

# Vestuário e Calçado

Na nossa sociedade de consumo é fácil sermos vítimas do chamado “consumo compulsivo”: comprar por comprar, em vez de estar a satisfazer uma necessidade ou um desejo. Ir às compras converteu-se numa actividade de lazer, assim muitas vezes um passeio é uma ida ao *shopping*. Compramos alguma coisa para aliviar tensões e ansiedades. Mas ao abrirmos o nosso roupeiro e gavetas deparamo-nos sempre com peças de roupa que só vestimos uma vez e que podem ter um custo tão elevado tanto a nível económico, como ambiental e humano. Enquanto consumidores devemos ter consciência da importância (e repercussões) que as nossas escolhas assumem. O uso, a reutilização e a reciclagem para prolongar a vida útil da nossa roupa e calçado são boas práticas de consumo responsável.

### 1. A História por Detrás da Etiqueta: *Made In...*

Pretende-se encorajar os participantes a ver a contradição existente entre as imagens apelativas das marcas de roupa e as condições de trabalho difíceis e injustas dos trabalhadores, em muitos países que fabricam essas mesmas peças usadas por milhões de pessoas.

*O que é preciso: mapa do mundo na parede, post-its, 4 diapositivos de PowerPoint que podem ser copiados para folhas de papel ou transparências.*

*Tempo previsto: 1 hora*

### Método/Instruções

- a) O educador introduz o tópico “roupa com marca” perguntando aos participantes: *usam roupa de marca? Quais as marcas preferidas? Porquê?*

Os motivos para gostar destas marcas poderão ser a imagem projectada por anúncios publicitários, ou o facto de os participantes se quererem identificar com determinado atleta que consideram vencedor. No entanto, muitas das pessoas mais importantes por detrás do mundo do desporto não têm hipótese de fazer parte de eventos desportivos. Estes são os trabalhadores das fábricas de calçado e vestuário. *Quem faz estas peças de calçado e vestuário? Nós, enquanto consumidores, pensamos alguma vez como é que é a vida deles? Perguntamo-nos sobre quem produz, quais as suas condições de trabalho? (5min)*

- b) Para aprofundar a temática da economia das “sweatshops” (25 min):

O educador distribui *post-its*, só um por pessoa. Pede aos participantes para se juntarem em pares e verificarem as marcas nas t-shirts ou nos sapatos que trazem vestidos e calçados. Os participantes escrevem o nome da marca e o país de fabrico no *post-it*, e colam-no no mapa do mundo.

Após a identificação dos países de origem da nossa roupa constata-se que as principais marcas produzem a maioria das suas peças de vestuário e calçado em países menos desenvolvidos onde algumas fábricas não garantem a defesa dos direitos dos trabalhadores, as chamadas “sweatshops”.

**Pistas de reflexão** (dependendo do tempo, o educador pode usar apenas algumas ou todas):

**Lucro das empresas:** *Em que países do mundo é que as marcas têm as suas sedes?* Empresas investem muito mais dinheiro na publicidade e na tentativa de nos fidelizar à “marca” do que nos salários do trabalhadores. Na verdade, estes salários são muitas vezes apenas 1% do preço final na loja.

**Onde está a base:** *Em que países do mundo foram feitas a maioria das roupas? Porquê estes países?* Aqui referimo-nos a empresas que buscam locais cada vez mais baratos para produzir os seus produtos.

**Condições nas “sweatshops”:** Imagine a pessoa que fez as suas roupas. Como pensa que são as condições de trabalho desta pessoa?

**Made in USA:** *Quais são as peças de vestuários fabricadas nos EUA?* Made in USA/EUA não significa que não seja uma “sweatshop”. A grande maioria dos trabalhadores têxteis nos Estados Unidos são mulheres imigrantes. Na verdade, o Departamento do Trabalho norte-americano calcula que mais de 50% das fábricas de vestuário nos Estados Unidos sejam “sweatshops”. Quando compramos produtos feitos por trabalhadores em cooperativas ou em fábricas com sindicatos sabemos que estes têm uma voz, mesmo que seja uma voz a lutar pela melhoria de condições de trabalho.

**O sistema global:** o mapa dá-nos uma ideia do sistema de produção global. *Quais as regras e condições que têm de existir para que um sistema de produção global deste género funcione?*

- c) O educador informa os participantes que se vai falar de uma trabalhadora que faz peças de vestuário. Esta actividade pode ser desenvolvida através da visualização de diapositivos ou através da distribuição de folhas com as respectivas descrições (estas informações podem ser lidas pelo educador ou pelos participantes). (30min)

### Diapositivo 1/Folha 1

*M. é apenas uma de entre os milhões de trabalhadores das fábricas têxteis por todo o mundo. Ela tem 25 anos e trabalha numa fábrica no Bangladesh que produz “sportswear” para marcas de desporto mundialmente famosas.*

**Ponto de reflexão:** Grandes marcas de “sportswear” já não fabricam os seus produtos em países mais ricos como o Reino Unido, como acontecia noutras épocas. Agora que se viaja mais rapidamente, se comunica mais facilmente, as peças de vestuário podem ser executadas em países onde os salários e os custos são mais baixos.

