

## MAKE IT VISIBLE

Un treball per Projectes social i solidari a Vedruna Vall Terrassa

El sociòleg [Manel Delgado](#), actualment un dels intel·lectuals més rellevants del nostre país, afirma estar [“en contra de la tolerància”](#). Aquesta mena d’eslògan provocatiu fa referència al fet que, davant de la diferència, la tolerància no és més que un mínim exigible i que en realitat no fa més que traspuar discriminació disfressada de certa condescendència. És a dir, que el fet de “tolerar” significa que l’individu “tolerat” és situat en un plànol inferior i que el “tolerant”, des de la seva posició d’avantatge, decideix no exercir la violència (només faltaria) contra aquell que, essent diferent, no li agrada. El professor Delgado, doncs, defensa que la tolerància no és acceptable i que davant de la diferència que “simplement és” s’ha de fer una passa més que superi aquesta postura de mínims.

Doncs bé, el que el professor Delgado defensa respecte “dels tolerants” és el que personalment sento jo davant de la idea de comerç just. Es pot dir que “estic en contra del comerç just”, sí, pel mateix raonament, perquè em sembla un mínim exigible i perquè mentre existeixi l’eufemisme del comerç just voldrà dir que la resta de comerç, el convencional, el majoritari, és injust. Que no se’m malinterpreti si us plau, valoro profundament les innombrables iniciatives d’economia social i solidària; tanmateix, sempre em quedo amb la sensació que no són més que “pegats” ben intencionats incapaços de resoldre el problema de soca-rel.

El catedràtic de política econòmica de la UB, Anton Costas<sup>1</sup>, afirma que la globalització econòmica i financera *“són cavalls ferotges que, si se’ls deixa campar lliures, faran destrosses, però si se’ls embrida seran forces per a bé”*. Segons el mateix professor Costas les empreses han d’incorporar el concepte de rendibilitat social al de la financera, però la qüestió és si hem de deixar que ho facin per iniciativa pròpia segons les regles del “mercat lliure” o cal forçar-les des de la ciutadania, la legislació i el poder polític. El mateix professor Costas, en referència a aquells cavalls desbocats, conclou que *“cal tenir instruments i voluntat política per manejar-los en benefici de tothom i no d’uns pocs”*.

Per la seva banda, Christian Felber<sup>2</sup>, pare de l’[Economia del Bé Comú](#), afirma que les empreses que tenen un comportament desigual no poden ser tractades igual. És a dir que els instruments reguladors de l’Estat (lleis, fiscalitat, incentius crediticis, etc.) no poden ser els mateixos per a una empresa que fabrica armes que per a una empresa que produeix aliments ecològics de proximitat. No pot rebre el mateix tracte una empresa que paga sous dignes o respecta el medi ambient que una empresa que externalitza els seus processos per reduir despeses amb repercussions socials i ambientals greus a diferents llocs del món. Perquè si tractem igual empreses desiguals, al final les que treuen profit d’aquesta “égalité” són les que juguen brut per ser més competitives. I, al final, ja tornem a ser al cap del carrer: hem de permetre aquesta desregularització neoliberal del mal anomenat “mercat lliure”? És acceptable l’insuportable patiment que provoca el fet que les grans corporacions aprofitin les esclatxes jurídiques d’estats endeutats i empobrits des de temps colonials? Podem donar per bo l’avantatge que aquests *lobbys* obtenen pel fet que aquest model de mercat lliure global els permeti traspasar fronteres i, per tant, es trobin amb lleis diferents i vulnerables en comptes d’afrontar lleis globals uniformes en matèria social i ambiental?

El mateix concepte de lliure mercat és ofensiu perquè a la idea de llibertat se li dona una volta perversa i se sobreentén que el mercat només s’ha de regir per la “lliure” competència

---

<sup>1</sup> EL PUNT AVUI, 5 de febrer de 2018.

<sup>2</sup> Christian Felber, *La economía del bien común*, Deusto Ed. (2011).

de l'oferta i la demanda. És a dir, la selva. Com si decidíssim, per exemple, desregularitzar el trànsit i que desapareguessin els semàfors perquè els podem considerar una mena d'intervencionisme de l'Estat que pretén controlar i planificar tots els processos de la societat... però, és clar, després un tot terreny atropella una iaia i afirmem alegrement, "bé, és la llei de mercat".

