

Piste per l'insegnamento

Suggerimenti pedagogici per il film

The True Cost

Film documentario di Andrew Morgan
versione ridotta (39 minuti), dai 14 anni

Temi: industria tessile e della moda, moda, produzione,
condizioni di lavoro, consumo, commercio mondiale

Dossier pedagogico: Birgit Henökl-Mbwisi e Heide Tebbich

Livello scolastico: 3° ciclo, Secondario II



Produzione: Untold Creative, USA 2015

Camera: Andrew Morgan, Michael Ross

Taglio: Michael Ross

Musica: Duncan Blickenstaff

Suono: Michael Flowe

Lingua: tedesco (Voiceover), inglese-bengalese (parzialmente sottotitolato in inglese)

Sottotitoli: tedesco, francese

Riferimenti al Piano di studio

Il principale tema del consumo emerge nel contesto generale «Economia e consumi». Tra gli orientamenti conoscitivi e socioemotivi ci sono:

- Identificare e analizzare esempi di frizioni tra contesto economico e sociale: disuguaglianze, povertà ed emarginazione, malcontento civile, migrazioni, ecc.
- Riconoscere e attribuire significato alle diverse professioni, all'innovazione, all'imprenditorialità e alla resilienza.
- Riconoscere attori economici attivi su scale diverse, dal singolo individuo, alla piccola azienda, alle organizzazioni internazionali, alle corporation transnazionali.
- Analizzare interessi, diritti e doveri dei diversi attori della produzione e del consumo (imprenditori, lavoratori, consumatori, azionisti, disoccupati, pensionati, Stato, ...).
- Discutere criticamente su modelli economici, lavori e salari dignitosi ed equi, lavoro minorile, reddito di cittadinanza, condizioni lavorative e consumi.
- Cogliere consapevolmente e responsabilmente l'impatto delle proprie scelte economiche sugli ecosistemi ambientali e sociali.
- Riconoscere le vulnerabilità psicologiche ed emotive su cui fanno leva le tecniche di marketing.

Il tema trasversale dei diritti dei lavoratori e delle lavoratrici è in particolar modo evocato dal contesto generale «Cittadinanza, cultura e società». I due principali orientamenti socioemotivi sono:

- Riflettere criticamente su vari aspetti relativi alle disuguaglianze e alla loro origine, sviluppando sensibilità verso le persone discriminate su vari piani.
- Dibattere ed argomentare su vari temi legati alla società sostenibile, sperimentando un senso di appartenenza ad un'umanità comune, che condivide paradigmi, valori, responsabilità e diritti umani.

Contenuto

Negli ultimi vent'anni, il nostro consumo di vestiti è fortemente aumentato. Al contempo, i prezzi per la Fast Fashion diminuiscono continuamente. Il regista Andrew Morgan ha girato un film sul «vero» prezzo della moda. Per farlo ha viaggiato in tutto il mondo, visitato le settimane della moda a Parigi e Londra e le fabbriche tessili in Bangladesh e Cina. Dove viene prodotta la Fast Fashion, quali sono le condizioni di lavoro? La versione breve del documentario si concentra sui meccanismi economici e psicologici dell'industria Fast Fashion e sulle condizioni di lavoro dei lavoratori e delle lavoratrici tessili in Bangladesh. Il film ritrae anche persone, sia all'interno che all'esterno dell'industria della moda, che sfidano il sistema e propongono alternative per rendere la produzione di abbigliamento più equa e con un impatto meno negativo sulle persone e sull'ambiente

Informazioni di base per insegnanti

La catastrofe di Rana Plaza e le conseguenze

Il crollo del «Rana Plaza», un edificio di fabbriche di otto piani in un sobborgo di Dhaka in Bangladesh il 24 aprile 2013 ha provocato oltre 1'200 morti, risultando finora la disgrazia in una fabbrica più devastante nella storia dell'industria tessile. Come emerso in seguito dalle indagini, il permesso di costruzione aveva autorizzato solo cinque piani, perché la struttura non sopportava il peso e le vibrazioni dei grandi macchinari. La disgrazia si inserisce, come descrive il film, in una serie di crolli e incendi nelle fabbriche in Bangladesh. Nella maggior parte dei casi, i motivi delle catastrofi sono stati il mancato rispetto della protezione antincendio o delle prescrizioni sulla costruzione. Uno dei motivi per cui la situazione della sicurezza nelle fabbriche tessili sul posto era ed è così catastrofica è che i sindacati in Bangladesh sono deboli, perché il diritto del lavoro stabilisce che i gruppi sindacali aziendali possono essere costituiti solo quando è presente un grado di organizzazione del 30% dei dipendenti. Inoltre, fino al 2013 il diritto del lavoro prevedeva che le liste sindacali con i nomi dei lavoratori e delle lavoratrici venissero inoltrate al

Management dell'azienda. Come viene descritto nel film dall'operaia e sindacalista Shima Akther, lavoratori e lavoratrici vengono spesso minacciati, maltrattati o licenziati se tentano di organizzarsi per lottare per i propri diritti.

