

Azione Cattolica dei Ragazzi

Diocesi di Trani-Barletta-Bisceglie

per iniziare....



*sussidio per
gli educatori*

Il mese della pace è il momento più importante del cammino ACR. Ci si ferma a riflettere e a toccare con mano cosa significa essere costruttori di Pace. "la Pace conviene" è lo slogan di quest'anno che usando il linguaggio commerciale fa pensare ad uno spot pubblicitario. Ma tale slogan guarda al messaggio di Pace del Santo Padre: "COMBATTRE LA POVERTA' COSTRUIRE LA PACE". La povertà è sempre più in via di espansione tocca sempre più ambiti; per povertà si intende quella morale, spirituale e soprattutto la povertà alimentare che purtroppo tocca sempre più i bambini che sono i primi a pagare le conseguenze di una società ingiusta. Come lotta alla povertà vi è la solidarietà globale, che mira ad una corretta educazione che porti tutti a dire che "LA PACE CONVIENE".

L'iniziativa annuale di quest'anno propone di confrontarsi con "L'ALTRO MERCATO", la catena di commercio equo&solidale, e quindi l'invito a scoprire questa realtà che quotidianamente si impegna in favore del Sud del Mondo dove ormai più di un miliardo di persone soffrono la fame.

Questa grande ingiustizia viaggia contro il "DIRITTO AL CIBO" che dovrebbe essere riconosciuto a tutti, senza alcuna distinzione.

Di qui l'invito ad acquistare la borsa IRENE per finanziare un progetto in Bangladesh (progetto di inserimento lavoro delle donne), e di un altro in Paraguay con l'acquisto di merendine direttamente tramite la rete delle Botteghe del Mercato Equo-solidale.

Finalità centrale di tutto il percorso sarà quella di sensibilizzare i più piccoli, ed anche noi educatori e le Nostre Comunità, ad un uso più critico e consapevole delle risorse, ad un impegno per il Bene Comune, attraverso l'esperienza della conoscenza di una rete di mercato alternativa a quella tradizionale, sensibilizzando alla conoscenza di una problematica di cui se ne parla magari anche troppo spesso, ma che non è sostenuta da iniziative concrete.

La guida che come equipe diocesana vi proponiamo è il frutto di una attenta riflessione, unita ad una mediazione della proposta fatta dall'Ufficio Centrale ACR.

Le nostre sono solo delle proposte, che eventualmente i singoli educatori e le equipe parrocchiali possono adeguare alle proprie realtà.

Buon Mese della Pace e buon lavoro.

1,2,3,4,5,6 PACE

don Dino, giuseppe, debora,
angela, aurelio, daniela, francesco,
giuseppe², paolo, pasquale, valentina

SCEGLI LA PACE

“Il Mese della Pace accompagnerà i ragazzi a scoprire che anche quando intraprendiamo una strada che risponde alle nostre esigenze, molto spesso può capitare di perdersi in essa, di lasciarsi attrarre da “false luci” che ci distolgono dal nostro obiettivo principale e ci fanno sbagliare percorso.

Questo rende necessaria la presenza di una guida che accompagni il cammino di ciascuno nella presa di coscienza che Dio Padre ha da sempre pensato e inserito tutti i nostri percorsi, all’interno del Suo progetto d’Amore per noi. I ragazzi, pertanto, saranno aiutati ad individuare le dinamiche che portano allo scegliere e allo scegliere bene, nella prospettiva di realizzare i propri desideri e portare a compimento i propri progetti.

A guidare ulteriormente il Mese della Pace sarà il messaggio del Santo Padre per la 42° Giornata Mondiale della Pace del 1° gennaio 2009 che, fin dal titolo ***-Combattere la povertà, costruire la pace-, pone in evidenza quanto siano legate strettamente la dimensione della povertà, della fame con il bisogno di lavorare per la pace.***

La Festa della Pace si configura allora come un’esperienza che stimola i ragazzi a vivere relazioni positive quando i propri percorsi incontrano quelli degli altri.

Infatti, l’incontro con l’altro non porta unicamente ad accoglierlo ma spesso si innescano dinamiche di tensione. Nello svolgimento della festa i ragazzi verranno educati a cogliere che i propri desideri devono essere relazionati, devono inserirsi nello spazio degli altri, in maniera da realizzare i desideri di tutti nel miglior modo possibile, magari facendo una piccola ma necessaria rinuncia.

Proprio per questo l’ACR, in collaborazione con Ctm Altromercato, ha deciso di

far scoprire ai ragazzi il mondo del commercio equo e solidale: questo sarà possibile sia attraverso l’acquisto di un gadget (Irene, la borsa in juta appositamente realizzata in Bangladesh per l’ACR) che sosterrà alcuni progetti in Bangladesh e Paraguay, sia attraverso le visite nelle Botteghe del Mondo dove i ragazzi potranno riflettere sull’importanza di una spesa giusta e acquistare alcuni prodotti selezionati per il Mese della Pace.¹

ATTIVITÀ PER I 6/8

1° incontro “ SCEGLI LA PACE!”

Obiettivo: capire perché la pace nel mondo può essere costruita riducendo la povertà.

