

# ¡Cuidado, estamos observando!

*Nadie cometió un mayor error que aquellos que no hicieron nada porque sólo podían hacer un poquito.*

<b>Temas</b>	Globalización, Derechos sociales, Ciudadanía
<b>Complejidad</b>	Nivel 4
<b>Tamaño del grupo</b>	Cualquiera
<b>Duración</b>	150 minutos
<b>Perspectiva general</b>	En esta actividad los participantes diseñan una campaña de concienciación pública sobre las consecuencias de los traslados de compañías transnacionales.
<b>Derechos relacionados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El derecho a disfrutar de unas condiciones laborales justas y condiciones favorables</li> <li>▪ El derecho a formar sindicatos</li> <li>▪ El derecho a la seguridad social</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analizar las consecuencias de los traslados de las compañías transnacionales, a escala local y global</li> <li>▪ Promocionar el activismo por los Derechos Humanos</li> <li>▪ Fomentar la creatividad y la imaginación</li> </ul>
<b>Materiales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Etiquetas adhesivas para hacer pegatinas de campaña</li> <li>▪ Hojas grandes de papel o cartulinas para hacer carteles</li> <li>▪ Hojas A4 para hacer panfletos (de colores, opcional)</li> <li>▪ Celo y pegamento</li> <li>▪ Rotuladores de colores y lápices</li> <li>▪ Tijeras</li> <li>▪ Periódicos, revistas, panfletos y cualquier otro material impreso como fuente de fotografías</li> </ul>
<b>Preparación</b>	▪ Haz copias de la hoja de hechos y de los objetivos de campaña, una por participante

## Instrucciones

1. Explica a los participantes que esta actividad trata sobre la globalización y en particular sobre el traslado de la producción de las multinacionales.
2. Pregunta a los participantes qué es lo que ya saben sobre este tema y qué es lo que opinan sobre la cobertura que los medios de comunicación hacen de este asunto.
3. Realiza una lluvia de ideas sobre las características de una buena campaña publicitaria.
4. Divide el grupo en grupos más pequeños de unas tres o cuatro personas.
5. Cita el caso de la Campaña Ropa Limpia (CRL), como un ejemplo de campaña que

### TEMAS



GLOBALIZACIÓN



DERECHOS SOCIALES



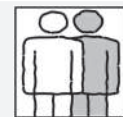
CIUDADANÍA

### COMPLEJIDAD



NIVEL 4

### TAMAÑO DEL GRUPO



CUALQUIERA

### DURACIÓN



150 MINUTOS

- pretende informar al público sobre las consecuencias de la globalización y reparte la hoja de hechos.
6. Prepáralo todo para la actividad. Dile al grupo que tienen que imaginar que la ONG (Organización No Gubernamental), CRL, acaba de recibir una ayuda del Consejo de Europa. Mientras que anteriormente sólo podía trabajar a pequeña escala en muy pocos países, debido a problemas de financiación, la junta directiva de la ONG acaba de decidir la renovación y la expansión de la campaña al ámbito europeo. La organización quiere contratar al grupo como asesores.
  7. Distribuye los objetivos de la campaña (tarjeta 2). Coméntales que la CRL te ha pedido que transmitas esta información de apoyo como referencia.
  8. Cada grupo reducido tiene que diseñar una propuesta para la expansión de la organización en vuestro país. Primero deberían bosquejar un perfil de propuesta breve para toda la campaña. Luego, deberían detallar las propuestas de cómo cumplir el primer objetivo, es decir, informar al público en general. La propuesta detallada debe incluir:
    - un calendario de actividades,
    - una lista de actividades propuestas (conciertos, programas de televisión y radio, teatro callejero, panfletos, etc.),
    - los lugares donde tendrán lugar las actividades (colegios, edificios públicos, etc.),
    - número de personal necesario,
    - muestras de los materiales a utilizar (pegatinas, carteles, etc.)
  9. Recalca que la propuesta debería ser clara y concisa. Explica a los participantes que la ONG está abierta a cualquier propuesta, especialmente a las más creativas, pero que deben cumplir con los objetivos propuestos para la campaña y justificar los medios para alcanzarlos. Más tarde, tendrán que exponer sus propuestas a los representantes de la ONG. Por ahora, disponen de 60 minutos para diseñar su propuesta.
  10. Cuando las propuestas estén terminadas, organiza las presentaciones.
  11. Abre el debate en plenaria.