Le conseguenze del crollo del Rana Plaza

Dopo la catastrofe, i sindacati locali hanno avviato un accordo storico e di ampia portata tra partner locali e internazionali in merito alla sicurezza degli edifici e alla protezione antincendio (Banglades Accord). Il documento è stato firmato da più di 200 aziende (ad es. C&A e Tschibo) e per questo motivo, dopo la catastrofe del Rana Plaza, sono state ispezionate più di 1'700 fabbriche. L'accordo ha rafforzato la posizione dei sindacati, che nel frattempo vengono riconosciuti in oltre 200 fabbriche. Minacciato dalla perdita dei privilegi commerciali con gli Stati Uniti e l'Europa, il governo a seguito della disgrazia ha modificato il diritto del lavoro in modo che l'elenco dei nomi dei gruppi sindacali non debbano più essere inviati alle direzioni aziendali. Inoltre, sono state emanate nuove disposizioni mirate ad aumentare la sicurezza degli edifici. Il governo ha annunciato l'impiego di più ispettori e ispettrici che dovranno verificare la sicurezza degli edifici e le misure antincendio. Tuttavia, la soglia del 30% per la creazione di gruppi sindacali nelle aziende è ancora valida. Inoltre, nelle fabbriche di proprietà straniera o stabilite in collaborazione con stranieri, è vietato scioperare nei primi tre anni dalla fondazione. A seguito del crollo della fabbrica e delle proteste di massa avvenute lo stesso anno, il salario minimo mensile previsto dalla legge è stato aumentato da € 30 circa a € 64 circa. Gli aumenti salariali hanno tuttavia già portato alla delocalizzazione di parti della produzione tessile dal Bangladesh ad esempio al Myanmar, dove i costi di produzione sono ancora più bassi.

Produzione tessile in Bangladesh e situazione dei lavoratori e delle lavoratrici

Dopo la Cina, il Bangladesh è il secondo esportatore di prodotti tessili al mondo. In questo ramo dell'economia in Bangladesh sono impiegati più di 3,5 milioni di persone, di cui l'80% sono donne. La maggior parte dei lavoratori è composto da giovani donne non sposate tra i 15 e i 30 anni, che si spostano da aree rurali verso le grandi città Dhaka e Chittagong per guadagnare denaro. Lavorano in condizioni di sfruttamento, ma il lavoro nelle fabbriche tessili permette loro maggiore indipendenza finanziaria rispetto al lavoro in agricoltura. Il rapporto della Banca Mondiale 2012 constata inoltre che l'accesso al mercato del lavoro incoraggia le giovani donne a formarsi, perché il lavoro nelle fabbriche tessili richiede almeno una certa formazione di base. Inoltre, diminuisce la probabilità di un matrimonio precoce e, di conseguenza, anche il tasso delle nascite. Altre fonti argomentano invece che l'accesso al mercato del lavoro contribuisce ben poco al miglioramento della prospettiva di vita delle donne e al cambiamento del sistema patriarcale nella famiglia e nella società.

Le molestie sessuali, i rapporti sessuali forzati e gli abusi fisici da parte dei capisquadra delle fabbriche continuano a essere un grosso problema, sebbene la situazione sia migliorata negli ultimi anni. Come in passato, regna una terribile mancanza di spazio abitativo e le condizioni igieniche sono spesso catastrofiche: non ci sono bagni e manca acqua potabile pulita. L'assistenza sanitaria è carente, ci sono poche strutture per l'accudimento dei bambini e scuole pubbliche. Ciò significa che le donne devono mandare i loro figli da nonne e zie in campagna, dove potranno andare a trovarli nella maggior parte dei casi solo una volta all'anno.

Fonti

- Elisabeth Fink: Bangladeschs Textilindustrie nach der Katastrophe von Savar – Business as usual oder Veränderung? In: FEMINA POLITICA 1/2014, S. 129 – 133
- Marianne Scholte: Gesetzen Geltung verschaffen. In: E+ Z 2/2015, S.20 – 21
- Shamima Akther: Endless Misery of Nimble Fingers: The Rana Plaza Disaster. In: AJWS 1/2014, S. 137 – 147