Attività: ai bambini è presentato il Mese della Pace attraverso il Messaggio di Pace del Papa “Combattere la povertà, costruire la pace” tramite disegni, fumetti o immagini (spazio alla Vosta fantasia). Inoltre sarebbe consigliato utilizzare un planisfero o un mappamondo per mostrare ai bambini la differenza geografica tra i paesi benestanti e quelli più poveri.

2° incontro “LA RICCHEZZA NON E’ UGUALE PER TUTTI”

Obiettivo: attraverso il gioco i bambini conoscono la realtà dei paesi poveri del mondo che, pur volendo adeguarsi allo sviluppo dell’occidente, non riescono e devono accontentarsi di “star a guardare”, e dei loro scarti.

Attività: gli educatori invitano i ragazzi a giocare al gioco delle **sedie musicali**. Si prendono tante sedie quanti sono i giocatori, meno una, e si dispongono in cerchio, a poca distanza l’una dall’altra, con gli schienali rivolti verso il centro. Si accende la musica e si chiede ai bambini di girare in cerchio attorno alle sedie, e di sedersi sulle sedie appena la musica viene interrotta. A quel punto tutti i bambini tenteranno di sedersi velocemente, e uno di loro rimarrà in piedi, senza sedia, e verrà eliminato dal gioco. Il gioco ricomincia levando una sedia e va avanti in questo modo finché rimangono due giocatori: i vincitori.

I ragazzi verranno divisi in 5 gruppi: Europa, America, Africa, Asia, Oceania. Gli educatori daranno ai continenti più ricchi, Europa e America, 10 gettoni a bambino, all’Oceania 6 gettoni, a quelli più poveri, Africa e Asia, 3. Per poter giocare sarà necessario avere 6 gettoni. Chi ne ha la possibilità inizia a giocare, e gli altri rimangono a guardare.

Finito il gioco, si suggerisce una serie di domande da rivolgere ai bambini:

- Come vi siete sentiti ad essere trattati in modo diverso? Era giusto?
- C’è stato qualcuno che ha capito che i più ricchi disponevano di gettoni a sufficienza per consentire a tutti di partecipare?
- Cosa avrebbero potuto fare per permettere a tutti di giocare?
- Cosa i “poveri”?
- Esistono situazioni simili nella vita reale?
- Cosa si può fare per rendere le cose più giuste?

Attenzione: L’inizio del gioco deve essere abbastanza veloce, in modo che ci siano bambini che ne rimangono esclusi, stiano ad osservare e sperimentino il disagio di essere trattati ingiustamente. Si può anche effettuare diverse manches

¹ Ufficio Centrale ACR, Dossier per gli educatori per il Mese della pace 2009

per far provare a tutti i vari ruoli. È consentito che i continenti più ricchi passino i gettoni in eccesso ai "poveri" e consentano loro di giocare, oppure che i poveri provino a impedire agli altri di giocare... sono tutte possibilità che alimenteranno e faciliteranno la discussione successiva al gioco.

Generalmente i bambini fanno fatica ad accettare trattamenti ingiusti, quindi la prima parte del confronto deve accogliere il loro scontento, le loro critiche, e magari qualche sfogo.

3° incontro (confronto) "INCONTRIAMO SAN MARTINO"

Obiettivo: conoscere chi si impegna ad aiutare i più poveri.

Attività: si propone l'incontro con un testimoni reali (operatori Caritas o di associazioni che quotidianamente si impegnano per i poveri del territorio) o storici. Per i 6-8 può essere presentato San Martino (anche tramite scenette), del quale si propone la vita.

Alcuni cenni su San Martino...

San Martino di Tours (in latino: *Martinus*), (316 o 317 – *Candes*, 8 novembre 397, funerali l'11 novembre a Tours), venerato come santo dalla Chiesa cattolica, dalla Chiesa ortodossa e da quella copta, era nativo di Sabaria (Szombathely), in Pannonia (l'odierna Ungheria). Secondo alcune fonti san Martino sarebbe nato a Pannonhalma. Suo padre, che era un importante ufficiale dell'esercito dell'Impero Romano, gli diede il nome di Martino in onore di Marte, il dio della guerra. Con la famiglia si spostò a Pavia, e quindicenne, in quanto figlio di un ufficiale, dovette entrare egli stesso nell'esercito. Venne quindi mandato in Gallia; qui, ancora adolescente, si convertì al cristianesimo e divenne un monaco nella regione di Poitiers. Quando Martino era ancora un marinaio, ebbe la visione che diverrà l'episodio più narrato della sua vita. Si trovava alle porte della città di Amiens con i suoi soldati quando incontrò un mendicante seminudo. D'impulso tagliò in due il suo mantello militare e lo condivise con il mendicante. Quella notte sognò che Gesù si recava da lui e gli restituiva la metà di mantello che aveva condiviso. Udì Gesù dire ai suoi angeli: "Ecco qui Martino, il soldato romano che non è battezzato, egli mi ha vestito". Quando Martino si risvegliò il suo mantello era integro. Il mantello miracoloso venne conservato come reliquia, ed entrò a far parte della collezione di reliquie dei re Merovingi dei Franchi. Il termine latino per "mantello corto", cappella, venne esteso alle persone incaricate di conservare il mantello di san Martino, i cappellani, e da questi venne applicato all'oratorio reale, che non era una chiesa, chiamato cappella. Il sogno ebbe un tale impatto

