

Què és la Campanya

ROBA NETA?

ROBA NETA

és l'altaveu de les reivindicacions de les persones que confeccionen la nostra roba.

Al SUD, la campanya treballa amb l'objectiu de millorar les condicions laborals i salarials, així com per defensar el respecte als drets fonamentals de la persona.

Al NORD, pretén fomentar el consum responsable entre els ciutadans i ciutadanes, tot informant i sensibilitzant sobre les condicions en què s'han fabricat els productes que comprem.

ROBA NETA

és una campanya internacional que s'emmarca dins la "CLEAN CLOTHES CAMPAIGN", que opera a 9 països d'Europa en col·laboració amb més de 30 organitzacions locals d'Amèrica Llatina, Àsia i Àfrica.

A Espanya, la Campanya ROBA NETA està coordinada per SETEM i compta amb el suport de més de 60 organitzacions de desenvolupament, socials, sindicals i de consumidors.

Qui confecciona la nostra roba?

ESCLAUS DEL SEGLE XXI

Treballen els 7 dies de la setmana
SENSE DESCANS

Amb sous inferiors al "salari de subsistència"
SENSE DINERS

Falta d'assistència sanitària
SENSE PROTECCIÓ

Una mitjana de 20 hores extres obligatòries per setmana
SENSE OPCIÓ

A partir dels 14 anys no tenen possibilitat de rebre educació
SENSE FUTUR

No s'accepta el dret a sindicar-se
SENSE LLIBERTAT

Assetjament sexual, acomiadaments per embaràs...



Hi ha coses que segueixen igual.
Canviem-les.

Uns guanyen, uns altres perden



109 MIL MILIONS de pessetes va ser el benefici conjunt de Nike i Adidas durant l'any 1999

19 PTES/HORA guanyen les persones que fabriquen samarretes i calçat esportiu Nike o Adidas

272 MIL MILIONS de pessetes van gastar Nike i Adidas en un any de publicitat

70 PTES/HORA reben les persones que confeccionen les seves samarretes i calçat esportiu a Amèrica Llatina

19 MILIONS de pessetes diàries paga Nike al golfista Tiger Woods per portar el seu logotip

139 ANYS hauria de treballar un jornal·ler indonesi per guanyar la mateixa xifra

15.000 PESSETES costen un parell de vambes Nike o Adidas

57 PESSETES d'aquestes 15.000 són per a la persona que fabrica el calçat esportiu a Indonèsia

netegem la roba d'injustícies
CAMpanya ROBA NETA

Mulla't i participa a la Campanya

ROBA NETA



Si vols adherir-te a la Campanya ROBA NETA i rebre més informació sobre aquests temes, dóna'ns les teves dades personals.

Nom i cognoms:

Carrer:

Núm: Porta: Tel.:

C.P.: Població:

Data de naixement:

E-mail:

Si desitges contribuir econòmicament fes el teu donatiu al compte corrent de:

Fundació SETEM-Roba Neta:
0075-0002-22-0604512112

El teu ajut és necessari perquè la Campanya ROBA NETA segueixi endavant

Els donatius desgraven un 20% en la declaració de la renda

Coordinació General:
Bisbe Laguarda, 4 - 08001 BARCELONA
Tel. 93 441 53 35 - Fax 93 443 20 69
robaneta@pangea.org

Secretaria Tècnica
Gaztambide, 50 - 28015 MADRID
Tel. 91 549 91 28 - Fax 91 549 95 72

1r Trimestre
2002

17 BUTLLETÍ de la campanya Roba Neta



11-S: les altres conseqüències

Com quasi sempre, quan les coses van malament per als més poderosos, encara van pitjor per als més dèbils. I això torna a passar si analitzem les conseqüències que ha tingut l'11 de setembre entre els més pobres. Per començar, i fem referència al sector tèxtil exclusivament, però en altres sectors ha passat el mateix, cents de milers de treballadors i treballadores han perdut la seva feina a Mèxic, Hondures, Guatemala, Pakistan o Bangladesh.

Tant els atemptats contra la població civil als Estats Units com la resposta militar nord-americana han paralitzat una indústria tèxtil que estava molt tocada. Segons el sindicat de treballadors de la confecció (UNITE), els atacs terroristes van tancar totalment la indústria del vestit de *Chinatown*, el centre de la indústria del ram a Nova York. A partir d'aquí es genera un efecte en cadena que provoca el tancament de cents d'empreses maquiladores i l'acomiadament de milers de persones.

La dependència del gegant nord-americà és tan gran que es torna a complir allò de: *un petit esternut dels Estats Units comporta un refredat molt fort a la resta del continent*. Així, aproximadament el 90% de totes les peces de roba de vestir manufacturades a la indústria de la maquila a l'Amèrica Central van a parar als mercats nord-americans. Per als països de la regió, aquesta activitat implica un terç dels ingressos totals.

La dura realitat ens demostra que una de les conseqüències d'aquest procés de globalització econòmica, passats els esdeveniments de l'11 de setembre, és que els treballadors i les economies nacionals de molts països són ara molt més vulnerables a la inestabilitat política i econòmica a qualsevol lloc del món. Així, per exemple, una crisi a Nova York provoca el tancament de 1.000 empreses a Bangladesh i l'acomiadament de milers de treballadors i treballadores. Els empresaris de la indústria afirmen que els tancaments de les fàbriques podrien forçar les dones sense feina a la prostitució.

En aquesta realitat és quan menys ens hem d'oblidar de les víctimes, de totes. Des dels familiars dels morts a l'atemptat, passant pels civils afganesos, fins a les milers de persones acomiadades a països d'economies que depenen dels Estats Units.

netegem la roba
d'injustícies
CAMPANYA ROBA NETA

Campanya  Roba Neta

Entrevista a Robert Jeffcolt

Robert Jeffcolt treballa com a analista de polítiques a l'organització *Maquila Solidarity Network*, una xarxa canadenca que promou la solidaritat amb grups a Mèxic, Amèrica Central i Àsia.

L'organització va començar amb l'objectiu d'estudiar el particular fenomen de la maquila, fàbriques que exporten per a altres països. Inicia el seu treball a Mèxic i s'expandeix per l'Amèrica Central, les zones franques i els parcs industrials. Des de 1995 enfoca la seva feina cap a les grans marques.

Aquesta organització compta amb una petita plantilla: un equip de quatre persones que hi treballen a temps complet i tres persones més que ho fan a temps parcial. Té un secretariat del grup d'acció i col·labora amb diferents sindicats, amb ONG i amb esglésies cristianes.

En una economia global és essencial que grups del Nord i del Sud treballin junts per una feina digna. Aquest és un dels principis que sustenten el mètode de treball de Maquila Solidarity Network.



Font: Maquila Solidarity Network.

Bob –així és com s'estima més que li diguin– és un canadenc afable i molt eloqüent en les seves explicacions. Em fa gràcia veure que s'està començant a posar morè a causa de l'aire de la Mediterrània, tot i que tendeix més a aquell vermell que de seguida reconeixem en els estrangers que vénen de latituds més septentrionals que les nostres... però ben aviat ens centrem en l'entrevista.

–A què s'enfronten els treballadors i les treballadores d'una maquila?

Les condicions a les maquiles es caracteritzen, sovint, per serioses violacions dels drets del treball. Les dones treballen hores extres per a les seves famílies. De vegades, han estat forçades per les fàbriques a fer-se anàlisis d'embaràs i moltes vegades les fan fora si

aquestes anàlisis són positives, perquè la companyia no vol pagar la baixa per maternitat. I si les dones s'organitzen en sindicats reconeguts, les empreses poden arribar a tancar aquelles fàbriques i muntar-les en algun altre lloc... Treballem en això des de fa alguns anys.

–I com està enfocada la vostra feina actual?

El 1995 vam començar a enfocar la feina cap a les marques, les companyies com Gap, Nike, etc. i les pressionàvem perquè es responsabilitzessin de les condicions de treball a les fàbriques que subcontracten. Amb tot, ara mateix també hem començat a desenvolupar més relacions amb grups a l'Àsia.

–A què es deu el vostre interès de treballar amb Amèrica Central i Àsia alhora?

En alguns casos, una mateixa companyia té fàbriques subcontractades a tots dos continents. També hi ha el cas que a l'Amèrica Central molts dels propietaris de les maquiles són de Taiwan, Corea o Hong Kong i produeixen per a les marques americanes, per a Gap, Liz Claiborne, Nike, Reebok, Adidas, etc. És interessant perquè no solament s'ha de fer pressió a les marques, sinó que també s'han de pressionar les mateixes fàbriques

Butlletí de la Campanya Roba Neta. Primer Trimestre 2002. Número 17. A Espanya, la Campanya Roba Neta, d'àmbit europeu, està coordinada per SETEM i compta amb el suport de 65 organitzacions de desenvolupament, socials, sindicals i de consumidors.

Coordinador: Eduard Cantos. Redactors: Paco Martín, Maria del Valle i Elisabet Alguacil. Col·laboradors: Elena Carballal i Anna Tort. Disseny i maquetació: Albert Milà i Albert Pérez. Impressió: Serafi, Ind. G. Dipòsit Legal: B-19.406-98 • Núm. exemplars versió català: 1.800 • Núm. exemplars versió castellà: 2.500 • Suscripcions electròniques: 550.

Coordinació general: Bisbe Llaguarda, 4 - 08001 BARCELONA - Tel. 93. 441.53.35 - Fax. 93.443.20.69 - E-mail: robaneta@pangea.org - Web: www.ropalimpia.org

Secretaria tècnica: Gaztambide, 50 - 28015 MADRID - Tel. 91. 549.91.28 - Fax. 91.549.95.72



manufactureres. Crear connexions entre l'Amèrica Central i l'Àsia significa que ells també poden fer pressió en les companyies, directament als productors a Centreamèrica.