Fast Fashion

Il termine Fast Fashion si riferisce a una strategia commerciale che mira a produrre e distribuire collezioni in continua evoluzione in tempi record. Nei segmenti classici della moda, come haute couture, prêt-à-porter e capi in serie di prezzo medio, un anno di moda comprende due cicli (una collezione primavera/estate e una autunno/inverno). Nelle etichette economiche compaiono ormai già 12 collezioni all'anno. L'obiettivo di queste aziende è di attirare su di sé l'attenzione dei media e, soprattutto, incoraggiare i giovani consumatori e le giovani consumatrici a recarsi più spesso nei negozi. Il cambio rapido è reso possibile dall'accelerazione nella produzione. Prima ci volevano tra i due e i tre mesi per mettere in commercio un prodotto, adesso tra i 12 e i 15 giorni. Questo ha conseguenze sull'economia e sull'ecologia. A causa della pressione produttiva, le aziende fornitrici sono costrette a rispettare tempi di consegna sempre più stretti. Queste misure promuovono riduzioni dei salari e pratiche dannose per l'ambiente. La Fast Fashion trasforma il comportamento di acquisto. In media, i consumatori oggi possiedono quattro volte più vestiti rispetto al 1980. Il consumo a basso prezzo stimola il cambio rapido e un tempo di utilizzo breve, e fino a 20 capi di abbigliamento restano appesi inutilizzati nell'armadio prima di essere buttati. Poiché la moda a basso prezzo in generale non è pensata per durare nel tempo spesso si rompe più velocemente. I produttori di Fast Fashion utilizzano una politica di prezzi bassi per invogliare i loro consumatori ad acquistare più capi di quelli di cui hanno effettivamente bisogno. Questa tattica di marketing fa appello agli istinti inconsci delle persone: la possibilità di scegliere un'offerta più conveniente aumenta le possibilità di ulteriore consumo. Promozioni regolari di vendite speciali e saldi creano sempre nuovi stimoli per l'acquisto.

Fonte: www.fastfashion-dieausstellung.de/content/MKG_Fast_Fashion_Wandtexte.pdf

Metodi/spunti per la lezione

Nota preliminare:

“Questo mi sta bene?” è ormai diventata una domanda centrale quando si acquistano vestiti, ma non esiste una soluzione semplice: per la maggior parte delle persone, infatti, l'abbigliamento è più di “qualcosa da indossare”. La moda ci aiuta a identificarci, a sentirsi parte di un gruppo o a distinguerci da altri gruppi. Questo vale in particolare per i giovani. Attraverso l'abbigliamento comunichiamo, che lo vogliamo o no, al nostro contesto sociale i nostri atteggiamenti e valori e il nostro status sociale e culturale. Anche per questo gli appelli alla “rinuncia al consumo” sono spesso poco utili. La moda prodotta in modo equo rappresentano una vera alternativa solo per determinati gruppi sociali, perché il fascino del commercio equo non può soddisfare la funzione di distinzione sociale della moda per la maggior parte dei giovani. Limitazioni al consumo, eventi di scambio dei vestiti o acquisto nei negozi di seconda mano aiutano certo a ridurre il consumo delle risorse. Sono anche buone alternative per il proprio portafoglio e per una coscienza pulita, ma queste iniziative contribuiscono poco a migliorare le condizioni di lavoro nell'industria tessile. Le misure (ad esempio il controllo delle catene di fornitura, il boicottaggio dei discount o la denuncia di alcune aziende) proposte da vari attori, come le ONG occidentali, vengono respinte dai sindacalisti del Bangladesh come prive di significato. I suggerimenti didattici contenuti in questo documento non intendono delegare la “responsabilità” agli studenti o dare l'impressione che esistano soluzioni semplici. Piuttosto, consentono agli studenti di comprendere il contesto e i meccanismi dell'industria della moda e di esplorare le diverse azioni possibili e le loro conseguenze.

Spunti didattici

Nota: gli spunti comprendono diversi metodi e diversi punti tematici centrali per l'elaborazione del film. Ogni spunto può essere elaborato singolarmente.

SPUNTO 1 PER 3° CICLO E SECONDARIO II: LA MIA OPINIONE SULLA MODA E SUL FILM

Obiettivi didattici

Come introduzione al tema della Fast Fashion gli studenti e le studentesse analizzano il proprio comportamento in relazione ad abbigliamento e moda. Affrontano le definizioni che compaiono nel film e cercano di chiarirle in modo che tutti possano comprenderle.

Età

da 14 anni

Durata

2 – 3 UD (in base a quante fasi vengono svolte)

Materiale: foglio di lavoro «Cos'è importante per me nell'abbigliamento?» (una copia per ogni allievo e allieva), matite

Svolgimento

Fase 1

Per cominciare, a ogni studente e studentessa viene consegnato il foglio di lavoro “Cos'è importante per me nell'abbigliamento?” con il compito da svolgere.