su Martino, che egli si fece battezzare il giorno seguente e divenne cristiano. Decise di lasciare l'esercito e divenne un monaco nei pressi della città di Tours, sotto la protezione del vescovo Ilario di Poitiers. Martino si adoperò per la conversione alla cristianità della popolazione gallica, facendo molti viaggi per predicare nella Francia centrale e occidentale, soprattutto nelle aree rurali, demolendo templi e altari pagani. Nel corso di questa opera divenne estremamente popolare, e nel 371 divenne vescovo di Tours. Martino si rifiutò di vivere nella città fondando invece un monastero a poca distanza dalle mura, che divenne la sua residenza. Il monastero, noto in latino come *Maius monasterium* (monastero grande), divenne in seguito noto come Marmoutier. Martino lottò contro l'eresia ariana consentendo di vincerla e creando le premesse per il Concilio di Nicea.

4° incontro "IL COMMERCIO EQUO-SOLIDALE"

Obiettivo: conoscere la realtà del commercio equo-solidale come commercio alternativo che aiuta i paesi più poveri senza sfruttare i lavoratori.

Attività: gli educatori portano all'incontro dei prodotti del mercato equo solidale spiegando questa nuova realtà per i bambini. Insieme si potrebbero realizzare manualmente degli oggetti (per esempio con della stoffa) sull'esempio del mercato equo, da presentare alla festa della Pace.

5° incontro "FESTA DELLA PACE: La Pace Convieni!"

Nei giorni precedenti si propone di realizzare il materiale informativo e pubblicitario (cartelloni, slogan, volantini, etc) in base alla festa organizzata dai coordinamenti cittadini.

ATTIVITA' PER I 9-11

1° incontro " SCEGLI LA PACE!"

Obiettivo: per conquistare la Pace è necessario conoscere ed informarsi

Attività: Proporre ai ragazzi il messaggio della "Giornata Mondiale della Pace" del Papa.

Presentare ai ragazzi la carta che lo storico tedesco Arno Peters propose nel 1973: una nuova proiezione della terra criticando la proiezione eurocentrica di Mercatore, quella che siamo abituati a vedere, e creando una proiezione in cui i paesi del mondo sono raffigurati mantenendo i rapporti di superficie.

Realizzazione del Messaggio del Papa attraverso diverse tecniche grafiche.

2° incontro " LA SPESA IN FAMIGLIA"

Obiettivo: Prendere coscienza delle risorse di cui si dispone

Attività: L'educatore chiede ai propri ragazzi di portare da casa la "nota" di ciò che è stato acquistato quando si è andati a fare la spesa familiare (**n.b: questo naturalmente lo si chiede all'incontro precedente**). Nel gruppo si analizzano le varie spese fatte considerando 4 parametri: Acquisti necessari, Acquisti indotti dalla pubblicità, prodotti reclamizzati(di marca) e prodotti non reclamizzati(non di marca); si riporta tutto in una tabella e si discute con i ragazzi

	Cose necessarie	Cose indotte dalla pubblicità
Reclamizzati		
Non reclamizzati		

3° incontro "INCONTRIAMO SAN FRANCESCO

Obiettivo: conoscere chi si impegna nell'aiutare i poveri.

Attività: Ai ragazzi si possono presentare due testimonianze separate o congiunte: San Francesco e gli Operatori Caritas presenti in Parrocchia.

Il primo rappresenta l'emblema di come vivere il Vangelo nella sua bellezza e

semplicità (vedi preghiera Bontà Bellezza e Provvidenza); I secondi sono l'immagine dell'uomo che combatte la povertà aiutando i bisognosi attraverso i banchi alimentari parrocchiali, le mense, il servizio del Centro Ascolto, il servizio Guardaroba.

4° incontro "IL COMMERCIO EQUO-SOLIDALE"

Obiettivo: conoscere la realtà del commercio equo-solidale come commercio alternativo e che aiuta i paesi più poveri senza sfruttare i lavoratori.

Attività: "LA PRODUZIONE DI SCARPE"

GIOCO DI RUOLO. Si dividono i bambini in due sottogruppi. Il primo produrrà delle scarpe con dei cartoni attraverso la via equo/solidale---produzione con ritmi umani, ambienti confortevoli, etc; il secondo produrrà sempre scarpe con dei cartoni ma attraverso la via dello sfruttamento---produzione a ritmi infernali, capi azienda scorbutici, posizioni anguste, luci basse, etc.

Scaduto il tempo i due gruppi si ricongiungono e parte l'analisi dell'attività---- portare i ragazzi alla definizione di produzione/mercato equo e solidale in confronto alla produzione/mercato capitalistica basata sullo sfruttamento.

5° incontro "FESTA DELLA PACE: La Pace Convieni!"

Nei giorni precedenti si propone di realizzare il materiale informativo e pubblicitario (cartelloni, slogan, volantini, etc) in base alla festa organizzata dai coordinamenti cittadini.

ATTIVITA' PER I 12-14

1° incontro " SCEGLI LA PACE!"

Obiettivo: per conquistare la Pace è necessario conoscere ed informarsi

Attività: Proporre ai ragazzi il messaggio della "Giornata Mondiale della Pace" del Papa.