Així mateix, aquesta idea de mercat lliure, a banda de ser perversa, també és falsa perquè la globalització econòmica actual permet poc menys que la lliure circulació de mercaderies, de capitals financers, deslocalitzar empreses, etc., però, i la mercaderia de la força de treball? No, aquesta no pot circular lliurement, és a dir que si una persona vol vendre les seves hores a un altre lloc que no sigui el d'origen, es troba amb més traves, duanes i aranzels (vegeu lleis d'estrangeria) que no pas unes espadnyes o una nevera. Per tant, NO. Podem afirmar categòricament que el mercat lliure, a més de ser pervers, precisament NO és lliure.

Si professors com Felber o Costas defensen obertament que cal "embridar" el mercat, com és que no hi ha voluntat política per fer-ho? I, com diu el professor Arcadi Oliveres<sup>3</sup>, no és que calgui posar límits i lleis que regulin aquest fals mercat lliure, sinó que cal fer-ho a escala global.

Però en tenim les eines, quan el poder polític està sotmès al poder i als interessos d'aquests *lobbys*? O bé quan la ciutadania està immersa en aquella fal·lera consumista que va planificar Víctor Lebow per al president Eisenhower després de la II Guerra Mundial com si fos la "nova bíblia" del nostre *way of life*? Personalment crec que sí, que hi ha dues eines molt poderoses. En primer lloc les tecnologies i en segon lloc, i primordialment, l'educació, i és que, és acceptable que a les facultats d'administració es parli tan poc d'ètica empresarial?

A l'escola [Vedruna Vall de Terrassa](#), des de les Ciències Socials ja fa un grapat d'anys que tant a 2n d'ESO com a 2n de batxillerat treballem al voltant de tots aquests aspectes com ara la globalització econòmica, el neoliberalisme o la deslocalització industrial. De fet, quan fa cinc anys va caure a Bangladesh el Rana Plaza, un edifici dedicat a la producció tèxtil amb subcontractacions de marques internacionals, vam realitzar un petit projecte ABP que va sensibilitzar força els alumnes. Amb els estudiants de 2n de batxillerat, tots els cursos, un dels temes forts és justament l'Economia del Bé Comú, i els nois semblen sortir força convençuts (adoctrinats, dirien alguns) que hi ha alternatives dins del mateix sistema capitalista.

Fa un parell de cursos a Vedruna Vall hem endegat una aposta molt forta pel treball per projectes, també a l'ESO. Vedruna ja fa anys que va optar per les noves TIC (PDI, 1x1, Moodle, etc.), però ara ho fa també amb les noves tendències metodològiques en ensenyament. El Projecte 9.2 del curs actual consisteix en el fet que a 2n d'ESO, les matèries de socials, anglès i matemàtiques es fusionen en un gran projecte en el qual els alumnes treballen de manera cooperativa: fora parets, grups homogenis i heterogenis, 1x1, 2 professors per aula, etc.

I donades totes aquestes condicions, arribem al moment culminant. L'estiu de 2016, llegint el diari, em vaig trobar un article en el qual una petita empresa de Sabadell estava

---

<sup>3</sup> Arcadi Oliveres, *Un altre món*, Angle Ed. (2006)

desenvolupant una mena de segell de garantia pel que fa a l'origen ètic dels productes de consum. És a dir que l'empresa [Twenty Corner](#) en qüestió es presentava com una mena d'empresa auditora privada que garantia amb una etiqueta anomenada [Passport](#) (*Basic*, *Medium* o *Premium*) la transparència i l'origen ètic (en aquests tres nivells) del producte de les seves empreses clients.

El cas és que mentre ho treballàvem a classe amb els alumnes de batxillerat, vam entrar en contacte amb la sra. Rosa Pons, directora de Twenty Corner, i ens va dir que estaria encantada de venir a l'escola a fer-nos una xerrada... però ens va advertir que des del juliol de 2016 (data de l'article) fins en aquell moment, la seva empresa havia crescut força i que el concepte de la seva idea havia variat.

Cap al març de 2017, la sra. Rosa Pons va venir a fer-nos la xerrada i la sorpresa va ser majúscula quan ens va explicar que estaven desenvolupant una forma de treballar totalment nova, única i primera al món, tal com li van dir els organitzadors del Barcelona Mobile World Congress, del qual van formar part.