Prima di guardare il film, discutono tra loro le definizioni importanti che vengono affrontate nel film, così che tutti possano seguire al meglio (importante soprattutto nel caso di allievi o allieve allofoni).

Ad esempio: cosa si intende per FAST FASHION? (conosciamo anche l'espressione fast food, ecc.)? Cosa significa l'espressione SWEATSHOP? Cosa significa ABBIGLIAMENTO PRODOTTO IN MODO SOSTENIBILE? Cosa si intende per MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO?

Fase 2:

Visione del film e discussione con l'aiuto delle seguenti domande:

- Quale immagine o scena dal film mi è rimasta particolarmente in mente o mi ha particolarmente impressionato? Perché?
- Quali emozioni ha suscitato in me il film?
- Il film mi ha insegnato qualcosa di nuovo? Se sì, cosa?
- Quali affermazioni sul significato di moda e sul funzionamento dell'industria di Fast Fashion mi ricordo?
- Se il foglio di lavoro “Cos'è importante per me nell'abbigliamento?” è stato compilato in precedenza: quali connessioni posso fare tra le mie opinioni personali sulla moda e l'industria della moda e le affermazioni nel film?
- Quali possibilità di commercio vengono mostrate o affrontate nel film?

FOGLIO DI LAVORO «COS'È IMPORTANTE PER ME NELL'ABBIGLIAMENTO?»

Compito

1. Scrivi la tua personale opinione e i tuoi pensieri sulle affermazioni nella colonna a destra.
2. Cerca un/a compagno/a e scambiatevi le vostre opinioni.
3. Annotate i risultati della discussione sul retro del foglio di lavoro.
4. Presentate i vostri risultati a tutto il gruppo.

	La mia opinione personale:
Mi piace molto indossare questo tipo di abbigliamento, questo stile perché...	
Mi piace o mi capita spesso di acquistare nei seguenti negozi ...	
Quando compro dei vestiti mi sento...	
Non ho o non avrei mai nel mio armadio questi vestiti, perché...	
Per me il Fast Fashion è...	
Ho sentito quanto segue sulla produzione di abbigliamento...	
Quanto è importante per me il prezzo nell'acquisto di vestiti?	
Quale influenza hanno i/le blogger e gli influencer sul mio comportamento d'acquisto di abbigliamento?	

SPUNTO 2 PER 3° CICLO E SECONDARIO II, ULTERIORE SPUNTO PER IL SECONDARIO II: INTERESSI E CONFLITTI NEL MONDO DELLA MODA

Lavorare a partire da citazioni del film e discussione

Obiettivi didattici

Gli studenti e le studentesse elaborano dei profili degli attori del film e analizzano chi di loro ha quali interessi, ruoli e funzioni nella catena di produzione della Fast Fashion e in quali settori ci sono conflitti di interesse.

Ulteriore lavoro per il Secondario II: gli studenti e le studentesse si confrontano con diverse possibilità di cambiamento nell'economia globale.

Età

da 14 anni, ulteriore lavoro da 16 anni

Durata

2-4 UD

Materiale

citazioni (copia modello 1), ritratti delle persone (copia modello 2), nomi e funzioni delle persone (copia modello 3), ev. foglio flip chart per collage dei ritratti, colla

Svolgimento

Fase 1:

Visione del film tutti insieme.

Fase 2:

Le citazioni (v. copia modello 1) vengono sistemate in mezzo all'aula. A queste vengono aggiunte anche le immagini dei ritratti (copia modello 2). Si aggiungono poi le cartoline con i nomi delle persone presenti nel film (copia modello 3) e le loro funzioni (copia modello 4).

Gli studenti e le studentesse vengono ora invitati ad abbinare le immagini e le cartoline con i nomi, finché tutte le corrispondenze non saranno state trovate. Poi immagine/nome/funzione/citazione vengono incollati insieme su un cartellone, così da creare i profili.

Fase 3:

A seconda della dimensione del gruppo, il lavoro prosegue in coppie o in piccoli gruppi.

Ogni coppia/piccolo gruppo riceve un ritratto e pensa a quanto segue o prende appunti sulle domande:

- Cosa fa questa persona e qual è la sua posizione nel processo di produzione di abbigliamento?
- Quali interessi e opinioni vengono espressi nella citazione?
- Quali sono i desideri e gli obiettivi di questa persona?

Fase 4:

In seguito ogni coppia/piccolo gruppo raccoglie il maggior numero possibile di argomenti: quali richieste, desideri e preoccupazioni potrebbe avere questa persona nei confronti di altri attori (consumatori/-trici, lavoratori/-trici, titolari di fabbriche, catene di commercio/gruppi internazionali, ecc.)? (Possono e dovrebbero essere formulate anche richieste nei confronti di attori/-trici non presenti nel film, ad esempio nei confronti del governo per aumentare il salario minimo previsto dalla legge.)

