

Petita història del comerç



Objectius

- Identificar les diferents etapes del comerç al llarg de la història de la humanitat, relativitzant els temps històrics en què s'han desenvolupat.
- Reconèixer que en un mateix moment històric han coexistit i coexisteixen encara avui diferents formes de comerç entre països i dins del mateix país.
- Distingir els avantatges i els inconvenients de cada una de les diferents formes que adopta el comerç.
- Adonar-se que s'ha perdut el sentit originari del comerç, que era cobrir necessitats bàsiques, que aquest ha passat a ser un sistema per a l'acumulació de riquesa.

Descipció

Activitat de dues hores de durada.

Es tracta d'una activitat plantejada en forma de còmic que, si bé en la presentació està fraccionada en tres parts: mercaderia-mercaderia (M-M), mercaderia-diners-mercaderia (M-D-M) i diners-mercaderia-diners (D-M-D⁺), forma, en realitat, un únic bloc.

En la primera etapa, mercaderia-mercaderia, es planteja el *bescanvi* com la primera forma de comerç. A més a més, es planteja un exercici de cerca a Internet perquè els alumnes descobreixin que aquesta forma d'intercanvi encara es practica avui dia.

En la segona etapa, mercaderia-diners-mercaderia, s'introdueix el concepte *diners*, distingint-lo del concepte *moneda*, i a través de preguntes de comprensió lectora es pretén posar en evidència que el preu de les mercaderies (produïdes) no s'ajusta al treball realitzat per produir-les, sinó que depèn d'altres factors que el productor no pot controlar.

En la tercera etapa, diners-mercaderia-diners, s'introdueix el concepte d'*acumulació*, identificant-lo com una de les principals causes de la pobresa. Les preguntes d'aquest exercici encaminen l'alumnat a identificar la força de treball com una mercaderia més, amb l'objectiu de facilitar i enriquir el sentit d'aquest concepte.

El bloc acaba amb un exercici de síntesi dels conceptes treballats.

Pautes d'intervenció pedagògica

Es proposa una lectura col·lectiva guiada pel professorat, adequada a cada un dels cicles.

En la primera etapa, M-M, s'haurà de subratllar el fet que, encara que els grups humans prehistòrics eren molt autosuficients, la seva ubicació geogràfica limitava l'existència d'alguns materials (pedra foguera, sal, certes pells...), cosa que provocava la necessitat del bescanvi, que s'acostumava a fer en les reunions anuals dels clans. Al mateix temps, cal insistir en els inconvenients del bescanvi (diversitat i quantitat de productes d'intercanvi, valoració dels productes, dificultat de transport...). L'exercici de petita investigació es pot fer a través de les pàgines web d'Internet o de les adreces d'organitzacions espanyoles que apareixen al final d'aquest quadern.

Proposem un treball en petit grup al voltant de tres qüestions:

1. Quins són els béns i/o serveis objecte de bescanvi?
2. Quin és el sistema de funcionament d'aquestes organitzacions?
3. Quantes persones participen en aquesta forma de comerç?

En les poblacions on hi hagi alguna d'aquestes organitzacions, pot ser molt enriquidor posar-se directament en contacte amb elles per organitzar una visita als seus locals o perquè algun representant vagi al centre a respondre directament les preguntes de l'alumnat.

En la segona etapa, M-D-M, és molt important distingir entre diners i moneda. Encara que l'aparició dels diners vagi unida històricament a la consolidació dels primers estats, en el còmic, donada l'atemporalitat d'aquesta etapa, hem optat per situar aquesta forma d'intercanvi en l'actualitat.

En aquesta part del còmic es comença a posar en relleu que la valoració de la mercaderia del productor ja no es fa tenint en compte el treball invertit en la seva elaboració, sinó altres criteris. Es tracta d'anar introduint la idea que el concepte *valor* (que recull l'esforç o el treball realitzat per produir un producte) es substitueix pel concepte *preu* (que ja no té relació amb el treball invertit). Com deia Machado: "Es muy necio el que confunde valor y precio".