Presentare ai ragazzi la carta che lo storico tedesco Arno Peters propose nel 1973: una nuova proiezione della terra criticando la proiezione eurocentrica di Mercatore, quella che siamo abituati a vedere, e creando una proiezione in cui i paesi del mondo sono raffigurati mantenendo i rapporti di superficie.

Realizzazione del Messaggio del Papa attraverso diverse tecniche grafiche.

2° incontro: L'ABC DEL COMMERCIO EQUO

OBIETTIVO: imparare a prendere coscienza con I diversi tipi di mercato (eventualmente si potrebbe pensare di unire la seconda attività dei 9-11)

Attività: Giocando con i ragazzi a un semplice giro di alfabeto in stile Passaparola, potrete

far scoprire loro gli elementi essenziali del commercio equo solidale.

Domande e soluzioni

A AMBIENTE: il commercio equo lo rispetta promuovendo la biodiversità e gli alimenti biologici

B BOTTEGA DEL MONDO: qui puoi trovare i prodotti del commercio equo

C CONTINUITÀ: caratterizza i rapporti tra produttori e consumatori del commercio equo

D DIRETTO: lo è il rapporto tra produttori e consumatori del commercio equo

E EQUITÀ: lo è il commercio "solidale"

F FINANZIAMENTO: con il commercio solidale, vorremmo sconfiggere una piaga del mondo, aiutando i paesi più poveri a sconfiggerla

G GIUSTIZIA: caratterizza i rapporti di lavoro nel commercio equo

H HUMAN RIGHTS: termine inglese per indicare i diritti umani che il commercio equo garantisce

I INFORMAZIONI: si chiama così la borsa simbolo di questo mese della Pace

L LAVORO MINORILE: attraverso una giusta paga dei lavoratori adulti, il commercio equo vuole combatterlo

M MATERIE PRIME: prodotti come cacao, caffè, zucchero e tè che il commercio

equo importa dal Sud del mondo

N NO PROFIT: lo sono tutte le organizzazioni di commercio equo, in quanto sono senza fini di lucro

O OGM: Organismi geneticamente Modificati contro cui il commercio equo propone

e sostiene la biodiversità

P PETERS: nome dello storico tedesco che dà il nome alla proiezione geografica fatta per aree equivalenti (ricordatevi di far vedere ai ragazzi la carta di Peters e spiegare loro di che cosa si tratta)

Q QUALITÀ: una caratteristica importante di questi prodotti

R RISO: alimento base della maggior parte delle popolazioni del mondo

S SUD: termine geografico per i paesi con i quali il commercio equo è in contatto (Asia, Africa, America Latina)

T TRASPARENTE: lo è il prezzo dei prodotti del commercio equo

UGUAGLIANZA: sinonimo di equità

V VALORE: per il commercio equo lo è la dignità del lavoro

Z ZERO: numero dei prodotti OGM presenti nelle Botteghe del Mondo

3° incontro "INCONTRIAMO MADRE TERESA DI CALCUTTA

Obiettivo: conoscere chi si impegna nell'aiutare i poveri.

Attività: Ai ragazzi si possono presentare due testimonianze separate o congiunte: Madre Teresa di Calcutta e gli Operatori Caritas presenti in Parrocchia.

Il primo rappresenta l'emblema di come vivere il Vangelo nella sua bellezza e semplicità (vedi Preghiera semplice ed altre); I secondi sono l'immagine dell'uomo che combatte la povertà aiutando i bisognosi attraverso i banchi alimentari parrocchiali, le mense, il servizio del Centro Ascolto, il servizio Guardaroba.

Attività: "E se la Nike ti dicesse..."

GIOCO DI RUOLO. Ai ragazzi viene proposto un gioco di ruolo in cui dovranno immedesimarsi nei meccanismi di produzione di una grande multinazionale come la Nike.

Si dividono i ragazzi in 6 gruppi, ognuno rappresentante una zona del pianeta:

USA: costituito da non più di 2 ragazzi, rappresenta l'organismo di gestione dell'azienda. Gli americani sono coloro che organizzano il lavoro, dettano regole e hanno il controllo della produzione e delle vendite.

EUROPA: costituito da non più di 4 ragazzi, rappresenta l'ufficio marketing dell'azienda. Gli europei hanno la cura del marchio, il controllo della pubblicità e l'attenzione all'immagine.

ASIA: rappresenta il primo reparto di produzione. Gli asiatici producono

tomaie.

AFRICA: rappresenta il secondo reparto di produzione. Gli africani producono suole.

OCEANIA: costituito da non più di 2 persone, rappresenta i sindacati. Gli oceaniani si occupano di verificare le condizioni di lavoro dei dipendenti e la rispondenza alle norme dei diritti umani.

AMERICA DEL SUD: rappresenta il terzo reparto di produzione. I sud-americani si occupano dell'assemblaggio di tomaie e suole.

All'inizio del gioco, dopo aver spiegato ai componenti di ogni gruppo i compiti spiegati qui sopra, gli educatori decidono il limite di tempo entro cui il gioco dovrà terminare e danno via al gioco. Gli educatori danno agli USA i foglietti con su scritti i compiti che ogni continente (tranne l'OCEANIA) dovrà eseguire. All'OCEANIA sarà dato il proprio compito da parte degli educatori, perché è l'unico organismo che non dipende dalla Nike.