- Com es materialitza la vostra feina?

Fem diverses coses: una feina solidària que dóna suport a les organitzacions minoritàries de treballadors i pressió a les companyies que fan servir aquests treballadors, i també als governs de Canadà, de Mèxic, d'Amèrica Central. Fem investigació al Canadà, a les companyies, a les fàbriques. Quan és possible intentem treballar amb les companyies en el desenvolupament del codi de conducta i amb sistemes de monitoratge.

- Poden ser els codis de conducta útils per als treballadors, o no?

Cal veure el codi de conducta des del punt de vista dels treballadors. Nosaltres publiquem revistes en castellà que tracten els codis de conducta en l'àmbit internacional, ja que aquesta informació només es pot publicar en anglès. La majoria de treballadors a Mèxic o de

l'Amèrica Central no n'han sentit a parlar mai. Se suposa que el codi de conducta és per als treballadors, però no el coneixen.

- Aleshores, com veus el futur dels codis de conducta, cap on van?

És difícil de saber... La major part de les companyies el fan servir com un instrument de relacions públiques, per tal que els consumidors creguin que s'està fent alguna cosa. En el moment en què adopten el codi de conducta s'han de fer responsables dels treballadors que fan els seus productes, tot i que no siguin treballadors directes. Una manera de fer-los efectius és el monitoratge; ara bé, qui ho ha de fer? Els treballadors hi tenen un paper molt important. Les estratègies de vigilar que el codi de conducta es compleixi són en discussió contínua i altres estratègies també, relacions amb la regulació. Les institucions internacionals haurien de mostrar el seu poder per regular el treball amb un abast internacional.

- Segons tinc entès al mercat canadenc també es produeix alguna mena d'abús...

En la producció de la roba al Canadà també hi ha determinades condicions d'explotació: molta de la producció està feta per dones amb petits contractes i que treballen a casa seva. És un fenomen d'un altre tipus de subcontractació amb dones, en aquest cas, que treballen a casa i en tendes petites.

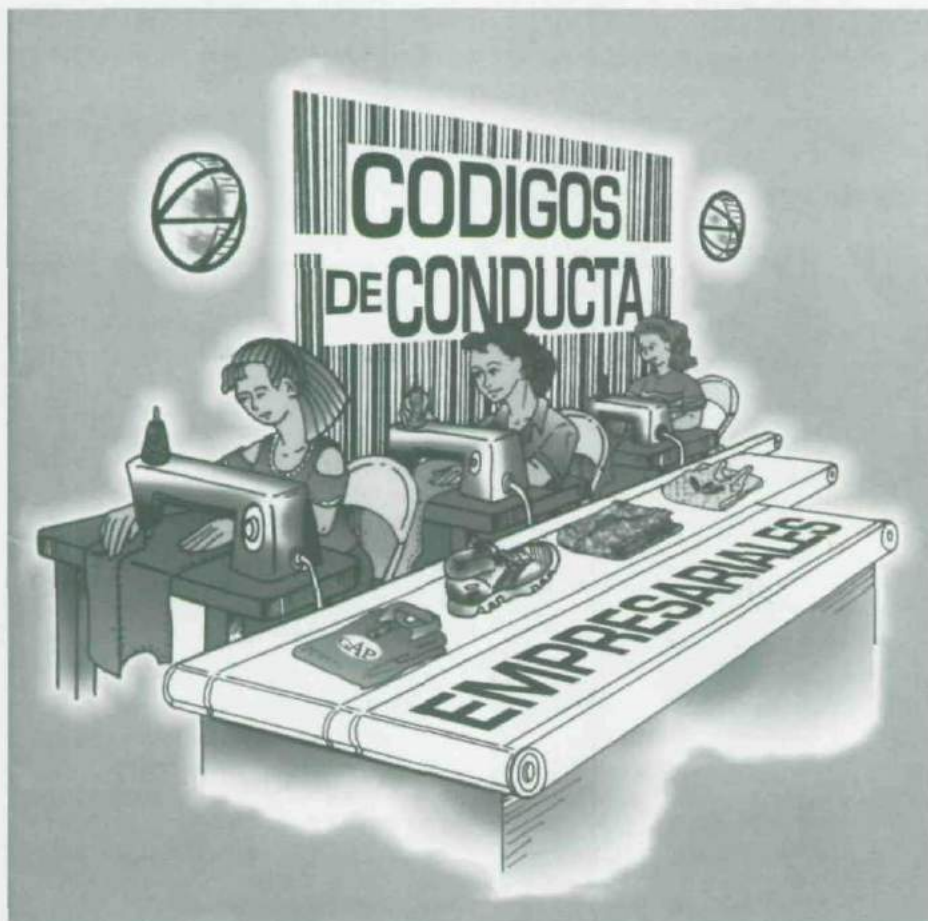
- Creus que els consumidors tenen prou consciència de com treballen i què amaguen les grans marques?

Els consumidors són un punt més de pressió. Les companyies estan molt preocupades per vendre una imatge, un símbol, un nom, però cal promoure el respecte als drets humans. La gent jove al Canadà es comença a fer preguntes, no de si la companyia és dolenta o no, sinó tot un sistema de consum i de venda de productes. Al Canadà, estudiants d'institut organitzen desfilades "alternatives" de moda i critiquen aquests espectacles: presenten unes peces de roba i expliquen que les va fer una dona a El Salvador que va cobrar una misèria, mentre que nosaltres en paguem vint dòlars. És una tècnica popular d'educar sobre el problema. Els joves se n'adonen que les fàbriques usen els seus treballadors i també els consumidors, els quals són manipulats.

- Quines vies de solució té la situació del sector tèxtil?

Creiem que hi ha moltes estratègies que s'han de complementar entre elles. Els codis de conducta són un punt important de pressió, però n'hi ha més: el govern hauria de crear altres formes de regulació que creïn implicacions internacionals.

Cal fer més pressió a les companyies per tal de facilitar l'aprenentatge dels treballadors dels seus drets humans i del treball. I més transparència en els mètodes de verificació i monitoratge per part de les companyies.



Activitats educatives a l'IES El Bonillo

Les accions de la Campanya es continuen multiplicant gràcies a les vostres iniciatives. Fins a la seu ens arriba un correu electrònic de l'Institut d'Ensenyament Secundari El Bonillo, a Albacete, on s'ha fet una campanya ben peculiar.

Primer es va començar a parlar de la Campanya ROBA NETA als alumnes de 4rt. d'ESO a la classe d'Ètica (a la unitat didàctica dedicada al consumisme) i d'Introducció a l'Administració de l'Empresa (a la unitat que tracta de la responsabilitat social, el balanç social i el consum responsable).

Més endavant, i un cop familiaritzats els alumnes amb els termes i els conceptes, es va decidir aprofundir en aquesta qüestió. Aleshores, els alumnes de Societat, Cultura i Religió de 4rt. d'ESO van preparar una petita representació i uns pòsters en què explicaven la Campanya ROBA NETA d'una manera original i divertida.

Font: IES El Bonillo

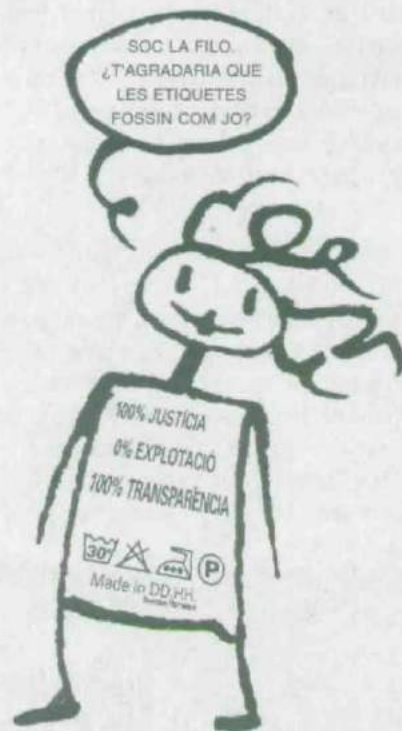


La representació

Així, el vestíbul de l'institut va servir d'escenari per a una senzilla, però efectiva, posada en escena en què una conga, com a instrument musical, i la Filo, com a protagonista, van ser les estrelles de l'espectacle.

Un grup de treballadors explotats, un altre d'empresaris explotadors i un tercer grup de consumidors integraven la resta de l'elenc.

La Filo intenta alliberar un grup de treballadors tancats en una maquina (fictícia) que van dient en veu alta la seva realitat laboral: salaris infims, horaris eterns, falta de seguretat laboral, falta de mesures sanitàries, etc. La Filo aprofita els arguments dels treballadors explotats per adreçar-se als empresaris explotadors als



qui acaba avergonyint amb les seves preguntes.

Els empresaris tenen arguments poc creïbles per justificar la seva innocència. La Filo acaba acusant els empresaris explotadors de treure profit de les injustícies. Aquests, en una actitud prepotent, sembla que s'espanten poc de les acusacions de la Filo i no li fan cap cas fins que els diu que n'informarà els consumidors. El grup de consumidors també hi és present. La Filo parla amb ells i els fa saber tot el que poden fer, del poder real que té la compra amb consciència, el consum amb consciència.

Un exemple per imitar

Per a la Campanya ROBA NETA el que s'ha fet a l'Institut d'Ensenyament Secundari El Bonillo, d'Albacete, hauria de ser un exemple del qual ens hauríem de contaminar tots. Animeu-vos. A El Bonillo ens acaben d'ensenyar com ens podem divertir amb consciència.



