TESTO ESPOSITIVO – EDUCAZIONE DEGLI ADULTI

**Riflettere su ciò che acquistiamo**

Siamo quello che mangiamo. Ma siamo anche quello che indossiamo, quello che utilizziamo, quello in cui investiamo. Le nostre scelte di consumo, acquisto, risparmio e investimento dicono qualcosa su di noi e su come la pensiamo. Da piccoli impariamo a scegliere in base alla qualità (a cominciare da quella percepita dal nostro palato), poi impariamo a prendere in considerazione il prezzo. La terza dimensione è quella etica della responsabilità sociale e ambientale che, se esercitata con consapevolezza, ci consente d’incidere sul comportamento delle imprese, privilegiando, quando apriamo il portafoglio, quelle che si comportano in modo coerente con il nostro sistema di valori, proprio come facciamo in cabina elettorale al momento del voto. Il bello è che le imprese sono costrette, forse ancor più dei politici, a tenere in considerazione le preferenze etiche dei consumatori per non perdere preziose quote di mercato. Scopriamo quindi di ritrovarci in mano uno strumento efficace e semplice da utilizzare per incidere su tematiche che spesso riteniamo troppo complesse e lontane. […]

Il caffè che arriva nella nostra tazzina ogni mattina viene da molto lontano. Attraversa migliaia di chilometri e una filiera complessa fatta di fasi di trasformazione del prodotto, dalla bacca rossa alla bevanda che tutti conosciamo, e di intermediazione commerciale, dal contadino che raccoglie le bacche fino a noi. Questa distanza rappresenta un problema soprattutto per il contadino che, essendo molto spesso l’anello di gran lunga più debole della catena, assiste impotente alla drastica riduzione della sua quota del valore del prodotto, a tutto vantaggio degli intermediari e delle catene di grande distribuzione, infinitamente più potenti e attrezzate. Al tema del prezzo, si somma quello, ancor più importante, delle condizioni di lavoro del nostro contadino e, più in generale, della vita della sua famiglia, troppo spesso in condizioni di estrema povertà, pur rappresentando il punto di partenza di un business internazionale. Questa situazione naturalmente non riguarda solo il caffè, ma i tantissimi prodotti che arrivano dal Sud del mondo (dal tè, allo zucchero, al cotone e a tutti i suoi derivati…), per cui milioni di piccoli contadini ed artigiani non ricevono quanto dovrebbero, in termini di prezzo, condizioni di lavoro e di vita. Come consumatori e destinatari finali di quei prodotti siamo indirettamente responsabili di questa situazione, ma abbiamo anche in mano gli strumenti per contribuire a risolverla attraverso la nostra scelta di consumo consapevole. Uno di questi strumenti è rappresentato dal commercio equo e solidale che ci offre l’opportunità di consumare prodotti “buoni per chi li consuma e per chi li produce”.

M. Costantino, F. Di Fazio, C. Di Modugno, R. Sasso, *CambiaMenti*, edizioni la meridiana,

Molfetta 2013

Alunno/a\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Classe \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Data \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Settimana \_\_\_\_\_

**ATTIVITÀ DI PERFEZIONAMENTO**

**Testo espositivo – Riflettere su ciò che acquistiamo**

**Competenza – Inferenze**

**3.1 Spiega il significato delle seguenti parole e espressioni usate nel testo:**

a) l’espressione “responsabilità sociale e ambientale” alla riga n. 5.

.…………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

b) l’espressione “consumo consapevole” alla riga n. 25.

…………………………..………………………………………………………………………..…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

c) gli aggettivi “equo e solidali” accanto al sostantivo commercio alla riga n. 26.

.……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….

**3.2** **Perché si associa il comportamento delle imprese e il voto elettorale?**

……………………………………………………………………………………………………. ..…………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………….

**3.3 A chi ci si riferisce nella frase “Attraversa migliaia di chilometri e una filiera complessa […]” (righe 12-13)?**

………………………………………………………………………………………………………….

.………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….

**3.4 Quali sono le conseguenze di un consumo consapevole e di un commercio equo e solidale?**

……………………………..……………………………………………………………………….…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**Competenza – Sintassi**

* 1. **Trova nel testo le proposizioni relative.**

……………………………………………………………………………………………………..….………………………………………………………………………………………………….……………………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………………..

* 1. **Nel periodo “il contadino che […] assiste impotente alla drastica riduzione della sua quota del valore del prodotto, a tutto vantaggio degli intermediari e delle catene di grande distribuzione, infinitamente più potenti e attrezzate”, trasforma “infinitamente più potenti e attrezzate” in una proposizione relativa, scegliendola tra le seguenti opzioni:**

affinché siano infinitamente più potenti e attrezzate

perché sono infinitamente più potenti e attrezzate

le quali sono infinitamente più potenti e attrezzate

SCHEDA DI (AUTO)CORREZIONE ATTIVITÀ DI PERFEZIONAMENTO

**Testo espositivo – Riflettere su ciò che acquistiamo**

Siamo quello *che mangiamo*. Ma siamo anche quello *che indossiamo*, quello *che utilizziamo*, quello *in cui investiamo*. Le nostre scelte di consumo, acquisto, risparmio e investimento dicono qualcosa su di noi e su come la pensiamo. Da piccoli impariamo a scegliere in base alla qualità (a cominciare da quella percepita dal nostro palato), poi impariamo a prendere in considerazione il prezzo. La terza dimensione è quella etica della **responsabilità sociale e ambientale** *che*, se esercitata con consapevolezza, *ci consente d’incidere sul comportamento delle imprese*, privilegiando, quando apriamo il portafoglio, quelle *che si comportano in modo coerente con il nostro sistema di valori*, proprio come facciamo in cabina elettorale al momento del voto. Il bello è che le imprese sono costrette, forse ancor più dei politici, a tenere in considerazione le preferenze etiche dei consumatori per non perdere preziose quote di mercato. Scopriamo quindi di ritrovarci in mano uno strumento efficace e semplice da utilizzare per incidere su tematiche *che spesso riteniamo troppo complesse e lontane*. […]