USA: Il vostro compito è quello di distribuire i compiti all'Europa, all'Asia, all'Africa e all'America del Sud all'inizio del gioco. Durante il gioco potete girare per i vari continenti a controllare la produzione e il lavoro. Se ricevete visita dei sindacati, dite loro che le condizioni di lavoro sono ottimali: se doveste compilare un questionario, fatelo, garantendo la professionalità dell'azienda.

EUROPA: La Nike è un'azienda che fa del volontariato e infatti propone l'iniziativa "Let me play – lasciami giocare". Essa consiste nel portare attrezzature e prodotti sportivi ad alcune persone che si trovano in condizioni di povertà o di disagio. Il vostro compito è quello di pensare al modo di pubblicizzare questa iniziativa.

ASIA: Il vostro compito è quello di produrre quaranta tomaie, (venti destre e venti sinistre), utilizzando il modello fornito ritagliando dal cartoncino le forme delle tomaie e incollando sopra il marchio. Non appena una tomaia è pronta, uno di voi la porterà in America del Sud per l'assemblaggio.

AFRICA: Il vostro compito è quello di produrre quaranta suole (venti destre e venti sinistre), utilizzando il modello fornito (v. Allegato 1), ritagliando dal cartone le forme delle suole e incollando la gomma (costituita da un sottile strato di fogli di giornale accartocciati) sotto le suole. Non appena una suola è pronta, uno di voi la porterà in America del Sud per l'assemblaggio.

AMERICA DEL SUD: Il vostro compito è quello di assemblare tutte le scarpe possibili attraverso le suole e le tomaie che arriveranno. Dovrete anche tagliare i lacci (da un rotolo di spago) e inserirli nelle scarpe, facendo dei buchi nelle tomaie.

OCEANIA: Il vostro compito è quello di controllare che i lavoratori non vengano sfruttati e che i materiali utilizzati siano di qualità, per questo creerete un questionario sull'operato dell'azienda e vi recherete negli Stati Uniti d'America per farlo compilare ai proprietari della Nike.

COMUNICAZIONI:

USA: Portate le nuove comunicazioni all'Europa, all'Asia, all'Africa e all'America del Sud. Se qualcuno si dovesse lamentare, perché magari i compiti sono troppo gravosi, non esitate a rispondere a tono dicendo che sono retribuiti per eseguire quel lavoro. Se i controllori oceanici chiedono di fare un giro per i reparti di produzione, li accontentate ma promettendo loro, in cambio di chiudere un occhio sullo sfruttamento dei lavoratori, delle scarpe come regalo.

EUROPA: Le indagini di mercato dicono che le scarpe Nike vengono usate al 65% da chi ha un'età tra i 12 e i 35 anni, al 25% da chi ha un'età tra i 35 e i 70 anni, al 8% da chi ha meno di 12 anni e al 2% da chi ha più di 70 anni. Create uno spot pubblicitario per la televisione che invogli chi ha più di 70 anni a comprare ed indossare un paio di scarpe Nike.

ASIA: Le vendite vanno a gonfie vele, per cui dovete raddoppiare la produzione: entro la fine del gioco dovrete produrre in totale 80 tomaie.

AFRICA: Le vendite vanno a gonfie vele, per cui dovete raddoppiare la produzione: entro la fine del gioco dovrete produrre in totale 80 suole.

AMERICA DEL SUD: Le vendite vanno a gonfie vele, per cui dovete raddoppiare la produzione: entro la fine del gioco dovrete produrre in totale 80 scarpe.

OCEANIA: Informati di un aumento della produzione, voi credete che vengano maltrattati gli operai. Per questo vi recate negli Usa per chiedere (e ottenere) di fare un giro nei reparti di produzione. Se doveste ricevere proposta di regali, prima rifiuterete perché sinonimo di corruzione, ma poi accetterete: ecco perché chiuderete un occhio sul mancato rispetto delle normali condizioni di lavoro durante il giro dei reparti di produzione.

Al termine del tempo prestabilito, si chiede ai ragazzi le impressioni che hanno avuto: le difficoltà che hanno incontrato, se è stato facile immedesimarsi, se quello che hanno fatto è sembrato corretto, ecc.

Una volta iniziato il confronto, l'educatore spiega quali sono stati ruoli che hanno avuto tutti i continenti cosicché tutti possano comprendere lo scompenso di lavoro tra la manodopera e la dirigenza. A seguire gli educatori comunicano i guadagni ricevuti per il lavoro sostenuto:

AMERICA DEL SUD, AFRICA, ASIA (manodopera): i lavoratori della Nike ricevono un salario da fame, di molto inferiore al salario minimo. Lavorano esposti ai vapori delle colle, ai solventi, alle vernici, per 12 ore al giorno. In Indonesia, un lavoratore normale, che può avere anche meno di 12 anni, percepisce 2100 rupie (circa 1400 lire – 0.72 centesimi).

EUROPA (pubblicità): la Nike spende circa 180 milioni di \$ (più di 128 milioni di euro) all'anno in pubblicità.