Signatura de l'acord sobre responsabilitat social i transparència

Després de quasi cinc anys de feina i esforços en la promoció del consum responsable al sector tèxtil, la Campanya Roba Neta cull els seus fruits amb la signatura, el 18 de febrer passat, del primer acord sobre responsabilitat social i transparència amb la Campanya Roba Neta i dues de les empreses espanyoles més importants del sector tèxtil: Mango i Burberry.

La presentació i la signatura de l'acord es van fer a l'Escola d'Enginyers Industrials de Barcelona, de la Universitat Politècnica de Catalunya, amb la presència de personalitats del món empresarial i del sector tèxtil, d'escoles de negocis, d'ONG, polítics, institucions públiques i representants de la Campanya Roba Neta, entre altres.

Va moderar l'acte Romà Puiggermanal, professor d'Economia de la UPC, que va destacar la importància de l'acord com un pas més en la transparència per mostrar les condicions de treball als diferents centres de les dues marques esmentades, en les quals s'han fet unes primeres passes i ara s'institucionalitza amb la signatura. També va expressar la voluntat que l'acte servís per tal que altres empreses en la situació de Mango i Burberry es puguin afegir posteriorment a l'acord sobre responsabilitat social i transparència amb la Campanya Roba Neta.

Per ordre d'intervenció, van parlar els representants de les empreses, Pere Cortés, director de Recursos Humans, en nom de Burberry, que va indicar la importància de l'acord assumit com un acord lligat a l'ètica empresarial que sempre ha seguit l'empresa, però que la Campanya les ha ajudat i sensibilitzat per continuar treballant i organitzar-se. Burberry fa el 7% de la seva producció al Marroc i considera que l'experiència de la Campanya ROBA NETA els pot servir de cara a obrir-se a altres països, per la qual cosa espera que la relació sigui fructífera.

En nom de Mango, Xavier Carbonell, director de Responsabilitat Corporativa, també va destacar la voluntat d'un treball conjunt per actuar i crear un marc de valors ètics fonamentals des de la mateixa activitat empresarial, passant pels drets humans i la responsabilitat social i mediambiental, per això han donat suport a la Campanya ROBA NETA que comparteix uns mateixos objectius.

Eduard Cantos, coordinador de la Campanya



Font: SETEM

Roba Neta, va explicar les passes prèvies a la signatura, que no van ser altres que una primera etapa de denúncia de la problemàtica del Sud i, en segon lloc, la recerca de solucions i alternatives adreçada a millorar "modestament" la situació al sector tèxtil.

En aquest marc, la Campanya ROBA NETA ha desenvolupat l'acció *Made in Drets Humans*, centrada en l'enviament per part dels consumidors de prop de 10.000 postals a les principals marques de roba espanyoles (Mango, Burberry, Grupo Inditex, Adolfo Domínguez i Cortefiel), en què demana transparència quant a les condicions socials en què es fa la producció de les seves peces de roba. Les empreses, en general, van respondre de manera positiva, es va establir un diàleg i una primera aproximació que va cloure amb la proposta de la signatura del document sobre responsabilitat social i transparència que, per motius diversos, només ha estat subscrit per dues empreses.

Com a resultat d'aquesta acció s'ha aconseguit un èxit significatiu amb l'acceptació per part de dues importants empreses del tèxtil,

Mango i Burberry, de continuar col·laborant amb la Campanya ROBA NETA i responsabilitzar-se de les condicions de treball que afecten persones que elaboren roba per a elles. Al mateix temps implica un compromís de transparència per part de les empreses, ja que permeten visites dels responsables de la Campanya ROBA NETA als centres de producció (inicialment al Marroc). Aquest acord representa un avenç en qüestions de responsabilitat social de les empreses al nostre país i obre una línia de treball conjunt empreses-ONG pioner.

El president de SETEM Catalunya, Joan Cortadellas, va felicitar Mango i Burberry per confiar en ells i perquè indirectament animaven l'entitat a continuar endavant en el seu objectiu: educar per a la solidaritat. A continuació els representants de les respectives empreses i de la Campanya ROBA NETA van signar l'acord i van cedir la paraula als assistents, cosa que es va aprofitar per iniciar un interessant col·loqui sobre la responsabilitat social de les empreses i el paper fonamental dels consumidors en tot aquest engranatge.



Guia per al consum responsable (de roba)

A ROBA NETA sempre hem estat molt conscients que comprar amb consciència de vegades no és tan fàcil. La política desinformativa de les grans empreses espanyoles del tèxtil és en bona mesura responsable d'això. En infinitat de casos, gairebé tots, els venedors no saben contestar les preguntes sobre l'origen de la nostra roba o les condicions en què s'ha fabricat.

A la Campanya han arribat molts missatges vostres en què es denuncia aquesta falta d'informació que tenim els consumidors sobre l'origen del que comprem. En aquest context ens sembla que un instrument de reflexió com la *Guia per al consum responsable (de roba)* és completament necessari.

La Guia

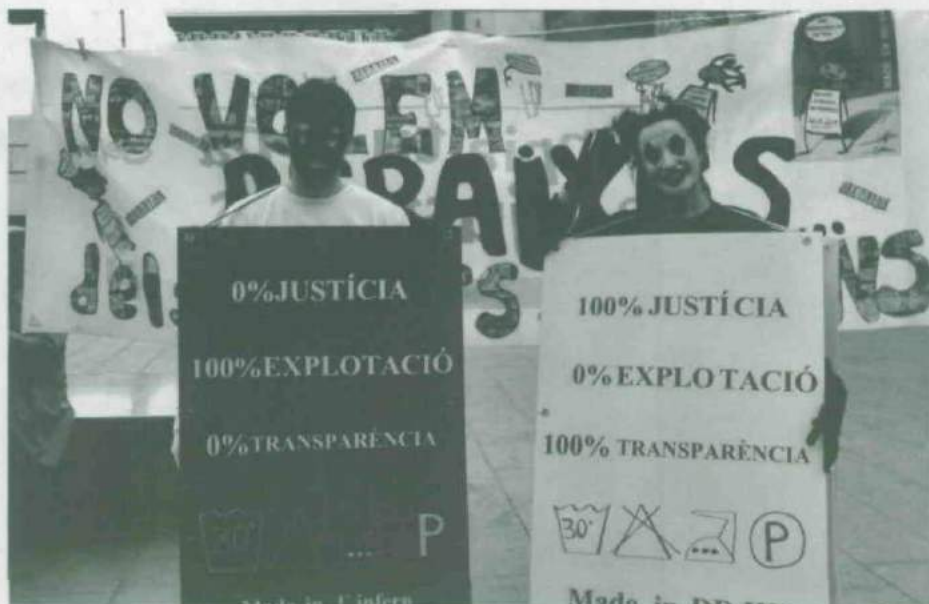
La Guia és un manual de butxaca que pretén contestar aquestes preguntes i plantejar-ne de noves. Així, ens pot ajudar a actuar com a consumidors ambientalment i socialment responsables.

En el cas dels productes tèxtils, la Guia intenta respondre les preguntes del tipus: *en el procés de fabricació, s'han respectat de manera adequada els drets humans de les persones? i té algun efecte negatiu sobre el medi ambient?*

La Guia és el fruit de l'esforç per part de la Campanya ROBA NETA que ha comptat amb la valuosíssima col·laboració del CRIC (Centre d'Investigació i Informació en Consum) i d'Icària Editorial, sense els quals segurament no s'hagués pogut editar.

La Guia per al consum responsable (de roba), que es va presentar en societat el mes de gener passat en una acció al carrer al centre de la ciutat de Barcelona, compta amb una sèrie d'apartats centrats en l'acte del consum, en els nostres drets i deures com a consumidors i algunes preguntes i respostes sobre el consum responsable. A més a més, compta també amb una valoració de les principals empreses espanyoles del sector tèxtil que tractem a la pàgina següent.

La Guia és a disposició de qualsevol persona a la seu de la Campanya ROBA NETA.



Font: SETEM

Un cas concret

Des de València ens arriba un correu electrònic anomenat De vegades és tan difícil... que il·lustra perfectament la impotència del consumidor que vol saber què compra:

(...) Avui en dia no saps gaire bé quins productes vénen de països explotats. De vegades un pensa que és millor comprar a botigues que no siguin grans superfícies i després es tenen sorpreses importants sobre l'origen de les peces de roba.

La veritat és que també voldria aprendre a tenir un consum més responsable; sóc conscient que malgrat no ser una consumista nata tinc alguns moments de debilitat.

És difícil enfrontar-se a una societat que constantment et repeteix com és d'important anar a la moda i tenir de quasi tot i... T'imposen subtilment com ha de ser el teu cos i amb què el pots vestir i mai no pots repetir res de l'any anterior i, si en fas cas, potser tampoc res d'ahir...



Valoració d'empreses de roba

Un dels punts més destacats de la *Guia per al consum responsable (de roba)* és la part dedicada a valorar i analitzar l'actitud de les principals empreses del sector tèxtil quant al respecte als drets dels seus treballadors i treballadores. Les informacions s'han elaborat a partir de les dades obtingudes des de les nou iniciatives nacionals de la Campanya ROBA NETA a Europa i a partir de les informacions i els contactes facilitats pels mateixos fabricants i distribuïdors de roba més importants al nostre país.

Què s'analitza

La valoració de la Campanya ROBA NETA té en compte els compromisos adquirits per les setze empreses més importants del tèxtil al davant dels consumidors en relació amb les seves polítiques de responsabilitat social i transparència. No es valoren les condicions

socials i laborals de les fàbriques pròpies i subcontractades en què produeixen. Aquesta informació no sempre és accessible i quan ho és varia constantment. En el treball d'investigació es tenen en compte aspectes com els *compromisos de responsabilitat social, la transparència, la informació al consumidor i la seva evolució recent*.