Fase 5:

Successivamente si mette in scena una tavola rotonda con tutti gli attori nell'industria dell'abbigliamento. Tema di discussione: "WorkStyle: moda con responsabilità". Ogni piccolo gruppo rappresenta la persona del suo ritratto utilizzando gli argomenti precedentemente elaborati insieme. Chi discute dovrebbe cercare di convincere gli altri dei propri argomenti e delle proprie richieste.

Saluto di benvenuto e domande per il moderatore o la moderatrice (insegnante e/o studenti) a tutti i partecipanti della tavola rotonda:

In quanto moderatore/moderatrice vi do un caloroso benvenuto a questa tavola rotonda sul tema "WorkStyle: moda con responsabilità". Vi presento brevemente i dibattenti --> nomi e funzioni delle persone rappresentate (ev. mettere anche cartoline davanti a ogni persona che discute). Per iniziare, vorrei chiedere a ognuno/a di voi:

- cosa intendete con la definizione «Moda responsabile»?
- Quali problemi, secondo voi, devono essere risolti con più urgenza?
- Quali richieste avete per gli altri partecipanti alla tavola rotonda?
- Come pensate che sarà l'industria dell'abbigliamento tra 20 anni? In quale direzione si svilupperà il nostro rapporto con l'abbigliamento? Quali vostri desideri di oggi dovrebbero assolutamente diventare realtà?

È possibile anche chiedere le opinioni in merito a determinate misure concrete: Cosa ne pensate delle azioni di protesta davanti ai negozi delle catene economiche? Si dovrebbe smettere di acquistare la moda "made in Bangladesh"? I marchi di qualità per abbigliamento prodotto in modo equo possono essere una soluzione?...

Infine, discussione tutti insieme:

- Quanto convincenti erano gli argomenti?
- Come sono stati accolti gli argomenti e perché?
- Quali argomenti non abbiamo compreso o accolto così bene e perché?
- In che modo abbiamo percepito una possibilità di cambiamento nell'industria dell'abbigliamento?
- Quali cambiamenti potrebbero essere attuati anche nella realtà?

SPUNTO 2: ULTERIORE LAVORO PER IL SECONDARIO II: COMPRENDERE L'ECONOMIA GLOBALE

Fase 1:

Gli studenti e le studentesse si dividono in piccoli gruppi di 4 persone ciascuno e ricercano (conoscenze proprie, in Internet o per mezzo del film), sulla base delle seguenti domande, come funziona attualmente l'industria dell'abbigliamento in tutto il mondo (le domande vengono stampate per ogni gruppo):

- In quali Paesi viene prodotto principalmente l'abbigliamento e quali criteri sono decisivi per le imprese per produrre in questi Paesi?
- Qual è l'obiettivo degli investitori e delle investitrici?
- Perché in Austria e in Svizzera non esiste praticamente più l'industria dell'abbigliamento? Com'era prima?
- Qual è la posizione dei proprietari di fabbriche in Paesi come Bangladesh, Cina o Cambogia?
- Quali ruoli hanno i governi nei Paesi produttori di abbigliamento?
- Chi trae profitto dall'industria tessile e in che modo?

I risultati vengono annotati su un cartellone o su slide PowerPoint, mettendo in evidenza i collegamenti. Si può lavorare anche con una mappa del mondo.

Fase 2:

Nel grande gruppo vengono presentati i risultati, che vengono sistemati al centro dell'aula o appesi.

MODELLO FOTOCOPIABILE 1: CITAZIONI DAL FILM

Citazioni 6:12 - 6:53 e 8:52 - 9:36:

In occidente i prezzi si abbassano ogni giorno. Questo mi danneggia ogni giorno e io danneggio i miei lavoratori, è così che funziona. È così che funziona. I negozi sono in concorrenza. Quando i negozi vengono da noi per fare un ordine o per negoziare, ci dicono:

Questo negozio vende questa camicia a 5 dollari, quindi io devo venderla a 4 dollari. Quindi dovete farla più economica. E noi lo facciamo. Poi arriva un altro negozio e dice: Ehi, la vendono a 4 dollari? Quindi il prezzo target è di 3 dollari. Se il prezzo è di 3 dollari, possiamo fare affari insieme, altrimenti non avrete il contratto. Perché vogliamo fortemente il lavoro e non abbiamo altre opzioni. Non abbiamo altre opzioni, quindi accettiamo. Ogni volta cerchiamo solo di sopravvivere. Non può andare avanti così. [...]