Il caffè *che arriva nella nostra tazzina ogni mattina* viene da molto lontano. **Attraversa migliaia di chilometri e una filiera complessa** fatta di fasi di trasformazione del prodotto, dalla bacca rossa alla bevanda *che tutti conosciamo*, e di intermediazione commerciale, dal contadino *che raccoglie le bacche* fino a noi. Questa distanza rappresenta un problema soprattutto per il contadino *che*, essendo molto spesso l’anello di gran lunga più debole della catena, *assiste impotente alla drastica riduzione della sua quota del valore del prodotto*, a tutto vantaggio degli intermediari e delle catene di grande distribuzione, infinitamente più potenti e attrezzate. Al tema del prezzo, si somma quello, ancor più importante, delle condizioni di lavoro del nostro contadino e, più in generale, della vita della sua famiglia, troppo spesso in condizioni di estrema povertà, pur rappresentando il punto di partenza di un business internazionale. Questa situazione naturalmente non riguarda solo il caffè, ma i tantissimi prodotti *che arrivano dal Sud del mondo (dal tè, allo zucchero, al cotone e a tutti i suoi derivati…)*, per cui milioni di piccoli contadini ed artigiani non ricevono quanto dovrebbero, in termini di prezzo, condizioni di lavoro e di vita. Come consumatori e destinatari finali di quei prodotti siamo indirettamente responsabili di questa situazione, ma abbiamo anche in mano gli strumenti per contribuire a risolverla attraverso la nostra scelta di **consumo consapevole**. Uno di questi strumenti è rappresentato dal **commercio equo e solidale** *che ci offre l’opportunità* di consumare prodotti “buoni per chi li consuma e per chi li produce”.

M. Costantino, F. Di Fazio, C. Di Modugno, R. Sasso, *CambiaMenti*, edizioni la meridiana,

Molfetta 2013

LEGENDA:

Frasi sottolineate in stringhe in corsivo: risposte al quesito

**Parole e espressioni in grassetto**: parole o espressioni a cui attribuire il significato.

**ATTIVITÀ DI PERFEZIONAMENTO**

**Testo espositivo – Riflettere su ciò che acquistiamo**

**Competenza – Inferenze**

**3.1 Spiega il significato delle seguenti parole e espressioni usate nel testo:**

a) l’espressione “responsabilità sociale e ambientale” alla riga n. 5;

indica una gestione dei nostri consumi socialmente corretta e rispettosa dell’ambiente, che riesce a determinare anche il comportamento delle imprese……………………………………………. ……………………………………………………………………………………………………...

……………………………………………………………………………………………………...

b) l’espressione “consumo consapevole” alla riga n. 25;

indica un consumo ragionato e responsabile. ……………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………...

c) gli aggettivi “equo e solidali” accanto al sostantivo commercio alla riga n. 26;

indicano un commercio che garantisce un prezzo giusto ai produttori e che tutela il territorio in cui i prodotti si realizzano…………………………………………………………………………..

…………………………………………………………………………………………………….....…………………………………………………………………………………………………….

**3.2** **Perché si associa il comportamento delle imprese con il voto elettorale?**

Scegliendo cosa acquistare, diamo un giudizio sulle imprese e sul fatto se esse rispecchino o meno i nostri valori (di rispetto del lavoro, dell’ambiente, di buona qualità del prodotto, ecc.), esattamente così come facciamo quando votiamo e scegliamo chi ci deve governare…………………………………………………………………………………………...

..…………………………………………………………………………………………………......……………………………………………………………………………………………………...

**3.3 A chi ci si riferisce nella frase “Attraversa migliaia di chilometri e una filiera complessa […]” (righe 12-13)?**

Ci si riferisce al caffè………………………………………………………………………………………...

.……………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………..

**3.4 Quali sono le conseguenze di un consumo consapevole e di un commercio equo e solidale?**

Consumare prodotti che hanno un buon rapporto qualità/prezzo è un vantaggio non solo per chi li consuma, ma è un vantaggio anche per chi li produce, perché ne rispetta le condizioni di lavoro e di vita. .……………………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………………...

**Competenza – Sintassi**

* 1. **Trova nel testo le proposizioni relative.**

Che mangiamo; che indossiamo; che utilizziamo; in cui investiamo; che ci consente d’incidere sul comportamento delle imprese; che si comportano in modo coerente con il nostro sistema di valori; che spesso riteniamo troppo complesse e lontane; che arriva nella nostra tazzina ogni mattina; che tutti conosciamo, che raccoglie le bacche fino a noi; che assiste impotente alla drastica riduzione della sua quota del valore del prodotto, che arrivano dal Sud del mondo (dal tè, allo zucchero, al cotone e a tutti i suoi derivati…); che ci offre l’opportunità…………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………...….………………………………………………………………………………………………......

* 1. **Nel periodo “il contadino che […] assiste impotente alla drastica riduzione della sua quota del valore del prodotto, a tutto vantaggio degli intermediari e delle catene di grande distribuzione, infinitamente più potenti e attrezzate”, trasforma “infinitamente più potenti e attrezzate” in una proposizione relativa, scegliendola tra le seguenti opzioni:**

affinché siano infinitamente più potenti e attrezzate

perché sono infinitamente più potenti e attrezzate

x le quali sono infinitamente più potenti e attrezzate

**Livello di leggibilità**