Amb quina finalitat

La valoració de les principals empreses de roba és un instrument d'informació molt útil per al consumidor. Gràcies a ella sabem si l'empresa té un codi de conducta basat en els convenis de l'Organització Internacional del Treball (OIT), si disposa de mecanismes independents que assegurin que el codi de conducta es compleix, si ofereix informació sobre la seva política de responsabilitat social, si està oberta al

diàleg amb la Campanya ROBA NETA, si té una actitud activa i positiva i intenta avançar en la millora dels seus compromisos en matèria de responsabilitat social.

El resultat final

Com sempre, hi ha una mica de tot. La lectura de la valoració sobre les setze principals empreses de roba a l'Estat espanyol demostra que tot i que s'està lluny d'una situació positiva algunes empreses han deixat a entendre un cert canvi, i més val això que no pas res.

A la pàgina web de la Campanya (<http://www.ropalimpia.org>) es pot consultar aquest quadre de valoració i també s'hi podran veure les futures actualitzacions dels diferents treballs d'investigació.

Empreses valorades



ADOLFO DOMINGUEZ

BURBERRY

Carrefour



CORTEFIEL



DECATHLON

H&M



INTERSPORT



Alcampo

MANGO



ZARA

Campanya europea coordinada a Espanya per

Setem

Amb el suport de:



Entitats adherides a la Campanya Roba Neta a Espanya:

A cova da Terra, Alternativa Solidària-Pienty, Alternativa-3, Amarante, Asoc. Comerç Just i Solidari-Sagunt, Asoc. para la Solidaridad-Sevilla, Asoc. Solidarios-Zamora, Ass. Catalana de Professionals per a la Cooperació, Ass. Vida Sana-Biocultura, Azacán-Serso Castilla y León, BIAIX, Campaña Consumo Responsable-Granada, Centre de Documentació i Museu del Tèxtil de Terrassa, Centre UNESCO de Catalunya, CLAN, Club de Amigos de la UNESCO, Comerç Sense Fronteres, Comisión Interfranciscana de Justicia Paz y Ecología, Comisión JPIC Congregación BV Maria, Comités Monseñor Oscar Romero, CECU, CRIC, DIDESUR, Entrepobles-Mallorca, Familia Interfranciscana Internacional, FAVB, Federación de Asociaciones de Scouts, Fund. Akwaba, INTERMÓN-OXFAM, Fund. Pau i Solidaritat-CC.OO, Fund. per la Pau, Gazte Herri-Errenteria, GMP Deusto, Grup Tercer Món, INEF (Grupo Deporte y Valores Sociales), ISCOD, JPIC, Justicia y Paz, La Ceiba, Mans Unides, Minyons Escoltes i Guies Sant Jordi, Món-3, NAHUA, OCSI, S'Altra Senalla, Sabadell Solidari, SCI, Scouts-MSC, Serso Pangea, PROCLADE Bética, SETEM-Andalucía/Aragón/Euskalherria/La Rioja/Nafarroa y Valencia, Sodepaz-Madrid/Valladolid, Solidaridad Internacional, Solidarios para el Desarrollo, Solidarios Zamora, SOTERMUN, STES (Confederación Sindical de Trabajadores de la Enseñanza), Tot Món, UCE, UGT Catalunya, Utopía, Voluntaris pel Tercer Món, Xarxa Consum Solidari.

Institucions públiques adherides:

Ajuntaments d'Albacete, Badalona, Elx, L'Hospitalet i Matadepera · Consell Insular d'Eivissa i Formentera · Parlament de Catalunya.



ADOLFO DOMINGUEZ



**l'arruga
és
bella**

Adolfo Domínguez sembla que ha aplicat el seu lema a les 1.500 postals que consumidors i consumidores li han fet arribar com a suport a una iniciativa de la Campanya Roba Neta. En aquestes postals se li qüestionen les condicions en què es produeix la roba que la seva marca fabrica a països del Sud.

**Quines garanties ofereix que no es confecciona
en condicions d'explotació?**

La pregunta és encara a l'aire



LA CAMPANYA ROBA NETA NECESSITA DE LA COL·LABORACIÓ DE TOTS I TOTES

La Campanya obté la major part del seu finançament d'una subvenció de la Unió Europea. Però la resta dels fons hem d'aconseguir-los d'altres fonts. Ja saps que aquest butlletí t'arriba de forma gratuïta. És per aquestes dues raons que et proposem una aportació econòmica voluntària. Per a que la Campanya Roba Neta segueixi endavant cal l'ajut de tots i totes.

Donatius al compte corrent de Fund SETEM-Roba Neta: 0075-0002-22-0604512112. Els donatius desgraven un 20% a la teva declaració de renda. Si vols rebre el justificant del teu donatiu, no t'oblidis d'indicar-nos el teu nom i cognoms, adreça, NIF i adjuntar una còpia de la transferència.

NETEJA LA ROBA D'INJUSTÍCIES PARTICIPA EN LA CAMPANYA ROBA NETA

Retalla-ho per la línia de punts i envia-ho amb les teves dades a la "Coordinació general de la Campanya ROBA NETA" (Bisbe Laguarda, 4 - 08001 BARCELONA)

Nom i cognoms Entitat

Carrer

Número Pis Porta Codi Postal Població

Telèfon Data de naixement E-mail

☐ Vull rebre el butlletí trimestral de la Campanya Roba Neta

☐ per correu electrònic (preferible)

☐ per correu postal

☐ Vull comprar la Guia para el consumo responsable (de ropa). PVP: 3,50 euros.

☐ Vull comprar la samarreta de Comerç Just de la Campanya Roba Neta (PVP: 18 euros). Indicar talla (S/M/L):

☐ Vull comprar el vídeo "Consumo responsable: una responsabilidad de todos" (PVP: 9 euros).

☐ Vull comprar la proposta didàctica per a l'educació en el lleure "Neteja la roba d'injustícies" (PVP: 12 euros)

☐ Vull comprar el material pedagògic per a ESO i Batxillerat "La teva roba i els països del Sud" (PVP: 10,50 euros).

☐ Vull comprar el llibre "La moda al desnudo" (PVP: 13,20 euros).

☐ Vull comprar el llibre "Deshaciendo la madeja" (PVP: 13,80 euros).

Totes les comandes de compra de materials han d'anar acompanyades d'un xec bancari, a nom de Fund. SETEM-Roba Neta.

Tots els preus inclouen l'enviament.

39 informatiu *Setem*

primavera
2002

C A T A L U N Y A



***Recuperar la
ramaderia a Uganda***

***Tànger, origen de
la roba que vestim***

Mango i Burberry signen un acord amb la Campanya Roba Neta

Després de gairebé 5 anys de treball i esforços la Campanya Roba Neta ha recollit nous fruits: la signatura d'un acord sobre "Responsabilitat Social i Transparència" amb dues de les empreses més importants del sector tèxtil espanyol, Mango i Burberry.

L'acció "Made in Drets Humans: una responsabilitat de tots", que la Campanya va iniciar a finals del 2000, n'ha estat el detonant. Des de llavors, les 5 empreses de confecció més grans de l'Estat espanyol han estat en el punt de mira. Són: Mango, Inditex (Zara), Adolfo Domínguez, Cortefiel i Burberry. La finalitat de "Made in Drets Humans" era pressionar aquestes firmes perquè adoptessin mecanismes per garantir el respecte dels drets humans en la producció de la roba que fabriquen als països del Sud.

L'acte, celebrat a l'Escola d'Enginyers Industrials de Barcelona el passat 18 de febrer, va comptar amb la presència de personalitats del món empresarial i del sector tèxtil, d'escoles de negocis, d'ONG, polítics i institucions públiques, entre d'altres. Eduard Cantos, coordinador de la Campanya Roba Neta, va explicar els passos previs a aquesta fita que "van consistir en una primera etapa de denúncia de la problemàtica del Sud i, en segon lloc, en la recerca de solucions i alternatives per millorar *modestament* la situació en el sector del tèxtil".

Un procés lent

Des de la Campanya Roba Neta es va enviar, fa prop de dos anys, un qüestionari a les 12 principals empreses de confecció espanyoles seleccionades pel seu nivell de facturació, en què es preguntava sobre els seus compromisos socials en la confecció de roba a l'estranger i els mecanismes per supervisar-ne el compliment. La inexistència d'una resposta

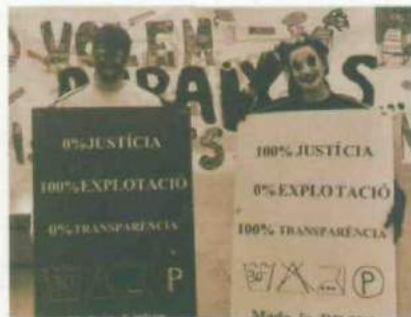
clara va evidenciar la seva falta de transparència informativa.

Una transparència que, finalment, han acceptat algunes d'aquestes empreses. I és que la importància de l'acord rau, justament, en aquest punt. Romà Puiggermanal, professor d'Economia de la Universitat Politècnica de Catalunya, va destacar-ne la importància com "un pas més en la transparència per mostrar les condicions de treball en els diferents centres de Mango i Burberry, en les que ja s'han fet alguns passos que ara s'institucionalitzen amb aquesta signatura".

El poder dels consumidors

Prop de 10.000 postals, enviades per consumidors i consumidoras de tots els punts de l'Estat espanyol van aconseguir que les empreses responguessin de manera positiva, s'establís un diàleg i una primera aproximació amb la Campanya Roba Neta.