OCEANIA (sindacati): nei paesi dove sono le fabbriche Nike, ci sono dei regimi oppressivi (in particolare in Indonesia, Cina, Thailandia, Taiwan, Corea del Sud, Vietnam). Spesso i sindacati sono controllati dal regime e i sindacati liberi

vengono facilmente repressi.

USA (dirigenza): un paio di scarpe Nike viene venduto mediamente a 125\$, di cui vengono spesi 4.7\$ per le materie prime e 1.3\$ per la manodopera. Il profitto (senza contare il trasporto) è di 119\$.

Ai ragazzi sarà evidente toccare con mano lo sfruttamento perpetrato. Va spiegato ai ragazzi che i dati sopra riportati sono datati al 2002 e che da allora la Nike, che ha subito un processo per violazione dei diritti umani, si sta impegnando per cambiare la sua politica di lavoro. Non è facile però trovare dati che smentiscano o confermino questo impegno; piuttosto, bisogna far capire ai ragazzi che come la Nike, esistono tante altre multinazionali che producono i loro capi nei paesi sottosviluppati non garantendo il rispetto dei diritti umani e che cambiare la situazione è possibile, basta informarsi, iniziare ad acquistare altri capi e servirsi dei mercati equo-solidali. Infatti, è stato proprio così che è iniziato il movimento che ha portato alla condanna della Nike.

ATTENZIONI DA AVERE DURANTE IL GIOCO:

OSS: E' bene che gli educatori preparino prima del gioco delle tomaie e delle suole in un numero tale che l'America del sud non aspetti troppo tempo senza far niente prima di poter lavorare.

OSS: Il numero di scarpe da produrre è pensato su un numero di cinque ragazzi per ogni reparto di produzione, a cui si è dato tempo 45 minuti. Se il numero dei ragazzi è maggiore o minore, o il tempo è superiore o inferiore, adeguare il numero di scarpe sul rapporto 1ragazzo-4paia di scarpe.

OSS: Far lavorare il più possibile i continenti separati, in modo che non vedano quello che gli altri continenti fanno.

5° incontro "FESTA DELLA PACE: La Pace Conviene!"

Nei giorni precedenti si propone di realizzare il materiale informativo e pubblicitario (cartelloni, slogan, volantini, etc) in base alla festa organizzata dai coordinamenti cittadini.

Note generali: La dove fosse possibile potrebbe essere simpatico pensare ad una visita con i ragazzi direttamente alle Botteghe, o in alternativa pensare di organizzare una merenda con i prodotti del Mercato equo-solidale.

Non dimenticare di proporre ai ragazzi la seconda parte della storia proposta sulla guida ACR.

Brano Biblico di riferimento: "La Moltiplicazione dei pani e dei pesci"

Lc 9, 10-17

IL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

Dalla definizione IFÀT, International Fair Trade Association

UNA NUOVA FORMA DI COOPERAZIONE

Il commercio equo e solidale è una partnership economica basata sul dialogo, la trasparenza

e il rispetto, che mira a una maggiore equità tra Nord e Sud del mondo attraverso il commercio internazionale. Il commercio equo contribuisce a uno sviluppo sostenibile attraverso l'offerta di migliori condizioni economiche e la difesa dei diritti dei produttori marginalizzati dal mercato e dei lavoratori, specialmente nel Sud del mondo. Le organizzazioni di commercio equo (Fair Trade Organisations) sono coinvolte attivamente nell'assistenza tecnica dei produttori, nell'azione di sensibilizzazione di opinione pubblica e istituzioni e nello sviluppo di campagne volte al cambiamento delle regole e delle pratiche del commercio internazionale.

Le linee guida del commercio equo sono:

- garantire ai piccoli produttori nel Sud del mondo un accesso diretto e sostenibile al mercato, al fine di favorire il passaggio dalla precarietà ad una situazione di autosufficienza economica e di rispetto dei diritti umani;
- rafforzare il ruolo dei produttori e dei lavoratori come primari "stakeholders" (portatori di interesse) nelle organizzazioni in cui operano;
- agire ad ampio raggio, anche a livello politico e culturale, per raggiungere una maggiore equità nelle regole e nelle pratiche del commercio internazionale.

Le organizzazioni che operano per un commercio equo e solidale sono accreditate a livello mondiale da Ifat (federazione mondiale di commercio equo) che definisce gli standard che gli operatori di commercio equo accreditati sono vincolati a rispettare, per verificarne il corretto operato e la trasparenza verso consumatori e interlocutori.

I CRITERI DEL COMMERCIO EQUO

- ✓ Creare opportunità per i produttori economicamente svantaggiati. Sostenere i produttori economicamente svantaggiati e favorire l'accesso sostenibile al mercato, permettendo loro di passare da una posizione di povertà e vulnerabilità ad una maggiore sicurezza, sostenibilità e dignità.
- ✓ Trasparenza e responsabilità. Trasparenza nella gestione e nelle relazioni commerciali e relazione equa e rispettosa con i propri partner. Ogni organizzazione individua adeguati sistemi di partecipazione per coinvolgere i lavoratori nei processi decisionali e diffondere informazioni a tutti i partner.
- ✓ Costruzione delle capacità e formazione. Impegno a sviluppare le capacità dei

produttori, fornendo un supporto adeguato e garantendo continuità nelle relazioni commerciali. Ogni organizzazione si assume la responsabilità di sviluppare le capacità gestionali dei produttori, di ampliare il loro accesso ai mercati e offre opportunità di formazione ai lavoratori.