Quelle 1.000 povere ragazze hanno perso la vita perché a nessuno importava nulla di loro. Tutto ciò che conta è il prezzo basso e il profitto. Non dovrebbe essere così. Tutti dovrebbero sentirsi responsabili per queste giovani. È così che dovrebbe essere. Potrebbero esserci altri disastri, ci saranno. Non si tratta solo della pressione sui prezzi. Le vite degli altri vengono trascurate. Non è giusto. Siamo nel XXI secolo, in un mondo globalizzato. E non teniamo conto delle vite degli altri? Perché?

Citazioni : 10:17 - 10:41 e 11:08 - 11:20

Mi preoccupa il fatto che la gente lavori nelle fabbriche e faccia vestiti per gli americani o gli europei? O che questo sia il modo in cui trascorrono la loro vita? È questo che vuole sapere? No, loro fanno il loro lavoro. Ci sono cose ben peggiori. [...]

In realtà non c'è nulla di veramente pericoloso nel cucito. Quindi stiamo parlando di un'industria relativamente innocua. Non è come l'estrazione del carbone o del gas naturale o altre cose che sono molto più pericolose.

Citazioni: 9:36 - 10:09, 28:43 - 28:46 e 18:31 - 18:45

Perché questa enorme e avida industria, che genera così tanti profitti per pochissime persone, non è in grado di pagare decentemente milioni di lavoratori? Perché non è in grado di garantire la loro sicurezza? Stiamo parlando di diritti umani fondamentali. Perché non è in grado di garantirli, nonostante i suoi enormi profitti? Perché non funziona correttamente? Questa è la mia domanda. [...]

Senza la manodopera a basso costo, la manodopera femminile, non si potrebbero fare questi profitti. Questo deve essere riconosciuto, deve essere affrontato e queste persone devono essere ricompensate invece di essere sfruttate. Dov'è la loro fetta di torta? È questo che dovremmo chiederci in continuazione. [...]

La moda non dovrebbe e non deve mai essere vista come un prodotto usa e getta. L'industria della moda ha bisogno di pensare, ripensare e mettere in discussione il suo modo convenzionale di lavorare.

Citazione 15:18 - 15:31

Sono andata a fare shopping qualche giorno fa, sono impazzita e ho comprato tantissime cose! Ok, prima di tutto, ho preso qualche pezzo da H&M qui. Poi sono andata da Forever21. Ho comprato questa gonna, giallo brillante, per 8,50 dollari. E questo maglioncino azzurro molto carino. Non so se lo indosserò davvero, perché non sono più sicura che mi piaccia così tanto.

Citazione 19:11 - 19:37

Le aziende, attraverso la pubblicità, hanno convinto la società che la felicità si basa sulle cose, che la vera felicità può essere raggiunta solo con un accumulo annuale, stagionale, settimanale, quotidiano di oggetti di valore. Vogliamo incoraggiare i nostri clienti a mettere in discussione queste affermazioni per capire da dove provengono, e realizzare che insieme possiamo cambiare questo modo di agire.

Citazioni: 18:49 - 19:00 e 19:38 - 19:49

Come stilista, questa è la cosa più eccitante che sto facendo in questo momento. Molto più eccitante che dire: "Mi piace il colore di questa stagione" o "Questo è il taglio, questa è la lunghezza della gonna". Nel mio settore è più stimolante dire: "Lo farò in un modo che non sia così dannoso per il pianeta". [...] Il cliente deve capire che è lui il responsabile. Senza di lui, non abbiamo lavoro. E questo è davvero importante. Quindi, non è necessario aderire a questo modello, se non vuole.

Citazioni: e 13:55 - 14:34 e 22:11 - 23:33

Ho formato un sindacato e da allora sono il presidente. Abbiamo presentato un elenco di richieste ai dirigenti. Quando hanno ricevuto la lista, c'è stato un confronto con loro. Dopo il confronto, i dirigenti hanno chiuso i cancelli. Chiuso i cancelli. Con loro, 30-40 dipendenti ci hanno attaccato e picchiato. Hanno usato sedie, bastoni, carrelli e cose come forbici per picchiarci e ci hanno sbattuto la testa contro i muri. [...]

Le difficoltà dei lavoratori del Bangladesh sono infinite. Ogni giorno ci svegliamo presto al mattino. Andiamo in fabbrica e lavoriamo duramente tutto il giorno. E con tutto questo duro lavoro produciamo i vestiti. E questo è ciò che la gente indossa. Non hanno idea di quanto sia difficile per noi produrre questi vestiti. Li comprano e li indossano. Questi vestiti sono prodotti con il nostro sangue. Molti operai muoiono in vari incidenti. Come l'anno scorso nel crollo del Rana Plaza. Molti lavoratori sono morti lì. È molto doloroso per noi. I non voglio che nessuno indossi qualcosa fatto con il nostro sangue. Vogliamo condizioni di lavoro migliori, in modo che tutti ne siano consapevoli. Non voglio un altro proprietario come Rana Plaza, che rischia così tanto e costringe i lavoratori a lavorare in queste condizioni. Non voglio che altri lavoratori muoiano in questo modo, non voglio che altre madri perdano i loro figli in questo modo. Non voglio più questo, voglio che i proprietari si occupino un po' di più di noi.





