiento deportivo que llevan los jugadores cobran tan sólo 3,76 euros por un día de trabajo. Las mujeres que fabrican ropa deportiva de marca en Indonesia tienen que trabajar casi cuatro horas para poder comprar en el mercado local más barato 1,5 Kg. de pollo, que para algunas es toda la carne que se pueden permitir en el mes...

... La situación de los trabajadores que producen la ropa de deporte es dura, como la de la mayoría de los trabajadores en el mundo en desarrollo. Cientos de miles de personas –el 80% de ellas mujeres– trabajan produciendo ropa de deporte en Asia, África, Europa del Este y América Latina. Durante los últimos 15 años numerosos informes de organizaciones de la sociedad civil han documentado el predominio de salarios y condiciones de explotación en el sector. Aunque esta investigación ha detectado algunas mejoras, ha encontrado de forma clara que las mujeres y hombres que producen la ropa deportiva trabajan largas jornadas bajo una fuerte presión; que a menudo se enfrentan a condiciones de trabajo difíciles y peligrosas, incluyendo el acoso verbal y sexual; que rara vez se respetan sus derechos sindicales, que a veces son violentamente rechazados; y que sus salarios para una semana estándar de trabajo son demasiado bajos para cubrir las necesidades básicas de sus familias...



Extracte de *¡Fuera de juego! Derechos laborales y producción de ropa deportiva en Asia* editat per Intermon Oxfam. El text complet el podeu trobar al següent enllaç:

http://www.intermonoxfam.org/unidadesinformacion/anexos/7535/060524_fuera_juego_DDLL2.pdf

L'Organització Mundial del Comerç.



El film "Batalla en Seattle" comença amb una seqüència en format documental d'uns tres minuts de durada que resumeix la història i l'evolució de l'Organització Mundial del Comerç, així com les crítiques que des de diferents posicions es fan en contra d'aquesta organització. Llegeix el text d'aquesta seqüència i comenta'l a classe.

Uns anys després de finalitzada la Segona Guerra Mundial, el 1947, vint-i-tres països firmen un acord general sobre aranzels i comerç, el GATT*. L'objectiu d'aquest acord era la liberalització i l'expansió del comerç mundial. L'estabilitat i una consciència de comunitat mundial n'eren la clau. Durant cinc dècades, el GATT va créixer i va anar incorporant nous membres fins a convertir-se en l'Organització Mundial del Comerç.

- *"Estem redactant una Constitució per una economia mundial única".*

Amb més de 150 nacions, l'OMC controla el noranta per cent del comerç mundial. A diferència del GATT, l'OMC pot imposar sancions als països membres que no acaten les seves lleis. Juntament amb l'expansió del comerç lliure, l'OMC assegura que ajuda els països en desenvolupament a beneficiar-se del comerç mundial.

- *"Té molt poc a veure amb el comerç i no es pot dir que sigui lliure".*
- *"És un sistema de govern mundial que ningú va votar i ningú controla".*
- *"Simplement suposa enderrocar les fronteres dels països ... perquè les grans multinacionals puguin operar allà on vulguin, sense la ingerència dels governs ni dels pobles d'aquestes nacions".*
- *"I el que ens diuen és que el valor econòmic s'ha de sobreposar al valor de la vida, que els drets humans i el medi ambient estan subordinats a les necessitats del comerç".*
- *"Es van imposar aliments alterats genèticament als consumidors europeus".*
- *"Els petits productors bananers esclafats per les grans multinacionals".*

Malgrat els problemes i les crítiques, l'OMC continua creixent i esdevé més poderosa que mai. A la imminent reunió de Seattle, que culminarà la Ronda del Mil·leni, s'afegiran nous punts a les normes vigents de l'OMC.

- *"Em fa por que les multinacionals cada vegada controlin més de prop més aspectes de la nostra vida!"*

NOTA:

* En vermell, comentaris de diferents personatges que alternen amb el text *en off*.

* **GATT**, acrònim de *General Agreement on Tariffs and Trade* (Acord general sobre aranzels i comerç), és el tractat signat el 1947 que incloïa la reducció d'aranzels i d'altres barreres al comerç internacional. El **GATT** es considera el precursor de l'Organització Mundial del Comerç.