- ✓ Informazione e promozione del commercio equo e solidale.

Diffusione delle informazioni sugli obiettivi del commercio equo. Pubblicità e marketing devono essere trasparenti ed onesti. Impegno a fornire i più alti standard qualitativi per i prodotti e per il confezionamento degli stessi.

- ✓ Prezzo equo e prefinanziamento. È considerato equo un prezzo concordato tra le parti tramite il dialogo e la partecipazione, che garantisca una retribuzione equa per i produttori ma allo stesso

tempo sia sostenibile dal mercato. Laddove esistono prezzi equi minimi (fair trade minimum price) stabiliti a livello internazionale, questi sono rispettati. Gli importatori garantiscono ai propri produttori partner il prefinanziamento della produzione e il pagamento tempestivo.

- ✓ Pari opportunità. Impegno a fornire a donne e uomini le opportunità per sviluppare le loro capacità. Ogni organizzazione è attenta alle condizioni di salute e alle esigenze di sicurezza delle donne durante la gravidanza e l'allattamento.
- ✓ Diritti dei lavoratori. Impegno a promuovere un ambiente lavorativo sicuro e salutare per i produttori, con acqua potabile, adeguate strutture igieniche e accesso all'assistenza medica di base.
- ✓ Diritti dei bambini. Rispetto della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dei bambini, e di leggi e norme sociali legate al contesto locale.

Ambiente. Ogni organizzazione massimizza l'uso delle materie prime derivanti da fonti gestite in modo sostenibile, possibilmente acquisendole localmente. Si utilizzano inoltre, laddove possibile, materiali riciclabili o facilmente biodegradabili per confezionare/imballare i prodotti.

CTM ALTROMERCATO è un consorzio formato da 130 cooperative e organizzazioni non profit che promuovono e diffondono il commercio equo e solidale attraverso la gestione di 350 negozi chiamati "Botteghe del Mondo", diffuse in tutta Italia. Ctm Altromercato collabora con 150 organizzazioni di artigiani e contadini in 40 Paesi di Africa, America Latina e Asia, garantendo l'importazione dei prodotti a prezzi equi per valorizzare i costi reali di lavorazione e permettere una retribuzione dignitosa del lavoro.

Nelle Botteghe del Mondo si possono trovare diversi prodotti: cibi e bevande da tutto il mondo, frutta tropicale, tanti oggetti artigianali provenienti da tutti i continenti e anche vestiti in cotone biologico.

da L'eco di S. Gabriele, dic 1990, a cura di Piero Bianucci

Il nuovo "Atlante del Mondo" l'ha disegnato Arno Peters, un geografo tedesco in età più che matura. Nato a Berlino nel 1916, Peters vive a Brema, in via Heinrich Heine 33. Sconosciuto fino al 1973, in quell'anno, cinquantasettenne, diventa improvvisamente famoso pubblicando una "Carta del mondo" alquanto strana: in essa i continenti assumono una forma allungata, come se avessero fatto una drastica cura dimagrante. In essa tutti gli Stati hanno una superficie davvero proporzionale alla loro estensione reale, e sono quindi confrontabili tra di loro. Senza che ce ne rendessimo troppo conto, le carte geografiche del passato ci davano un'immagine distorta della Terra e delle sue parti. In una certa misura ciò è inevitabile, in quanto è impossibile rappresentare fedelmente su una carta piana una superficie sferica qual è quella della Terra. Per convincersene basta sbucciare un'arancia e provare a premere un pezzo di buccia su un piatto: si deforma e si spezza. In parte però la distorsione era di tipo "ideologico": i criteri con cui la superficie sferica veniva trasferita sulla carta geografica erano tali da privilegiare l'Europa e gli Stati Uniti a danno del Terzo Mondo.

La distorsione delle carte geografiche del passato, egocentriche e "colonialiste", risale alla "proiezione di Mercatore", nome del geografo fiammingo Gerardo Kremer che, nel 1569, disegnò il planisfero tracciando i meridiani uno parallelo all'altro e non confluenti nei poli. In questo modo i Paesi nordici appaiono più estesi e quelli vicini all'equatore molto rimpiccioliti. La Groenlandia sembra più grande del Sud America (mentre è appena un decimo di esso), gli Stati Uniti e l'Unione Sovietica sembrano grandi quanto l'Africa.

La proiezione di Mercatore, relegando il Terzo Mondo in un ruolo subalterno anche nelle dimensioni oltre che nella cultura e nella ricchezza, andava bene, ovviamente, ai Paesi europei. Per di più essa ha il pregio di rispettare gli angoli tra ogni segmento che unisca due punti sulla carta e i meridiani e i paralleli: era quindi "ideale" per la navigazione, bastava che i marinai misurassero sulla carta geografica l'angolo della rotta e poi con il timone tenessero esattamente quell'angolo, perché la nave arrivasse nel porto di destinazione.

Arno Peters ha salvato questa buona qualità della classica carta di Mercatore, e in più, pur deformando anche lui, all'occhio, i contorni dei continenti, è riuscito a mantenere la proporzionalità delle aree: la sua, insomma, è la prima carta del mondo in grado di rispettare sia gli angoli (come quella di Mercatore) sia le superfici.