SHIMA AKTHER lavoratrice e sindacalista	STELLA MCCARTNY stilista
RICK RIDGWAY responsabile per le questioni ambientali del marchio di moda PATAGONIA	LUCY SIEGLE giornalista/autrice
KATE BALL YOUNG responsabile acquisto presso la catena di moda Joe Fresh	YOUTUBER
ARIF JEBTIK proprietario di una fabbrica tessile in Bangladesh	

SPUNTO 3 PER 3° CICLO E SECONDARIO II: IL MONDO È PIENO DI SOLUZIONI. MA CHI NE GIOVA?

Obiettivi didattici

Gli studenti e le studentesse conoscono diverse possibilità di agire e comportarsi nell'industria dell'abbigliamento e identificano le interdipendenze in gioco.

Età

da 14 anni

Durata

2 – 3 UD

Materiale: (copia modello 1), cartellone, matite, smartphone o computer per la ricerca, eventualmente copie modello dallo spunto 2 con le citazioni, testo: “Far valere le leggi” (v. documento PDF in allegato)

Svolgimento

Fase 1:

Visione del film

Fase 2

Brainstorming: gli studenti e le studentesse raccolgono le possibilità di azione affrontate nel film o altre che possono venire loro in mente per cambiare in positivo le condizioni nell'industria tessile. (Possibili attori: le multinazionali, i politici, i consumatori e le consumatrici, i lavoratori e le lavoratrici. Forme di attività o intervento: sciopero, campagne, boicottamento, leggi, lavoro sindacale, giornalismo, limitazione dei consumi, risoluzioni internazionali, ecc.)

Fase 3: lavoro in piccoli gruppi

Gli allievi e le allieve si dividono in gruppi della stessa dimensione e ricevono un bigliettino ciascuno su cui è brevemente descritta una possibilità d'intervento/misura (copia modello 1). In seguito viene data la possibilità di fare domande e di ricercare le possibilità di azione. Nota: le due cartoline relative a “Misure politiche nei Paesi Europa e Stati Uniti” e “Code of Conduct volontario” sono per il Secondario II.

Ogni gruppo riceve un foglio e delle matite. Gli studenti e le studentesse riflettono sulle opportunità e sui rischi delle loro misure per diversi gruppi/settori:

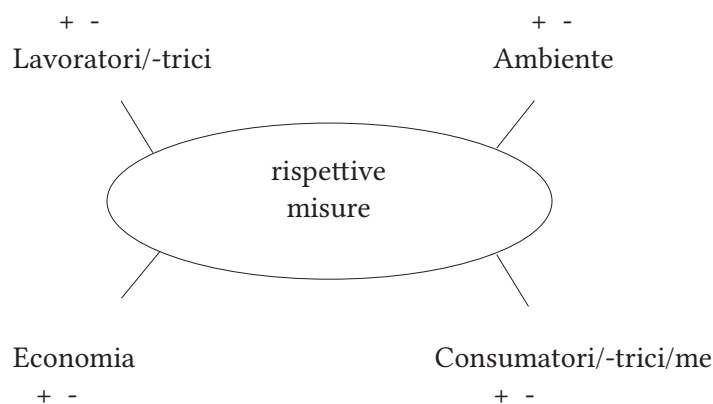
1. per lavoratori e lavoratrici,
2. per l'economia,
3. per l'ambiente
4. per me in quanto consumatore/-trice

Inoltre, riflettono su chi sono i principali attori e le principali attrici per l'attuazione di queste misure.

Informazioni importanti aggiuntive per allievi e allieve: non ci sono opportunità o rischi per tutti i settori: ad esempio la costituzione di sindacati probabilmente non comporta alcun rischio per l'ambiente. Per le opportunità e i rischi per me in quanto consumatore/-trice si dovrebbero tenere in considerazione anche aspetti psicologici e sociali: ad esempio: “sentirsi meglio” quando si acquista abbigliamento equo o le conseguenze sociali all'interno di un gruppo.

Fase 4:

Gli studenti e le studentesse organizzano su un cartellone le opportunità e i rischi raccolti secondo il seguente modello e presentano i risultati a tutta la classe (non più di cinque minuti). Obiettivo: rendere visibili i collegamenti:



Possibile seguito per il Secondario II: dopo che gli studenti e le studentesse hanno presentato i cartelloni, si dividono a coppie e leggono l'intervista con una sindacalista dal Bangladesh:

“Far valere le leggi” (v. documento PDF in allegato). Riflettono e si raccontano a vicenda cosa direbbe la sindacalista in merito alle misure presentate. I risultati di queste discussioni vengono condivisi in classe. L'insegnante chiede agli studenti e alle studentesse se le dichiarazioni della sindacalista hanno cambiato la loro valutazione delle possibilità di azione.

