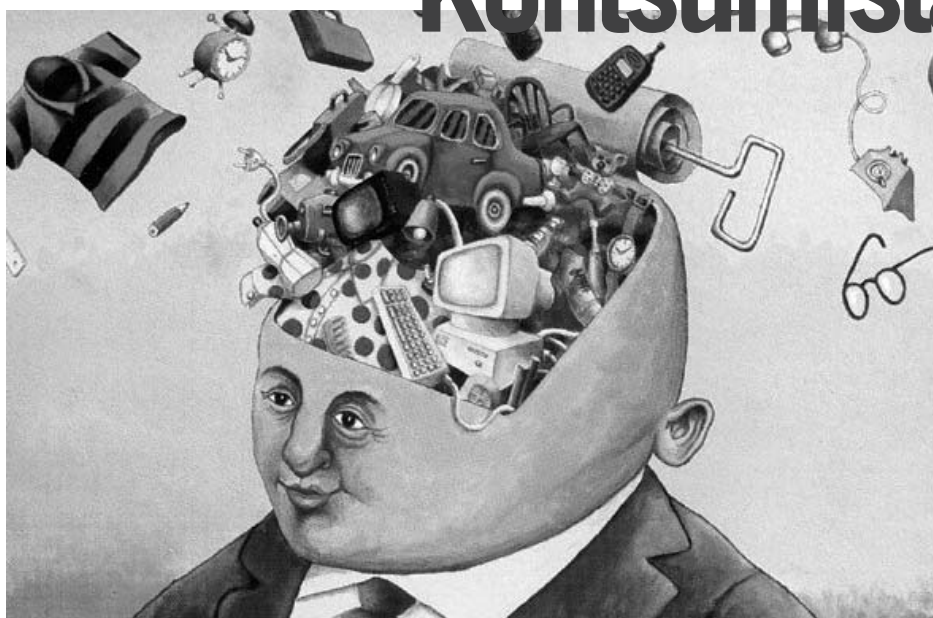




Global express

Gaur egungo egoera ikasgelan

Kontsumista ni? Kontsumista ni?



portugalete.hiritarrok.net

Zer behar asetzen dituzte egiazki kontsumitzen ditugun ondare eta zerbitzuek? Behar duguna erosten dugu edo beste batzuei guk nahi izatea komeni zaiena? Nondik sortzen dira gure gustuak? Kontsumismoa ez da soilik neurririk gabe kontsumitzea; behar ez-materialak modu materialean asetzean datza. Eta prezio altua eskatzen du, eta ez dugu beti gehien kontsumitzen dugunok ordaintzen prezio hori: agerian oso banakoak diren erabakiek, hala nola eguneroko kontsumoari buruzko erabakiek, eragin handia dute beste hainbat pertsonaren bizitzan.

Global express honen asmoa gure gizarteetako kontsumo-ereduei buruz hausnartzea da, eta gure kontsumoak ingurumenean eta gizartean dituen ondorioak aztertzea.



- Zertarako balio dute gauzek?
- Nola eraikitzen dira beharrak?
- Kontsumismoaren prezioa: sorgin-gurpila
- Aseezinen gizartea
- Protozoo menderakaitzak
- Kontsumo arduratsua
- Bizi ona izateko aukerak

2005. urtean 800 milioi telefono eramangarri saldu ziren mundu osoan (“mugikorrak” deitzen diegu, nahiz eta edozein objektu bezain geldoak diren). Telefono horietako 20 milioi Espainian saldu ziren. Espainian, pertsonen % 60k tresnatxo hori gutxienez urtean behin berritzen du. 2006. urtearen erdialdean, pertsona bakoitzak 3,7 telefono zituen batez beste (nahiz eta, jakina, aho bakarra eta bi belarri ditugun pertsonako, eta hori ez da batez besteko zenbakia).

1875ean, Graham Bellek telefonoa patentatu zuen. Tresna horren funtzioa ahotsezko komunikazioa erraztea zen elkarrengandik urrun zeuden pertsonen artean. Duela mende laurden baino gutxiago lehen telefono eramangarria sortu zen, ia kilogramo bat pisatzen zuena. 2005ean saldutako mugikorraren % 75ek, bestelako aurrerapen teknikoaren artean, kamera zuen integratua, eta % 40k *bluetooth* teknologia zuen. Koloretakoak, oso lauak, ale-kopuru mugatukoak daude, baita urrezkoak ere. Gauzak horrela, zaila da esaten jarraitzea mugikorraren lehen mailako funtzioa urrun dauden hizketakideekin hitz egitea dela.