Cade così la vecchia distorsione eurocentrica cara ai colonialisti, tutti i Paesi nel suo planisfero sono rappresentati "democraticamente" in base alle loro vere dimensioni.

Il fatto che il Terzo Mondo nella carta di Peters non venga sottovalutato, ha

determinato non soltanto il suo successo "popolare" ma anche "politico". Tra gli sponsor della carta di Peters troviamo innanzitutto l'ONU, e poi l'Unicef-Italia, il Consiglio delle Chiese degli Stati Uniti, la Caritas di vari Paesi, tra cui quella italiana.

Per strano che possa sembrare, Peters, quanto a formazione culturale, non è un geografo ma uno storico. Sua è una curiosa "Storia del mondo otticamente sincronica", nella quale - come suggerisce il titolo - ha voluto mostrare la contemporaneità dei fatti storici nelle diverse parti del mondo, in modo da renderli paragonabili obiettivamente nella loro importanza. Anche quello era un modo di correggere vecchie distorsioni scolastiche: cadevano la centralità di Atene e di Roma nel mondo antico, la centralità dell'Europa nel Medioevo e nell'epoca moderna, acquistavano il giusto rilievo civiltà di solito misconosciute come quella cinese e quella indiana.

Con una scelta provocatoria, certo anch'essa ad alto tasso ideologico, Peters ha poi voluto portare la sua rivoluzione nella geografia. Non si è fermato neppure davanti alle estreme conseguenze: nel suo planisfero scompare il meridiano fondamentale di Greenwich. Non solo: scompare persino la millenaria divisione sessagesimale di meridiani e paralleli, a favore di una "griglia" a divisione decimale.

LA CARTA PETERS

Ha il pregio di avere tutte le superfici perfettamente comparabili cioè corrispondenti

in proporzione alla realtà. Il suo difetto principale sta nella deformazione verticale delle terre in prossimità dell'Equatore.

LA CARTA DI MERCATORE

In essa l'Europa (10.521.324 kmq), risulta più risulta più grande del Sud America (17.842.000 kmq), che invece è quasi il doppio.

I PROGETTI DA SOSTENERE

Quest'anno per il Mese della Pace l'ACR collaborerà con Ctm Altromercato a sostegno dei contadini e degli artigiani del Sud del mondo, attraverso la scelta di prodotti del commercio equo e solidale.

I PRODOTTI DEL MESE DELLA PACE

Durante il Mese della Pace 2009 potrai acquistare, nelle Botteghe del Mondo o attraverso l'ACR, alcuni prodotti del commercio equo e solidale a sostegno di un modello di sviluppo sostenibile e potrai aiutare e sostenere in particolare alcuni progetti di sviluppo in Paraguay e Bangladesh.

I prodotti sono:

✓ Borsa del Mese della Pace: realizzata in juta dalle artigiane del Bangladesh della cooperativa Corr che si occupa di offrire ai poveri, e in particolare alle donne, delle zone rurali di questo Stato opportunità di lavoro e miglioramento della vita nei villaggi. Accanto all'attività di produzione e vendita, infatti, sono attivi anche programmi di formazione, risparmio, assistenza medica e costruzione di infrastrutture di base. 8chiedi direttamente all'equipe diocesana);

Direttamente presso le botteghe:

- ✓ Guiro: due doppi biscotti al miele farciti con crema di cioccolato
- ✓ Bribon: cioccolato bianco o al latte con crispies alla quinoa, anacardi, noci cajou, caffè o guaranà
- ✓ Salinerito: torroncino snack a base di miele millefiori e arachidi della foresta di Macas prodotto tra le alture delle Ande sudamericane.

I PROGETTI DA SOSTENERE

Manduvirà è una cooperativa di piccoli produttori di canna da zucchero, situata nella città di Arroyo y Estero in Paraguay, che dal 2005 è in grado di produrre direttamente zucchero biologico.

I 968 coltivatori di Manduvirà tagliano e puliscono la canna da zucchero prima di portarla nei centri di conferimento, dove con gru di legno la caricano sui camion diretti agli zuccherifici.

L'obiettivo per il 2009 è di poter sostituire le gru in legno con nuove strutture in metallo più resistenti e sicure.

Corr (www.cjwbd.com) è una cooperativa che nasce come programma rivolto alle vedove e alle altre donne colpite dalla guerra nelle aree rurali: attraverso la lavorazione dello juta nelle proprie case, le donne potevano garantirsi un'attività economica compatibile con le proprie necessità familiari. Oggi Corr lavora per organizzare i poveri, e in particolare le donne, delle zone rurali del Bangladesh e migliorare la loro condizione sociale ed economica

con la formazione, l'assistenza diretta e il reddito proveniente dalla produzione di prodotti del commercio equo-solidale.

BaSE (Bangladesh Shilpo Ekota) è un consorzio che coinvolge le donne dei villaggi rurali in attività artigianali, creando opportunità di lavoro e attenuando la difficoltà di ricevere sostegni continuativi, dato che il Sud-Ovest del Bangladesh è una delle regioni più difficilmente raggiungibili del Paese, a causa della distanza e della carenza di infrastrutture.