Creazione/rafforzamento dei sindacati in Bangladesh

I sindacati sono associazioni di lavoratori il cui scopo è il miglioramento delle loro condizioni di vita sociali ed economiche. Si battono contro le ingiustizie subite dallo Stato e dai datori di lavoro. I sindacati si impegnano per il miglioramento delle condizioni di lavoro e di vita, ad esempio per il salario minimo, la protezione della salute, l'orario di lavoro, l'assistenza ai minori ecc. In alcune parti d'Europa i sindacati hanno perso la loro importanza. Nel film viene presentata la sindacalista Shima Akhter, maltrattata perché voleva fondare un sindacato nella azienda in cui lavorava.

Limitazione del consumo

Molte persone acquistano pochi capi o nessun capo nuovo, cercando invece ciò di cui hanno bisogno ai mercatini dell'usato. Alcuni organizzano regolarmente eventi in cui le persone partecipanti portano i loro vestiti che non usano più o che non vogliono indossare e li scambiano con altri vestiti portati da altre persone. Ci sono anche consumatori/-trici che hanno consapevolmente smesso di acquistare presso catene di Fast Fashion.

Acquistare abbigliamento prodotto in modo equo/sostenibile.

In molti negozi è possibile acquistare abbigliamento prodotto in modo equo, quindi rispettoso dell'ambiente e per i quali i lavoratori sono pagati con dei salari giusti. I contratti di lavoro sono di durata maggiore, la vita dei lavoratori e delle lavoratrici è quindi pianificabile su un periodo più lungo. Il lavoro minorile è vietato.

Campagne contro le multinazionali /per una maggiore responsabilità delle aziende

Se le persone non sono soddisfatte del fatto che i lavoratori vengano sfruttati nell'industria dell'abbigliamento o che non guadagnino abbastanza, possono rivolgersi ai gruppi e alle aziende che vendono qui l'abbigliamento. Possono ad esempio essere organizzate iniziative per la raccolta firme, campagne sui social media o su Internet ecc. Esistono numerose iniziative e organizzazioni (ad es. campagna Clean Cloth), che si impegnano in questo modo per il miglioramento delle condizioni nell'industria tessile.

Misure politiche nei Paesi di Europa e Stati Uniti

Esistono diverse iniziative internazionali, ad es. il «Global Compact» dell'ONU (2000), che invitano le aziende a proteggere diritti dell'uomo, diritti sociali e diritti ambientali. Un'ulteriore raccomandazione dei governi alle aziende sono le «Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali». In dieci capitoli, le linee guida forniscono raccomandazioni per un comportamento aziendale responsabile. Si riferiscono esplicitamente agli accordi internazionali come la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e la Dichiarazione dell'ILO sui principi e diritti fondamentali del lavoro. Le Linee Guida non sono in generale vincolanti a livello giuridico, ma facoltative per le aziende. Ci sarebbe però la possibilità di strutturare in modo vincolante a livello giuridico i contratti di commercio internazionali, così che ad esempio la merce prodotta in condizioni disumane venga fermata ai confini e non ammessa nel Paese.

“Code of Conduct” volontario

Un “Code of Conduct” descrive un codice di condotta in base al quale devono comportarsi aziende, partner, subappaltatori e altre persone che operano per la relativa azienda. Un codice di condotta serve all'auto-controllo volontario che un'azienda si impone personalmente. Nell'industria tessile sono al centro in tal senso gli standard minimi sociali nelle catene di produzione e fornitura globale, che le aziende si impegnano a rispettare.

Impressum

Spunti per le lezioni – Suggerimenti per il film «The True Cost»

Autrici: Birgit Henökl-Mbwisi e Heide Tebbich

Traduzione: 24translate

Ideazione: pooldesign.ch

Layout: Isabelle Steinhäuslin

Copyright: éducation21, Berna 2020

Informations: éducation21, Monbijoustrasse 31, 3001 Berna, tel. 031 321 00 21

éducation21 La fondazione éducation21 coordina e promuove l'educazione allo sviluppo sostenibile (ESS) in Svizzera. Essa opera su incarico della Conferenza svizzera dei direttori cantonali della pubblica educazione (CDPE), della Confederazione e della società civile in qualità di centro di competenza per la scuola dell'obbligo e la scuola media superiore.

www.education21.ch | Facebook, Twitter: education21ch, #e21ch