As empresas poupam dinheiro ao mandar fazer “sportswear” em países como o Bangladesh, a Tailândia e a Índia. Isto poderia ser positivo para as pessoas nestes países, mas muitas vezes, estas são tratadas de forma injusta.

### Diapositivo 2/Folha 2

A história de M.

*“Coso calças durante todo o dia, o meu objectivo são 20 pares de calças por hora. Num dia normal, tenho de coser 180 pares”.*

**Ponto de reflexão:** o educador pergunta aos participantes: *Conseguem imaginar costurar 20 pares de calças numa hora?* Isto é o que a M. tem de fazer. M. ganha cerca de € 43 por mês, ou € 47 se fizer horas extra. As grandes marcas têm lucros enormes. M. nunca poderia comprar o que faz.

### Diapositivo 3/Folha 3

Um dia da M.

*“Começo a trabalhar às 7 horas da manhã e, às vezes, com as horas extras (a partir das 16h) trabalho até às 20h e não posso fazer intervalos.”*

**Ponto de reflexão:** o educador pergunta aos participantes: *Como acham que se sentiriam se tivessem de trabalhar assim?* Um dia da M. dura pelo menos 9 horas, mas ela frequentemente faz horas extraordinárias para atingir os objectivos (13h/dia). *Conseguem imaginar o cansaço? Diminuem-lhe o salário se ela não atingir o objectivo. Por que acham que ela ganha tão pouco?*

Explica-se que os trabalhadores como a M. são a última ligação, mas a ligação essencial na cadeia global, são as pessoas que fazem o vestuário que foi desenhado e que depois é transportado para as lojas. Tal como o futebol ou o desporto, a cadeia global de fornecimento liga as pessoas de todo o mundo, mas não num jogo limpo.

### Diapositivo 4/Folha 4

O educador lê ou pede aos participantes que leiam as seguintes frases:

- As pessoas gostam do “último grito” na moda. A maioria de nós usa roupa (por exemplo, “sportswear”) de marca.
- As lojas atraem os clientes para o “último grito”.

- As marcas gastam milhões de euros em publicidade. Mandam fazer as roupas em fábricas localizadas em países menos desenvolvidos para poupar dinheiro. Estas fábricas pagam salários baixos. Vendem a roupa às empresas de marca a preço reduzido, se assim não fosse estas empresas iriam escolher outra fábrica.
- Trabalhadores como a M. trabalham muitas horas com um salário reduzido para produzir o que vestimos. As condições são normalmente muito difíceis e com riscos para a saúde.

**Ponto de reflexão:** após a visualização dos diapositivos ou folhas o educador coloca as seguintes questões: *O que devemos fazer? O que pode ser feito?* Pede sugestões e informa que existem organizações e campanhas como a *Clean Clothes Company* que defendem as pessoas e o ambiente.

### Conclusão

O educador encoraja os participantes a questionar-se como é que todos os produtos são feitos. *Quem os produz? São pessoas que recebem um salário justo?*

Fonte: Traduzido e adaptado de *Sweatfre toolkit*, manual disponível em <http://www.globalexchange.org/campaigns/sweatshops/sweatfretoolkitcomplete.pdf> [consultado a 12/09/2007] e a partir de material da Oxfam Education, disponível em <http://www.oxfam.org.uk/education> [consultado a 12/09/2007]

### Sugestão de Actividade Complementar

O educador deverá propor a execução de uma pesquisa sobre o rótulo ecológico (o que é, para que serve, que informação fornece,...) e sobre o exemplo da empresa portuguesa Naturapura (a 1.<sup>a</sup> empresa portuguesa com o rótulo ecológico europeu a nível do vestuário).

## 2. Como se Faz uma T-Shirt de Algodão Biológico do Comércio Justo

*O que é preciso: folhas com títulos e folhas com frases alusivas às diferentes etapas na produção de uma t-shirt de algodão biológico do Comércio Justo.*

*Tempo previsto: 45 minutos*

- a) O educador divide os participantes em grupos de três. Dá a cada grupo um conjunto desordenado de folhas com títulos e um conjunto desordenado de folhas com frases. Em grupo, os participantes devem fazer corresponder os títulos com as frases. (20min)

**Título 1. Cultivo.** – Frase 1. O algodão cultiva-se e cresce durante 6 a 9 meses em condições controladas e fundamentalmente em agricultura familiar, com compostagem, sem monocultura e sem pesticidas.