"Assumim l'acord com un acte afi amb



l'ètica empresarial que sempre ha practicat la firma, però la Campanya ens ha ajudat i sensibilitzat a continuar treballant i a organitzar-nos" resumia Pere Cortés, director de Recursos Humans de Burberry. Mentre que Xavier Carbonell, director de Responsabilitat Corporativa de Mango assegurava que "existeix una voluntat de treball conjunt per actuar i crear un marc de valors ètics fonamentals des de la pròpia activitat



D'esquerra a dreta: Pere Cortés (Burberry), Xavier Carbonell (Mango), Romà Puiggermanal (UPC), Eduard Cantos (Roba Neta), i Joan Cortadellas (SETEM), durant la signatura de l'acord el 18 de febrer. A sota, acció de carrer de la Campanya Roba Neta per presentar la "Guia per al Consum Responsable (de roba)", el 2 de febrer a Barcelona.

empresarial, passant pels drets humans i la responsabilitat social i mediambiental, objectius que compartim amb la Campanya Roba Neta".

De moment, Inditex, Cortefiel i Adolfo Domínguez no han acceptat de signar aquest acord. Per aquest motiu, la Campanya continuarà pressionant aquestes 3 empreses perquè donin aquest pas, que cada cop demanen més ciutadans. En aquest sentit, assistirà a la propera junta d'accionistes d'Inditex el proper mes de juny.

Tanmateix, aquest primer acord amb Mango i Burberry ja representa un gran avenç en temes de responsabilitat social de les empreses al nostre país i obre una línia de treball conjunta empresa-ONG.

Principals termes de l'acord signat entre Burberry, Mango i la Campanya Roba Neta

- Les dues empreses facilitaran informació a la Campanya sobre la seva producció en països del Sud i les polítiques de responsabilitat social que apliquen.
- La Campanya assessorarà les 2 empreses per a la millora de la seva política de responsabilitat social i l'adopció de mecanismes eficaços d'aplicació (codi de conducta, verificació, etc.)
- S'iniciarà un pla pilot al Marroc per millorar les condicions socials en les empreses i tallers de la zona de Tànger que confeccionen la roba d'aquestes dues marques espanyoles.

SUMARI

2 COMENTARI»

Mango i Burberry signen un acord amb la Campanya Roba Neta

3 EDITORIAL»

La UE i el Tercer Món

4 CRÒNICA»

Recuperar la ramaderia a Uganda

6 REPORTATGE»

Tànger, origen de la roba que vestim

8 ENTREVISTA»

"És necessari i urgent construir una altra Europa"

10 NOTÍCIES»

La UE i el Tercer Món

El mes de març ha estat un mes atapeït política i reivindicativament parlant. Barcelona ha acollit la Cimera de Caps d'Estat i de Govern de la Unió Europea (UE). Els Quinze havien de discutir, entre d'altres temes, el de la lluita contra la pobresa. L'acord no es va fer esperar. La UE es comprometia a augmentar la seva ajuda als països en desenvolupament. La notícia es concretava amb una xifra: en el 2006 els països membres destinaran un 0,33% del seu PIB a l'Ajuda Oficial al Desenvolupament (AOD).

Un insignificant augment molt allunyat encara del promès i desitjat 0,7% establert per l'ONU als anys setanta. I és que la xifra, que representa un acord de mínims, no ha satisfet per igual els Quinze. Mentre Holanda i Suècia encapçalaven el grup de països que demanaven un esforç conjunt més gran, Alemanya i Grècia van deixar molt clar que no volien adquirir aquesta obligació pel que suposaria per a les seves economies. També Espanya veia amb desgat la postura dels països nòrdics.

Les xifres parlen per si soles: Dinamarca (1,06%), Holanda (0,82%), Suècia (0,81%) i Luxemburg (0,7%). Entre els menys generosos destaquen: Itàlia (0,13%), Grècia (0,22%), Àustria (0,22%), Espanya (0,22%), Portugal (0,26%) i Alemanya (0,27%). Si tots els països de la UE donessin el 0,7% d'AOD en els terminis fixats per la proposta de la Comissió Europea s'aconseguirien 50.000 milions de dòlars addicionals cada any, el doble del que actualment hi destinen en conjunt tots els països de la OCDE.

El 0,33% aprovat coincideix amb la mitjana actual que la UE dedica a la lluita contra la pobresa, i que el 2006 serà del 0,39%, només sis centèsimes més que ara! La part positiva la trobem en què per Espanya i altres països aquest 0,33% de mínims significa un increment -minúscul i escàs- de l'esforç que dediquen, actualment, per ajudar al desenvolupament dels països del Tercer Món.

De poc serveix que Espanya presideixi la UE durant el primer semestre de l'any. La seva actitud passiva a l'hora d'impulsar com caldria la política de cooperació de la UE ho demostra. No podia ser d'una altra manera essent Espanya un dels països comunitaris amb pitjor política de cooperació.

Es demostra, un cop més, que les prioritats són unes altres, i que la UE que hauria de jugar un paper rellevant, impulsant un augment substancial quantitatiu i qualitatiu de l'AOD, està més preocupada per altres temes com el de liberalitzar els mercats, o afirmar que el sector privat és el que ha de convertir-se en el principal protagonista del desenvolupament del Sud. Especialment escandalós és que els caps d'Estat i de Govern es neguin a adoptar les mesures indispensables que per si soles podrien salvar de la misèria les dues terceres parts de la humanitat.

Les mesures possibles són molt clares: anular completament el deute dels països pobres; obtenir dels països rics un compromís perquè dediquin almenys el 0,7% de la seva riquesa a finançar el desenvolupament; reequilibrar els termes de l'intercanvi entre el Nord i el Sud; garantir la sobirania alimentària de cada país; controlar els moviments irracionals dels capitals; declarar fora de la llei els paraïsos fiscals; i establir definitivament una taxa internacional per a les transaccions financeres, entre d'altres.

El 0,33% aprovat per la UE demostra que no s'està per la feina. Representa un compromís de mínims a la baixa, acordat amb pressions per assistir amb una proposta consensuada a la segona gran cita, la Conferència de Nacions Unides sobre Finances per al Desenvolupament celebrada a Monterrey (Mèxic) del 18 al 22 de març. El Consens de Monterrey, document que van ratificar els caps d'estat de més d'un centenar de països, no conté cap compromís específic per incrementar els recursos financers disponibles per a programes de desenvolupament.

Informatiu **Setem** Catalunya
Primavera 2002. Número 39

SETEM és una ONG especialitzada en la formació i enviament de voluntaris al Tercer Món, i des de 1968 treballa per promoure la solidaritat internacional.

president JOAN CORTADELLAS director TONI CODINA redactora i coordinadora MIREIA ALIART foto contraportada J. RAPHAËL DANTIN (CAIUS, S.A.) impressió SERAFI, Indústria Gràfica C. Bisbe Laguarda, 4. 08001 Barcelona. Telf.: 93 441 53 35 Fax: 93 443 20 69 E-mail: catalunya@setem.org

Impress en paper i tinta ecològics

Recuperar la ramaderia a Uganda



Localitzat a la panxa d'Àfrica i anomenat la "Perla africana", Uganda viu un procés lent de reconstrucció després que la guerra de la dècada dels 80 el castigues profundament. De tradició eminentment agrícola i ramadera, el país treballa per recuperar aquestes activitats, prioritàries per a la seva economia i subsistència. En aquest escenari és on, des del passat octubre, hi treballa la Caroline Segarra, cooperant de SETEM, que col.labora amb la Cooperativa Integral de Bululu.

Les dones són les principals beneficiàries de la Cooperativa Integral de Bululu, amb la que SETEM col.labora.

Uganda viu un període de reconstrucció lent després que la guerra de la dècada dels 80 submergís el país en la misèria més profunda. Els nombrosos programes de rehabilitació i desenvolupament duts a terme a

partir de 1993, quan van acabar els enfrontaments, han anat dirigits a recuperar la seva tradició agrícola i ramadera, activitats prioritàries encara avui. Bululu és una de les regions

d'Uganda que més va patir la guerra. Les famílies camperoles que van anar retornant després d'anys d'exili es van organitzar en la Cooperativa Integral de Bululu per fer possible la recuperació de les activitats productives tradicionals. Des de 1996, any de la seva creació, la cooperativa s'ha dedicat a fomentar i donar suport a totes les activitats favorables al desenvolupament de la zona on operen. Així, ha posat en marxa una caixa d'estalvis rural a partir de la qual s'han concedit 32 crèdits per a activitats generadores d'ingressos; ha engegat un projecte de millora agrícola en el que s'han format 10 camperols i camperoles en tècniques de producció agrària, i s'ha dut a terme un projecte de comercialització de les collites.

Una vaca per a tothom

L'experiència positiva de les accions aconsegues per la Cooperativa Integral de Bululu va impulsar els seus integrants a iniciar un programa de reposició de bestiar boví, que anys enrera havia estat la principal font de riquesa de la zona. Per a fer-ho, i amb la col.laboració de SETEM i Veterinaris Sense Fronteres, s'està capacitant 114 dones de 16 localitats



de Bululu en tècniques ramaderes. "Entreguem una vaca, un kit veterinari i llavors en forma de crèdit. Aquest crèdit ha de ser retornat en tres anys; al final d'aquest període, cada dona beneficiària ha de retornar un vedell de dos anys per poder començar amb la rotació del crèdit per tal que altres dones se'n puguin beneficiar" explica Caroline Segarra, cooperant de SETEM a la zona. Aquesta iniciativa, sumada a la introducció de bous i de llavors millorades, està fent possible que aquest grup de dones cobreixi les necessitats bàsiques de les seves famílies que representen un total de 1260 persones, pràcticament el 15% de la població de Bululu.

endavant la família, la que treballa tot el dia perquè tot estigui a punt, és la primera en llevar-se i l'última en anar a dormir. És l'encarregada de les tasques agrícoles, la que llaura la terra i recollecta els seus fruits, sense més ajuda que les pròpies mans. És la que, un cop alimentada la família (molt nombrosa normalment), ven els excedents agrícoles de mandioca, mill, fesols... als mercats locals. La que, si no té fills, ha de caminar quilòmetres per anar a buscar aigua i llenya per fer el foc amb el que després cuinarà. És la que ha de tenir cura dels fills (6/7 per mitjana) i, també, de la casa". Amb el programa de reposició ramadera i amb el fons rotatori de bestiar boví la



La Caroline Segarra, coo- perant de SETEM, dona suport tècnic en un projecte de reposició bovina a la regió de Teso, al nord d'Uganda.