### Reflexión y evaluación final

Empieza con un breve resumen de cómo transcurrió la actividad. Pide a cada grupo que, por turnos, comenten cómo han organizado las labores y cómo han trabajado juntos. ¿Han participado todos? Luego pasa a debatir los asuntos relacionados con la globalización y lo que los participantes han aprendido.

- ¿Cuáles son los impactos positivos y negativos del traslado de una compañía? ¿Sobre las tasas de empleo? ¿Sobre la economía nacional? ¿Sobre la economía global?
- ¿Pueden realmente los trabajadores elegir si aceptan las condiciones laborales que se les ofrecen?
- ¿Quién es el responsable de esta situación?
- ¿Qué se puede y se debería hacer para educar a los trabajadores sobre sus derechos?
- ¿Son útiles las campañas como la que hemos propuesto? ¿Por qué?
- ¿Qué es lo que hace que una campaña tenga éxito?
- ¿Crees que las instituciones que trabajan en el ámbito de la protección de los derechos de los trabajadores, tales como las ONGs, sindicatos, agencias de la ONU u organizaciones que dirigen campañas contra la globalización, marcan alguna diferencia?

## Consejos prácticos para los facilitadores

Encontrarás información sobre el traslado de compañías multinacionales en la información de apoyo sobre globalización.

Antes de comenzar esta actividad, comprueba que la CRL u otra organización similar tiene oficinas en tu país.

Uno de los objetivos de esta actividad es estimular la creatividad de los participantes. Por lo tanto, tienes que dejar bien claro que tienen total libertad para “inventar” una nueva estrategia de campaña, siempre teniendo en cuenta que deben cumplir los objetivos establecidos por la ONG.

En el punto 10 de las instrucciones, es decir, cuando los grupos presentan sus trabajos, tú puedes ser miembro del grupo de CRL que los revisa. De todas formas, se recomienda que, si es posible, encuentres a otra persona de fuera que no haya estado implicada en el trabajo del grupo. Esto hace la actividad más interesante y da la oportunidad de abrir la discusión, especialmente si puedes invitar a alguien de una ONG que trabaje en temas relacionados con la globalización o que sea parte de un equipo de campaña.

Si invitas a expertos, es una buena idea realizar la actividad en dos sesiones. Utiliza la primera sesión para diseñar la campaña y los materiales y la segunda para la discusión.

## Sugerencias para el seguimiento

Ponte en contacto con la CRL y desarrolla el trabajo comenzado por el grupo.

Si el grupo quiere seguir con el tema de los derechos laborales y sociales, puedes realizar la actividad “La historia de Ashique”, en la página 97, que trata la explotación infantil.

## Fecha clave

**24 de octubre**

Día mundial para el desarrollo de la información

## MATERIAL DE APOYO

### 1. Hoja de hechos: Campaña Ropa Limpia

La Campaña Ropa Limpia (CRL) es una red que se creó en Holanda en 1990 con el objetivo de mejorar las condiciones de trabajo en la industria global de la ropa deportiva. Actualmente existen CRLs en aproximadamente en 10 países de la Europa del este, donde cada CRL es una coalición de organizaciones de consumidores, sindicatos, organizaciones de Derechos Humanos y de derechos de las mujeres, investigadores, grupos solidarios y activistas.

Los principales asuntos son:

- Salarios bajos
- Precarización del empleo (sin contratos, horas de trabajo irregulares, horas extras obligatorias y no remuneradas, etc.)
- Negación del derecho a organizarse (intimidación de los activistas)

### 2. Objetivos de la campaña

Los objetivos de la campaña son:

- Informar al público en general sobre lo que está ocurriendo para ganar apoyo a la campaña
- Mostrar, a través de ejemplos concretos, el impacto de algunas de las consecuencias de la globalización que viola los Derechos Humanos.
- Ejercer presión sobre las compañías para que mejoren el respeto a los Derechos Humanos de sus trabajadores proporcionando información sobre sus derechos.
- Activar una red de personas, organizaciones e instituciones que luchen por la misma causa.