**Título 2. Colheita.** – Frase 2. A compra de colheitas pré-seleccionadas por um programa de monitorização é realizada de acordo com as condições do Comércio Justo (respeitando os direitos humanos e o ambiente).

**Título 3. Debulhar.** – Frase 3. A cápsula do algodão contém cerca de 60% de grãos e cerca de 40% de fibras. Os grãos retiram-se e utilizam-se para fabricar azeite e velas de algodão. As fibras são usadas para fazer os fios de tecido.

**Título 4. Cardar.** – Frase 4. O algodão em bruto deve converter-se em fibras finas — sem grossuras diferentes — para serem processadas.

**Título 5. Penteado e Transformado em Fio.** – Frase 5. O algodão é desembaraçado e filtrado de fibras curtas ou impurezas por meio de pentes. O fabrico de um fio regular e sólido é a etapa técnica mais difícil.

**Título 6. Tingimento.** – Frase 6. Processo da modificação de cor da fibra têxtil através da aplicação de matérias com cor.

**Título 7. Produto Final.** – Frase 7. O Comércio Justo português, a *Greenpeace*, a *Adena*, a Amnistia Internacional e outras reconhecidas organizações não governamentais e grupos de ecologistas trabalham com t-shirts biológicas deste projecto na Índia.

- b) Depois de ter sido feita e verificada a correspondência dos títulos com as frases, o educador pede aos participantes para dizerem qual a sequência mais lógica das diversas etapas. (10min)

- c) No final o educador dará aos participantes o enquadramento do conjunto de títulos e frases falando um pouco sobre o algodão e as consequências da sua produção não biológica. Apresenta também o trabalho da organização *Maikaal: Algodão bio e ético, na Índia*. (15min)

Fonte: Traduzido e adaptado a partir do Boletim Comércio Justo, Por um Consumo Responsável n.º 5/2006, disponível em <http://www.reviravolta.comercio-justo.org> e da "Algodón Orgánico 100% Comercio Justo Camisetas que Siguen el Código de Comercio Justo en todos los Eslabones de la Cadena" da IDEAS, organização de Comércio Justo espanhola.

### Texto de Apoio

O algodão é um dos produtos cujo cultivo actual recorre a uma enorme quantidade de produtos químicos (pesticidas, herbicidas, fertilizantes e insecticidas) prejudiciais à saúde e à biodiversidade. Segundo dados da Organização Mundial de Saúde, 14% dos acidentes de trabalho nos países em desenvolvimento são causados pelo uso destes produtos (desastres estes que incluem milhares de crianças).

A Índia é um dos maiores produtores mundiais de algodão, onde mais de metade dos pesticidas utilizados na agricultura se destinam ao cultivo desta matéria-prima, agravando as condições ambientais e a qualidade de vida dos trabalhadores. Além disso, os produtores endividam-se com o aumento do preço dos pesticidas e com a baixa do preço do algodão. Para inverter esta situação a organização indiana *Maikaal Rajkashmi*, situada na região de Madhya Pradesh, alia os benefícios da cultura do algodão biológico aos princípios éticos e sociais do Comércio Justo (CJ) em toda a cadeia de produção. A *Maikaal* é um elo diferente da cadeia de CJ pois intervém em toda a fase da transformação do algodão biológico (é necessário tingir, tecer, lavar, secar, costurar, decorar e embalar). O cultivo é feito pelas organizações de produtores *Mahima* e *Wofa*, o tratamento e fição pela *Maikaal Fibers Limited*, chegando à fábrica *Rajlakshmi* para a tecelagem, confecção e entrega às importadoras CJ.

A *Maikaal* além de cumprir os critérios de CJ segue também os parâmetros da *Clean Clothes Campaign*. Para a distribuição do produto final conta com a *Greenlicence* (organização belga que comercializa produtos têxteis biológicos), a espanhola *Ideas* e a *Oxfam-Magasins du Monde* na Bélgica. Deste modo, permite a 1100 famílias distribuídas por 85 aldeias beneficiarem de melhores condições de vida. Os seus trabalhadores auferem um salário digno, e para que a qualidade do produto seja elevada, recebem cursos de formação, além disso, os seus filhos recebem educação e assistência médica gratuita.

Por tudo isto, ao comprar as peças de algodão bio da *Maikaal* e de outros produtores de CJ, o consumidor está a escolher uma roupa de melhor qualidade ambiental e social.

Fonte: Traduzido e adaptado a partir do Boletim Comércio Justo, Por um Consumo Responsável n.º 5/2006, disponível em <http://www.reviravolta.comercio-justo.org> e da "Algodón Orgánico 100% Comercio Justo Camisetas que Siguen el Código de Comercio Justo en todos los Eslabones de la Cadena" da IDEAS, organização de Comércio Justo espanhola.