La dona africana

Les beneficiàries directes del projecte són dones de la regió. Això és així perquè el que la Cooperativa Integral de Bululu intenta és potenciar el paper de la dona africana i donar-los una font d'ingressos no només en un sentit econòmic, sinó sobretot amb un sentit social i de dignificació del treball de la dona, que en aquesta regió d'Uganda continua estant en clara inferioritat respecte a l'home. De fet, tal i com explica la Caroline "la dona és la base del nucli familiar, però no se li reconeix cap mena de protagonisme. La dona és la que tira

Cooperativa Integral de Bululu pre-tén potenciar la presència de grups de dones en les diferents associacions de la zona, i que juguin un paper important dins de la Cooperativa i de les seves comunitats.

Crèdits per a Bululu

La Cooperativa Integral de Bululu gestiona a més una cartera de crèdits pròpia per a la gent que ho sol·licita, i és que principalment està actuant com una caixa rural i com assessora en la comercialització de la producció agropecuària. "La cooperativa concedeix petits préstecs que oscil-

len entre els 33 i els 330 euros a partir dels estalvis de la gent que n'és sòcia" comenta la Caroline, que des de l'octubre del 2001 dona suport tècnic per millorar la gestió de la cartera de crèdits de l'organització. I segueix. "El que resulta increïble és el que arriben a fer amb tan pocs diners! Tenint en compte que Bululu està a prop del llac Kyoga, molta gent es dedica a la pesca i, per tant, aquests crèdits es dediquen a activitats relacionades amb aquesta activitat: confecció de xarxes, fabricació de botes, comercialització i assecat del peix..."

El consorci entre SETEM i Veterinaris Sense Fronteres, que opera a Uganda des de 1998, ens ha permès entrar a treballar més a fons al continent africà. Per donar suport a la Cooperativa Integral de Bululu **necessitem el teu suport.**

**Donatius per al projecte de
Bululu (Uganda): Fundació SETEM
2013-0014-75-0201302791 (Caixa Catalunya)**

Recorda que els donatius a la Fundació SETEM desgraven un 20% en la teva Declaració de la Renda.

Tànger, origen de la roba que vestim

La ciutat de Tànger, al nord del Marroc, alberga una cinquena part de les empreses de confecció tèxtil i una quarta part de la mà d'obra del país dedicada a aquest sector. A la ciutat hi ha més de 500 tallers informals de confecció tèxtil, on s'està pagant entre 0,30 i 0,72 euros/hora, mentre que el sou mínim al Marroc és de 0,90 euros/hora. La dona és, a més, la que més pateix les males condicions sociolaborals dins d'un sector on representa el 79% de la mà d'obra. Aquestes són algunes de les conclusions d'una investigació realitzada per la Campanya Roba Neta, amb el suport de la Fundació Jaume Bofill.

"Estudi d'investigació sobre les condicions sociolaborals en el sector de la confecció tèxtil al nord del Marroc i el desplaçament de la producció de les empreses espanyoles" és el títol de la investigació que ha realitzat durant 2 anys la Campanya Roba Neta per

traçar un mapa, el més concret possible, de les condicions dels treballadors i treballadores al Marroc. Actualment, el 25% de les empreses del sector tèxtil establertes en aquest país del Magrib són de capital total o parcialment estranger. "L'estudi es va iniciar

per conèixer les característiques de les inversions de les empreses espanyoles tèxtils al nord del Marroc, especialment a Tànger, que és on s'ubiquen la majoria", explica Eduard Cantos, coordinador de la Campanya Roba Neta a l'Estat espanyol. I és que instal·lar-se a Tànger pot significar per a una companyia una reducció de fins a un 75% de l'Impost de Societats. I continua: "la Campanya ha pogut investigar de manera contínua 20 tallers informals, i averiguar que 12 d'ells produïen o havien produït per alguna marca espanyola coneguda". Entre aquestes marques destaquen: Inditex (5 tallers detectats/25%), Mayoral (5 tallers detectats/25%), i El Corte Inglés (3 tallers detectats/15%).

Confecció espanyola

La complexitat del sector de la confecció tèxtil -on és molt freqüent la subcontractació i, fins i tot, la sub-subcontractació-, així com el notable impacte d'aquest sector en l'equilibri econòmic i social a escala regional, han fet que resultés difícil de fer una fotografia precisa de l'entremat d'externalització de la producció, i identificar quina o



La Campanya Roba Neta va visitar durant el juny del 2001 les fàbriques de Cortefiel i Burberry a Tànger on, tal com recull l'informe realitzat, es respecten els drets laborals dels treballadors i treballadores.

quines modalitats de producció estan duent a terme les abundants empreses tèxtils espanyoles presents al Marroc. Claire Trichot, coordinadora de la investigació, explica les dificultats: "realment el més complicat ha estat conèixer les condicions sociolaborals dins dels tallers clandestins. Ens hem hagut de fer passar per agents comercials per poder accedir-hi, i després guanyar-nos la confiança d'alguns treballadors perquè ens portessin etiquetes que evidenciessin per quines marques es fabricava dins d'aquells tallers".

Precarietat i clandestinitat

La investigació ha evidenciat algunes dades rellevants. D'una banda, les condicions sociolaborals empitjoren a mesura que augmenta el caràcter informal del lloc de treball. D'altra banda, es constata que "hi ha empreses espanyoles que subcontracten al Marroc, i cada vegada n'hi haurà més, perquè existeix una política de fomentar la inversió al Marroc", afirma Claire Trichot. I continua: "això està fent que creixi el sector informal perquè les grans empreses no poden absorbir tota la mà d'obra que està arribant de les zones rurals". I és que, segons revela l'estudi, les marques espanyoles tenen com a estratègia subcontractar al màxim la seva producció a diferents empreses, jugant d'aquesta manera amb la seva flexibilitat i augmentant la competitivitat entre elles. "El que caldria veure és si es poden trobar alternatives al sector informal perquè el fet que hi hagi inversió és positiu", assegura la coordinadora de la investigació.

Una altra dada interessant a destacar és que "les dones són les que més pateixen les males condicions laborals. Els empresaris les prefereixen per la seva destresa en el treball de confecció, per la seva submissió, i pel seu menor cost", explica Trichot. I és que en aquests tallers es reproduïen les formes de control patriarcal que existeixen en la pròpia societat marroquina. La vulnerabilitat de la dona marroquina en altres aspectes de la seva vida

es reproduïx també en el seu lloc de treball.

La Campanya Roba Neta conclou en el seu informe que tot i que les grans marques espanyoles detectades en la investigació no fabriquen majoritàriament en tallers informals o clandestins, considera greu que en aquests moments estiguin fent ús d'aquesta pràctica amb les conseqüències negatives que això comporta per als treballadors i treballadores afectats. També considera que aquests resultats només constitueixen la punta d'un iceberg i que, probablement, es podrien extrapol·lar per als més de 500 tallers informals detectats a la zona de Tànger.



Perfil de les empreses al Marroc

A. Empreses espanyoles deslocalitzades

Són empreses localitzades a Espanya que traslladen la seva producció al Marroc mitjançant la creació d'una filial.

B. Empreses inversores de capital espanyol

Són empreses creades al Marroc amb capital espanyol. La seva producció va dirigida a diferents clients i marques.

C. Empreses contractades

Són empreses ubicades al Marroc, marroquines o de capital estranger, que estan contractades per una empresa o marca espanyola per confeccionar-los part de la seva producció.

D. Empreses subcontractades

Són empreses contractades per les empreses de la categoria C perquè produeixin de manera puntual i específica alguna comanda. Són petites empreses "semi-informals" o tallers clandestins.

	CATEGORIA A	CATEGORIA B	CATEGORIA C	CATEGORIA D
REMUNERACIÓ	Salari Mínim Interprofessional Garantit (SMIG)	SMIG	SMIG	A decisió del cap
JORNADA DE TREBALL	8 h/dia pagament d'hores extres	10 h/dia hores extres obligatòries i remunerades	10 h/dia hores extres obligatòries i remunerades	+ de 10 h/dia hores extres obligatòries i no remunerades
CONDICIONS DE SEGUETAT I HIGIENE	Molt bones	Bones	Bones	Dolentes o molt dolentes
TRACTE EN EL TREBALL	B	B	Relacions de poder home/dona	Aversió sexual (home/dona/news) Aversions
LLIBERTAT SINDICAL	Inexistent	Inexistent	Inexistent	Inexistent
TREBALL O EXPLOTACIÓ INFANTIL	No	No	No	Si

Arcadi Oliveres, catedràtic d'Economia de la UAB i president de Justícia i Pau.

"És necessari i urgent construir una altra Europa"

Arcadi Oliveres realitza des de fa molts anys una important tasca de sensibilització a través de la seva participació en conferències, xerrades, i actes públics. També col·labora en diversos cursos relacionats amb l'àmbit econòmic de les Relacions Internacionals.