Twenty Corner ha desenvolupat un software utilitzant la tecnologia NFC (la mateixa de les targetes de crèdit *contactless*) que permet al consumidor, des del mòbil i sense haver-se de descarregar cap *app*, obtenir tota la informació dels productes que portin aquest tipus de traçabilitat. Passant el mòbil per sobre de l'etiqueta NFC i des del portal [Make it Visible](#) (MiV) de Twenty Corner, el client veu de quina vaca ve la llet amb la qual estan fetes les [natisles](#), o quin operari ha cosit la samarreta i en quines condicions. Actualment ja estan treballant amb diverses empreses com Làctics Pascual, i la condició indispensable sempre és que les empreses clients han de tenir clar que han d'oferir transparència i, per tant, origen ètic, cosa que obre un món nou al concepte de traçabilitat i probablement també al de consum i responsabilitat. Les empreses poden treballar el màrqueting dels seus productes d'una manera nova i immediata, però el requisit serà sempre que almenys una de les pestanyes del portal de l'empresa auditora que s'obre passant el telèfon per l'etiqueta NFC expliqui clarament l'origen i els diferents processos productius (inclosos els externalitzats) d'allò que el consumidor està a punt de comprar.

En primer lloc el consumidor ja no podrà dir mai més que no coneix l'origen del producte que està a punt de comprar i del qual fins ara n'intuïa (només intuïa) que no donava totes les garanties ètiques mínimament exigibles. Per tant, al criteri de qualitat-preu s'incorpora ara un tercer criteri ètic de consum amb molta més immediatesa i facilitat de transparència respecte d'aquest origen del producte per al consumidor. I el més important, si això s'estén, les empreses no ètiques s'hauran d'espavilar per esdevenir-ne per tal de ser competitives i no a la inversa, com passa ara.

El cas és que, donant-hi voltes, a l'escola se'ns acut incorporar tot això al treball per projectes, de manera que el nou projecte 9.2 de 2n d'ESO per a aquest curs, gira al voltant de temes de traçabilitat i transparència empresarial. Decidim arrencar la maquinària institucional i el mes de maig passat ja vam firmar un conveni Vedruna Vall - Twenty Corner.

A Twenty Corner li encanta la idea que el seu negoci es vinculi a l'activitat educativa i més amb totes les noves tecnologies i metodologies educatives que estant en boca de tothom en aquests temps. I per a nosaltres, la idea és que els alumnes siguin protagonistes d'un aprenentatge realment significatiu i que treballin generant ells mateixos la major part del projecte en si i que us detallem a continuació:

1. Un "estudi de mercat" del seu entorn de consum per esbrinar l'origen dels productes del seu dia a dia i que fa que en el fons els nois conclouin que la majoria de preguntes sobre l'origen de les seves compres avui en dia no tenen resposta. Que per una banda el consumidor no té incorporat l'interès per aquest tercer criteri ètic de consum però que, per altre costat, les empreses tampoc són transparents, almenys no amb la traçabilitat actual.
2. Un segon "estudi de mercat" d'un entorn proper, en els mateixos termes i en connexió amb l'associació de comerciants de proximitat Comerç Terrassa Centre, tant pel que fa a multimarca com a marques blanques.
3. Elaboració del **Formulari Ètic** en l'apartat dels Orígens de la plataforma MiV per als productes clients de Twenty Corner i que siguin la base d'un sistema de puntuació. Aquest és el formulari que les empreses productores dels béns de consum hauran d'emplenar en el procés "d'auditoria" amb un mínim de deu requisits ètics (sociolaborals i ambientals) i que serà el fonament de l'etiquetatge NFC d'aquests béns.
4. Elaboració d'un **sistema de punts de l'origen ètic** del producte, que permeti etiquetar NFC en verd, taronja o vermell (a l'estil de l'Economia del Bé Comú de Felber) aquests béns de consum.
5. Elaboració d'un formulari de consum (perfil de consumidor) previ a la mateixa compra.
6. L'elaboració d'una **Iniciativa Legislativa Popular (ILP)** que es pugui arribar a presentar al Parlament de Catalunya, al Parlament Europeu o a l'organisme que faci falta i que a mode de la llei d'auditories, obligui d'alguna manera les empreses de productes de consum a fer servir aquest tipus de traçabilitat per oferir la màxima transparència respecte del seu producte envers el consumidor final.

No cal dir que des de Vedruna Vall estem molt emocionats: pensem que el Projecte 9.2 és un projecte que ho té tot: té aprenentatge significatiu per a l'alumnat, té TIC, té empresa ètica, té valors, té un concepte totalment nou (no tant en el tema de consum responsable, però sí en l'aplicació de noves tecnologies en traçabilitat i transparència), i situa l'alumne en el centre del seu aprenentatge. En resum, pensem que si des d'una aula de secundària poguéssim col·laborar a fer un canvi en la forma de consumir de la societat i fins i tot arribar a influir de manera "legislativa" en l'ètica productiva de les empreses seria una petita revolució realment meravellosa que ajudaria a fer el mercat una mica "menys lliure" i, per tant, més just... tot ell.