En la tercera i última etapa, D-M-D⁺, apareixen molts conceptes de comprensió difícil per a l'alumnat, però que considerem bàsics per entendre el sistema econòmic actual. Per això és necessari facilitar-ne l'assimilació, encara que haguem de recórrer a la simplificació. D'aquesta manera podrem definir:

Multinacionals

Són grans empreses que tenen habitualment la seva seu i els seus centres d'investigació tecnològica a la Unió Europea, els Estats Units, Canadà o el Japó. Produeixen gran quantitat de productes i reparteixen el procés de producció a diferents països del món. En la majoria d'aquests països, del Tercer Món, no existeix cap tipus de regulació laboral sobre salaris mínims, jornada laboral, seguretat social, etc. ni tampoc legislació mediambiental (per la qual cosa es pot contaminar impunement). Les empreses multinacionals compren o subcontracten empreses als països del Sud, que sovint fan servir nenes i nens com a mà d'obra, no paguen impostos i tenen la llibertat de deixar el país quan els convé. Els governs de molts d'aquests països no només accepten aquesta situació, sinó que l'afavoreixen: ofereixen bones condicions a les multinacionals perquè s'hi instal·lin, inverteixin capital i generin divises per poder pagar el deute extern o cobrar comissions corruptes.

Mercat

Qualsevol situació en què es posen en contacte l'oferta (els productors o venedors de béns i serveis) i la demanda (els consumidors o compradors d'aquests béns i serveis).

Per entendre la definició, podem posar un exemple ben senzill: la nostra classe anirà de viatge de final de curs i volem recollir diners. Aprofitant una festa local, decidim fer uns pastissos per vendre'ls al carrer. N'establim el preu tenint en compte el cost dels ingredients i el benefici que volem obtenir, però sense sobrepassar el preu mitjà d'un producte similar de venda a les tendes. Quan posem la paradeta al carrer, ens podem trobar amb dues possibles situacions:

1. Tots els centres escolars de la localitat han tingut la mateixa idea que nosaltres (competència). Hi ha molts pastissos (oferta) i pocs compradors, perquè es reparteixen entre totes les paradetes (demanda).
Per vendre més, abaixem els preus.
2. La nostra idea és exclusiva. Tota la gent de la localitat ve a comprar a la nostra paradeta. Aquesta és la nostra ocasió! Apugem els preus, així guanyarem molts més diners (major benefici).

Aquest exemple també serveix per explicar els següents conceptes: *preu*, *benefici* i *competència*.

Borsa

En el text es refereix a mercat de primeres matèries (no es refereix a la borsa de valors). Els preus es fixen a partir de la compra i la venda de grans quantitats d'un producte.

Mercaderia

A la paraula *mercaderia* se li donen diferents interpretacions: en el sistema M-D-M s'anomena *mercaderia* a qualsevol producte que satisfà una necessitat o un desig i que s'obté a través de la compra i la venda. Quan una persona no té res per vendre, per obtenir les mercaderies que necessita ven la seva força de treball. El preu del treball com a mercaderia és el salari.

En el sistema actual, que segueix el model D-M-D⁺, les mercaderies les produeixen les empreses amb l'únic objectiu d'obtenir un benefici per a qui posa inicialment els diners (capital). El venedor no té interès per cobrir les necessitats del comprador, sinó per obtenir el seu benefici.

Durant la lectura del còmic podem recalcar que l'empresari pot posar el preu que vol perquè possiblement controla tot el mercat, com nosaltres la venda de pastissos en la segona situació (monopoli).

També es pot aprofitar per comentar el tema de l'emigració del camp a la ciutat als països del Tercer Món, o del Sud al Nord, provocada per la situació que es planteja al còmic. Un altre tema que s'apunta i que pot ser motiu de posteriors treballs, principalment per a estudiants de segon cicle, és el de les *maquilas* [manufactures tèxtils], a partir del qual es poden tractar les condicions laborals en determinades zones dels països menys desenvolupats.

Finalment, és convenient reflexionar col·lectivament sobre el fet que, en principi, qualsevol productor té alguna cosa per vendre. Quan no és així, per cobrir les nostres necessitats només ens queda vendre la nostra força de treball. I el pitjor que ens pot passar és que ni tan sols trobem feina, que l'única *mercaderia* que podem vendre no tingui ni preu ni mercat.

L'última activitat es pot fer servir com a exercici individual d'avaluació formativa.

Els termes que han d'omplir els buits són els següents: *cobrir les necessitats, bescanvi, diners, moneda, béns i serveis, acumulació, mercaderies, força de treball i salari*.

El comerç avui

3.1 Negociació d'alt nivell

Objectius

- Entendre que un conflicte es produeix quan dos parts tenen objectius contraposats.
- Visualitzar que la manera de resoldre els conflictes fa necessària una negociació per arribar a acords. Per això és imprescindible que totes dues parts renunciïn a alguns dels seus interessos.
- Iniciar-se en la comprensió de les negociacions en matèria de comerç internacional.
- Reconèixer les situacions en les que es produeix lliure comerç o proteccionisme, en les seves diferents versions.