Espanya ha assumit la presidència de la Unió Europea (UE) durant el primer semestre del 2002. L'indiscutible pes polític, econòmic i comercial de la UE en el context internacional li confereix una gran responsabilitat, que hauria de quedar reflectida en iniciatives concretes, en la construcció d'un món més just. Però existeix realment aquesta voluntat? Arcadi Oliveres ens ha parlat de la UE coincidint amb la Cimera de Caps d'Estat i de Govern celebrada el 15 i 16 de març a Barcelona.

Una altra Europa és possible?

I necessària perquè l'Europa actual

està plena de contradiccions i defectes. D'una banda, estem construint

una Europa financera no democràtica. Hem arribat a una Europa que té una moneda única, però que no té una política social única, una pensió única, un salari mínim únic, unes taxes d'atur similars... S'ha avançat en allò que interessa, però gens en l'Europa que no interessa, que és la social. Aquest és el segon gran defecte. Una Europa del capital que prioritza les finances, en detriment de la política social i la cobertura de les necessitats de la gent.

En tercer lloc, ens trobem davant d'una Europa dels estats i no de les nacions o dels pobles. I no s'ha tingut cap mena d'escrúpul en no respectar cultures tradicionals i autòctones perquè no tenen estat.

Quart defecte. Estem convertint Europa en una ciutadella tancada a l'arribada d'immigrants i de refugiats polítics i, cinquè, es tracta d'una Europa amb voluntat imperial. Tota la política de seguretat i defensa de la



UE és una política amb voluntat de mantenir els privilegis de l'actual sistema econòmic.

Com definiria l'actual model de construcció europea?

Europa està constituïda per 15 estats, formalment democràtics, que estan edificant una Europa que de democràtica no en té res. Tampoc no és una Europa supraestatal, ja que amb els temes més importants cada país té dret de veto.

La política de la UE és neoliberal. Què vol dir això a l'hora de la veritat?

Que existeix una tendència de restricció per part de l'Estat que està fent marxa enrera en temes socials, en responsabilitats educatives, en qüestions fiscals... I que ha renunciat a la capacitat que tenen els estats de controlar les grans transnacionals, l'especulació financera,... Tot això és neoliberalisme, encara que més matisat que el que existeix als Estats Units.

La política de la UE és autònoma o està sotmesa als interessos dels Estats Units?

Des del punt de vista econòmic tant els uns com els altres depenen de l'especulació financera, de les transnacionals. Però política i, sobretot, militarment Europa depèn dels EEUU. Només cal veure el trist paper que ha fet en la guerra de l'Afganistan.

Quina hauria de ser la missió de la UE?

De reconciliació entre europeus i de solidaritat amb la resta del món. Europa neix amb un doble estigma. D'una banda, voluntat de superar guerres i de crear una reconciliació entre europeus i, de l'altra, voluntat de recuperació de poder. I això encara es manté ara. Quan es parla de l'euro el primer que es diu és que rivalitzarà amb el dòlar. Quan es diu que Europa s'uneix no es diu per intentar viure en harmonia o per ajudar els països del Tercer Món, sinó perquè rivalitzi amb els EEUU.

I la dels organismes internacionals?

Les altres institucions haurien de fer un paper regulador de l'economia mundial que no fan perquè no són democràtiques. El BM, l'FMI i la OMC haurien d'establir justícia econòmica enlloc de fer augmentar les diferències socials i econòmiques del món.

Al final de la Ronda Uruguay la UE va prometre als països pobres que el nou entorn de la liberalització comercial els permetria accedir a un major percentatge de la prosperitat global. Ha passat el contrari. Per què la UE es nega a reconèixer l'impacte negatiu que la liberalització econòmica ha portat a aquests països?

Els que dirigeixen Europa són directament beneficiaris d'aquesta política i, a més, es deuen a un electorat. Hi ha una dada que m'agrada recordar. Espanya cobra 600 mil milions de pessetes nets de la UE i ajuda al Tercer Món amb 200 mil milions. És a dir, que la solidaritat d'Espanya amb el Tercer Món és una tercera part de la solidaritat europea amb Espanya. Penso que no ens la mereixem aquesta solidaritat.

Com es pot lluitar contra l'Europa del Capital?

Com s'està fent ara. Fins fa poc quan hi havia una cimera comunitària gairebé ningú no en feia cas, i ara els nostres representants comencen a tenir por perquè els moviments antiglobalització s'han

"Vivim en una Europa del capital que prioritza les finances, en detriment de la política social".

"Els nostres representants comencen a tenir por perquè els moviments antiglobalització s'han adonat que estem en un món que necessita que les coses canviïn"

adonat que estem en un món que necessita que les coses canviïn, i que no és només responsabilitat dels organismes sinó també dels europeus. Aquesta presa de consciència és positiva. I, segon, ens obliga a fer una revisió del caràcter democràtic dels nostres elegits que es consideren representants del poble i s'han d'amagar davant dels ciutadans.

Com valora que els moviments antiglobalització es facin visibles en ocasió de les reunions de les principals organitzacions mundials?

Penso que s'han de fer visibles quan n'hi ha i quan no n'hi ha. Em semblen molt bé els actes contra l'Europa del capital, però també em semblava molt correcte el Foro Social de Porto Alegre, fins i tot més, perquè no era anar a la contra sinó intentar presentar alternatives davant d'un sistema que no ens agrada. Crec que les dues postures són necessàries.

És una utopia pensar en una altra Europa, en un altre món?

És imprescindible, necessari i urgent perquè si no ens movem per això no avançarem mai. Una altra Europa, un altre món i una altra globalització són possibles si som capaços de prendre consciència que el que hi ha és enormement injust.



Nou disseny per a les samarretes de SETEM 2002

La Federació SETEM ha triat el nou disseny de les samarretes 2002. El guanyador d'enguany ha estat Manolo Méndez, de l'empresa AIA de Cerdanyola del Vallès, que ha optat per un disseny on les lletres de l'eslògan "Globalitzem la solidaritat" són les protagonistes. La novetat d'aquest any és que la samarreta es podrà adquirir també en color blau, a part del cru, en les talles: S, M, L i XL. El preu de venda és de 12 euros i la podeu comprar a les seus de SETEM.



El curs de postgrau ADI es converteix en màster

El curs d'Agents de Desenvolupament Internacional s'amplia a dos anys a partir del setembre i es converteix així en màster. Les raons de SETEM per prendre aquesta determinació han estat, principalment, el clar interès que hi ha davant la formació i la creixent demanda a nivell laboral de perfils concrets en el camp de la cooperació al desenvolupament. En aquest sentit, el tret diferencial del curs consistirà en el fet

que l'alumnat haurà de fer pràctiques en alguna ONG del Sud o del Nord durant un període mínim de tres mesos. L'ampliació de l'ADI comportarà també la reestructuració del primer any, que començarà a aplicar-se en l'edició del mes de juliol. El període de preinscripció del nou màster s'iniciarà durant el juny, i va dirigit a tots els alumnes que des de 1994 hagin cursat el primer curs de l'ADI.

SETEM present a Fira Natura de Lleida

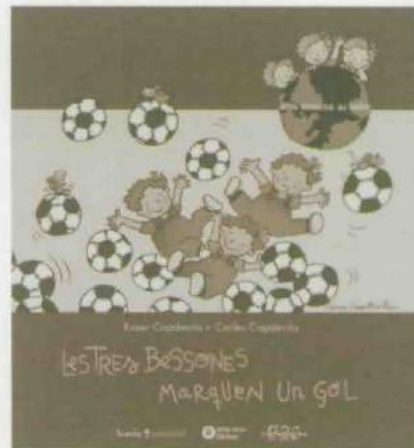
La delegació de SETEM-Lleida va participar del 8 a l'11 de març a Fira Natura. Aquesta fira, que se celebra per quart any consecutiu i que van visitar 14.000 persones, és un dels majors exponents firals referits al medi ambient i la qualitat de vida a Catalunya. 12 voluntaris i voluntàries de SETEM-Lleida van ser els encarregats de donar informació i vendre productes de Comerç Just, així com de fer les degustacions de cafè i galletes. El darrer dia de la fira van muntar una activitat destinada als més petits. Es tractava de fer un dibuix que el grup de Lleida portarà aquest

estiu als nens i nenes de Dominicana.



La Campanya Roba Neta col.labora amb "Les tres bessones"

La Campanya Roba Neta ha assessorat el guió de la nova entrega de Roser Capdevila "Les tres bessones marquen un gol". Aquest cop, les entremaliadures de les tres germanes faran que la Bruixa Avorrida les enviï a viure en la pròpia pell l'explotació infantil en una fàbrica de pilotes. La col·lecció "Una mirada al món", coeditada per Icaria, Intermón Oxfam i Cromosoma, pretén educar els infants en els valors de la igualtat, la convivència, el respecte o la solidaritat entre els més joves. El nou conte editat en català i castellà, i properament també en francès i anglès, val 6 euros, i el podeu trobar a qualsevol llibreria. Sens dubte, un bon regal per Sant Jordi!



CURS: EINES D'ANIMACIÓ COMUNITÀRIA EN PAÏSOS DEL SUD

Dates de realització: 4 i 18 de maig i 1 i 8 de juny

Horari: Dissabtes, de 10 a 14 h.

Inscripcions fins el 25 d'abril

Preu: 66 euros (socis/es 10% descompte)

300 participants de Camps de Solidaritat a la Trobada Zero

El 10 de març va tenir lloc a la Universitat Politècnica de Catalunya la Trobada Zero, que dona el tret de sortida als Camps de Solidaritat 2002. La sessió, que va comptar amb gairebé 300 participants, va començar al matí amb l'exposició que va fer el president de SETEM, Joan Cortadellas, sobre els objectius dels Camps; la taula rodona amb voluntaris d'anys anteriors; i el vídeo "Bombai, Bombai: la força de la solidaritat". Cap al migdia els grups van tenir ocasió de trobar-se per conèixer la resta d'integrants i per començar a parlar de l'organització del seu Camp. Enguany hi ha previstos 37 Camps de Solidaritat repartits en 18 països del Sud. La segona trobada oficial va ser la que es va fer el 6 d'abril al col·legi Joan XXIII de l'Hospitalet,



durant la primera jornada del Curs de Formació.