* Més informació sobre l'OMC: http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Mundial_del_Comercio

Una alternativa a l'actual globalització: el comerç just.

No solament per justícia, sinó també pel nostre propi interès, un dels grans reptes d'aquest segle és la necessitat de crear un nou ordre social internacional, on la justícia, la llibertat i la pau siguin el patrimoni de tothom i s'eviti la misèria i la fam crònica.

En aquesta línia, una de les alternatives que podem exercir com a consumidors, tot i que no és fàcil aconseguir la informació, és realitzar un consum crític i responsable: interessar-se

per saber d'on procedeix el que es compra, com és la vida de qui fa el producte, si es respecta el medi ambient i els drets dels treballadors i treballadores, etc.

Hi ha organitzacions no governamentals (ONGs) que fa anys que treballen per intentar influir de forma positiva en aquest procés de globalització. Dintre d'aquesta línia es troben les campanyes del *Comerç Just*. Llegiu i comenteu a classe el següent text:

Trabajo con pequeños productores de café que han crecido supeditados a los dictados de la Bolsa de Nueva York (donde se fijan los precios del café salvadoreño) y a la picardía de los "coyotes" (intermediarios que acaparan café a precios irrisorios aprovechando las difíciles circunstancias de los caficultores y que venden a terceros cobrando jugosas comisiones). El café es un mercado cíclico, con años de buenos precios, seguidos de grandes caídas y donde el pequeño caficultor es el principal "sufridor", ya que siente muy directamente los años de vacas flacas y no se beneficia proporcionalmente durante las temporadas de vacas gordas. Estar certificados con un sello de Comercio Justo resulta entonces una valiosa alternativa para ellos. Los costes de certificación y los requisitos que deben cumplir son elevados, pero el objetivo final es conseguir aumentar su nivel de vida y que reciban un precio justo por su Trabajo y dedicación mientras, paralelamente, se fortalecen como organización.

En Apecafé trabajamos con el sello FLO, no voy a entrar en el detalle de los criterios de cumplimiento que deben respetar y promover. Sólo por estar certificados, los pequeños grupos productores tienen un precio mínimo garantizado que cubre sus costos de producción. Además reciben lo que se llama "Premio social": un extra que debe, obligatoriamente, ser invertido en beneficio de la comunidad donde se ubica la cooperativa como por ejemplo en el mejoramiento de las calles, los suministros para el centro de salud, en materiales para la escuela. Si además el café posee certificación orgánica, el productor/a también se ve recompensado/a con un plus. Vale la pena destacar que el manejo orgánico implica un esfuerzo importante y sus beneficios (no erosión del suelo, no contaminación con productos químicos, mantenimiento de los mantos acuíferos, protección de la biodiversidad...) repercuten positivamente en el planeta.

Resumiendo, la certificación de Comercio Justo (CJ) otorga un valor añadido al café y permite a los pequeños productores recibir pagos dignos por su trabajo. Pero para que las personas campesinas puedan beneficiarse de pertenecer a Comercio Justo debemos tener compradores de Comercio Justo! Ahí es donde, como SETEM apostamos por una sociedad sensibilizada por un consumo responsable. Tenemos que trabajar el cambio de mentalidad, de hábitos de consumo en el Norte, para que el Sur reciba por fin los frutos de su trabajo.

Creo que es un círculo que tenemos que ir cerrando desde ambos lados del charco. La sociedad de consumo de países (supuestamente) desarrollados tiene su parte de responsabilidad, no sólo para mejorar las condiciones de vida de los campesinos del Sur, sino también para establecer unas reglas del juego en las que todas y todos salgamos beneficiadas.

Por Beatriz Cabrero, cooperante de SETEM-Catalunya en el El Salvador

<http://www.buencafe.org/Documentos/BOLETINESBC/25/Buen%20Cafe%2025.pdf>



DOSSIER ELABORAT PER

CINEMA^{per}_a estudiants

cinemaperastudiants@cinemacultural.es