D'altra banda, el primer cap de setmana de març es va realitzar el curs de formació de l'equip coordinador de Camps 2002 a la casa de colònies Can Bellvitge de Girona, on hi van participar 34 coordinadors i coordinadores.

CURS: COMERÇ JUST, UN NOU ÀMBIT DE COOPERACIÓ

Dates de realització: 28 i 30 de maig, 4 i 6 de juny

Horari: Dimarts i dijous, de 18'30 a 21'30 h.

Inscripcions fins el 21 de maig

Preu: 58 euros (socis/es 10% descompte)

300.000 persones a la manifestació antiglobalització

Més de 300.000 persones van assistir a la manifestació Contra l'Europa del Capital que va tenir lloc el 16 de març a Barcelona, coincidint amb la Cimera de Caps d'Estat i de Govern. L'èxit d'assistència -va ser la manifestació més gran que s'ha fet mai contra la globalització-, va fer que només el primer bloc de la marxa constituït per la Plataforma Contra l'Europa del Capital pogués acabar el recorregut davant del monument de Colón, on es va llegir el manifest. El segon i tercer blocs, formats per la Plataforma Independentista i pel Fòrum Social -partits polítics, sindicats i ONG-, respectivament, van haver d'esperar 2 hores per començar a caminar. Els

manifestants van recórrer de manera pacífica i festiva el centre de la ciutat, tot i que al final es van produir alguns incidents violents que es van saldar amb un alt nombre de detencions indiscriminades.



SETEM, integrant del Fòrum Social, també hi va ser present amb el lema "Amb el Sud construïm junts un altre futur".

ESTADES INTERCULTURALS Estiu 2002

Marroc, Senegal, Chiapas i Equador

Primera Sessió Informativa

Dimecres, 24 d'abril a les 20 h. a la seu de SETEM

Informa't al tel. 93 441 53 35

SETEM es vincula al grup 3-Fàsic

La Junta Directiva ha aprovat l'ingrés de SETEM-Catalunya al Fòrum d'Associacions de Solidaritat Internacional de Catalunya (3-FÀSIC), un grup d'ONG catalanes que des de fa uns anys treballen juntes per incrementar la seva representativitat social. Actualment, aquest grup està format per Medicus Mundi, Entrepobles, Veterinària sense Fronteres i Enginyers sense Fronteres. La idea de fons del 3-FÀSIC és crear un espai entre ONG ideològicament afins per compartir inquietuds i realitzar projectes en comú.

VINE A LA FESTA DEL COMERÇ JUST

Del 31 al 2 de juny a la Plaça de la Catedral de Barcelona.

Fira de productes, concerts, activitats infantils...

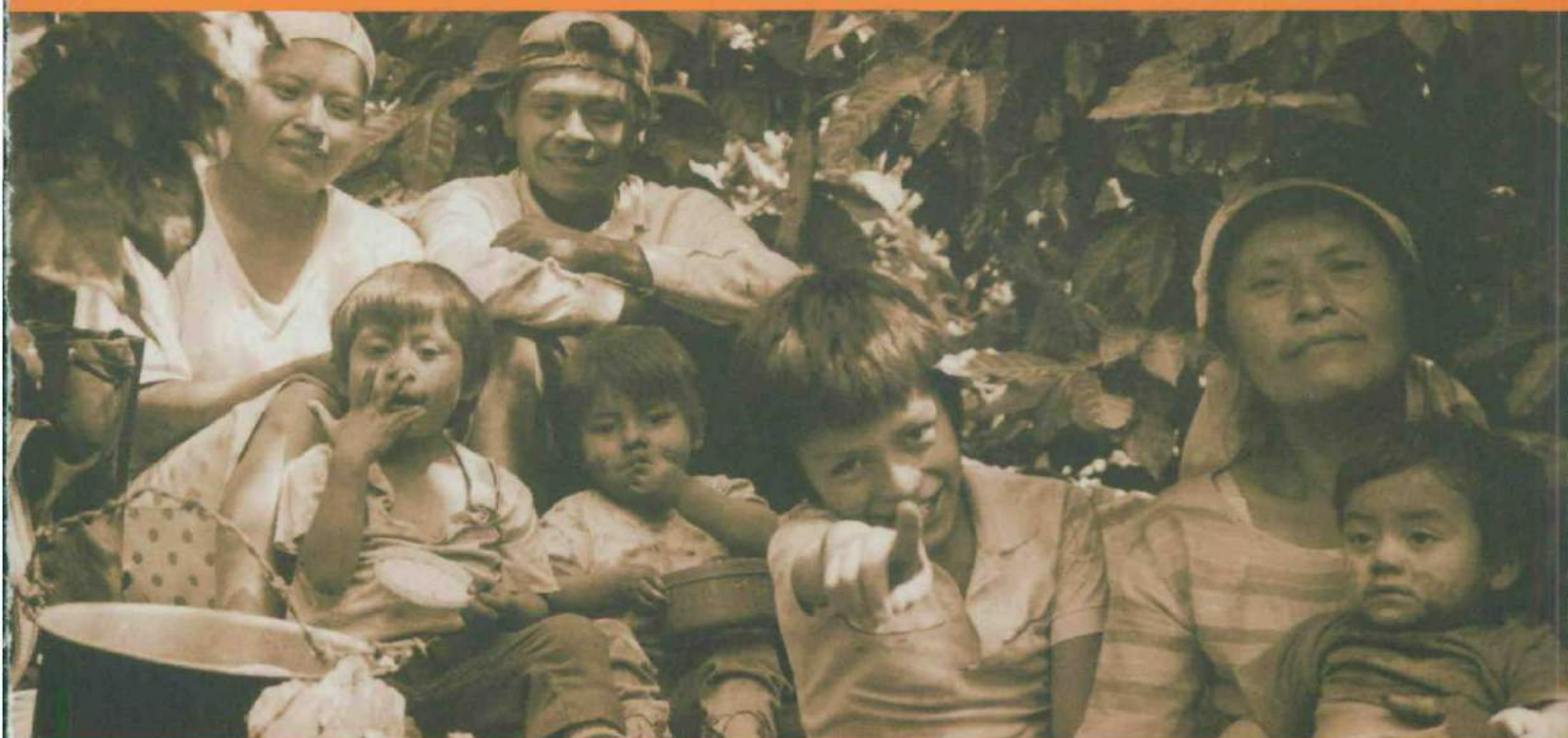
Més informació:

www.festacj.org

Fes-te amic del Comerç Just



*La caiguda espectacular dels preus del cafè està afectant
la supervivència de moltes famílies com aquesta.*



*El Comerç Just treballa per aquestes persones
pagant el preu que es mereixen, un preu just pel seu esforç.
Ajuda'ns perquè continuïn tenint una vida digna.*

*Donatius: Fundació SETEM/Campanya "El bon cafè és bo per a tothom"
2013-0014-75-0201302791 (Caixa Catalunya)*



Trobada Territorial i Assemblea anual de socis/es

Benvolgut soci/ Benvolguda sòcia,

Em plau de convocar-te a la **Trobada Territorial** i a l'**Assemblea anual de socis i sòcies de SETEM-Catalunya**, que aquest any celebrarem acompanyats per la nostra delegació de Manresa, concretament el proper dissabte 20 d'abril al **Casal de Joves La Kampana de Manresa (c/Campanes 9 baixos)**, amb el següent programa:

TROBADA TERRITORIAL (matí)

- 10'30 - Acol·lida i presentació de la trobada
- 11'00 - Xerrada i debat sobre "Diversitat cultural i convivència amb els nous immigrants del Sud", amb en Josep Lluís Mateo, antropòleg
- 13'00 - Dinàmiques per aprendre a conviure en la diversitat, amb Mònica Pes del grup Entrecultures de la Fundació Jaume Bofill
- 14'30 - Dinar

ASSEMBLEA DE SOCIS/ES (tarda)

- 16'00 - Inici de l'Assemblea amb el següent ordre del dia:
 - 1/ Lectura de l'acta de l'assemblea del 2001
 - 2/ Presentació de la memòria i de l'estat de comptes de l'any 2001, i aprovació si s'escau
 - 3/ Presentació del programa d'actuació i del pressupost de l'any 2002, i aprovació si s'escau
 - 4/ Renovació, d'acord amb els nostres Estatuts, de 5 càrrecs de la Junta Directiva: secretaria, 2 vocalies personals i 4 vocalies territorials
 - 5/ Proposta d'increment de la quota ordinària a 18 euros trimestrals, i de la mínima a 12 euros trimestrals a partir de 2002; i d'increment automàtic de les mateixes a partir de 2003 segons l'IPC de cada any anterior

En relació al punt 4 de l'ordre del dia de l'Assemblea, vull recordar-te que **tots els socis i sòcies sou convidats a presentar-vos**

Per acabar vull insistir-te, una vegada més, que tota proposta, suggeriment, aprovació o esmena són fonamentals per al funcionament de la nostra ONG. I per això confiem que el proper 20 d'abril podrem comptar amb la teva, sens dubte, valuosa opinió. Tanmateix, si no poguessis venir personalment et recordo que, d'acord amb els nostres Estatuts, **pots delegar el teu vot per escrit en un/a altre/a soci/a.**

Esperant de veure't el dia 20, rep una salutació ben cordial.

JOAN CORTADELLAS
President