MUGIKOR BATEN PREZIOA

Publizitateari kasu egiten badiogu, mugikorraren prezioak huskeria dira. Askotan, 0 euroan ematen dituzte. Oparitu egiten dituzte? Hain merkea da mugikorrek ekoiztea? Begiratzen den alderdiaren arabera dago.

Telefono mugikorraren osagaien % 50 plastikoa da; % 25 inguru, metala; eta gainerakoa, zeramika eta beira. Horri eskulana eta bestelako ekoizpen-gastuak gehitu behar zaizkio, bai eta merkaturatzeko eta garraioko gastuak ere. Mugikorrek erabiltzeagatik ordaintzen dugunagatik merezi dielako —asko, gainera— oparitzen dituzte enpresek mugikorrek. Hainbat azterketatan adierazten da mugikorrei emandako erabileraren % 80 telefono-erabilera dela, baina tresna alda dezagun maiz jasotzen ditugun mezuek bi argumentu dituzte: lehiak baino tarifa hobeak, eta lehen mailako funtzioarekin (komunikatzea) zerikusirik ez duten prestazioak: jokoak, musika, kamera, eta abar. Horrek guztiak azaltzen du telefonoa 18 eta 30 hilabetean behin aldatzea batez beste, nahiz eta berez 10 urte inguru iraun dezaketen.

Aurreko urtearen erdialdean, Espainian pertsona baino mugikor gehiago zegoen. Hortaz, berrikuntzengatik ez balitz, merkaturatua beteta egongo litzateke: mugikorraren salmenten % 80 berrikuntzei dagokie. Hortaz, fabrikatzaileentzako errentagarriagoa da mugikorrek oparitzea, horrela gehiago gastatzen baitugu. Eta erabiltzaileei ondo ateratzen zaigu mugikorra aldatzea, merkeak direlako.

Baina hori prezioaren alderdi bat baino ez da. Horri gehitu behar zaizkio arinkeria kontsumista horiek ekartzen duten baliabide-espoliazioa eta elementu horiek zaborretara botatzeak ekartzen duen xahubidea. Gainera, hein handi batean toxikoak diren hondakinak sortzen dira. Kalkulatzen da urtean Estatu Batuetan eta Europan botatzen diren 235 milioi mugikorretatik % 10 baino ez dela birziklatzen. Fabrikatzaileek ez dute erraztasunik ematen: birziklatzea garestia da; kutsatzea, ia beti doakoa.

Eskulana ere merkea izaten da: mugikorrek egiten dituzten enpresak nazioez gaindiko enpresak izaten dira, eta deslokalizazioa praktikatzan dute. Lan-kondizio okerragoak bilatzeko eta eskulanean aurrezteko enpresak ixtea (atzean langabezia-arrastoa utzita) adierazteko erabiltzen da deslokalizazio eufemismo.

Horrez gain, baterien osagaietako bat koltana da, mineral batetik lortzen dena; hain zuzen ere, mineral horren erreserben % 80 Afrikan dago, batez ere, gerra-ingurunean, hots, Kongoko Errepublikan Demokratikoan. Terra Fundazioaren hitzetan, “10.000 meatzarik baino gehiagok biltzen dute baldintza penagarrietan”. Mineral horren prezioak gorakada itzela izan du elektronikaren booma dela medio; hortaz, bortizkeria pizteaz gain, finantzatu ere egiten du.

Hori guztia ikusita, agian ez dago hain argi mugikorraren prezioak baxuak direnik.

Informazio gehiagorako: Papers de Cristianisme i Justicia, 185. zenbakia,

www.fespinal.com/html/cast/papersnovcast.php

www.terra.org/articulos/art01632.html

Zertarako balio duten gauzek?



Mugikorrei buruz esandakoak eguneroko bizitzako objektu eta zerbitzu askorako ere balio du, eta horien erabileraz, edo gozamenaz, maiz ez gara jabetzen. Hasiara batean, objektuak erosten eta zerbitzuak erabiltzen ditugu behar ditugulako; alegia, horregatik existitzen dira eta horregatik (eta horretarako) ekoizten dira. Horrela funtzionatzen dute gauzek mundu errealean?

Eskaerak eskaintza sortzen duela dioen baieztapena denbora askoan ez da eztabaidatu, baina gaur egun ñabardura asko ditu. Kontsumo-gizarteak industria-iraultzan hasitako prozesua amaitu du eta, literalki, iraultzailea da; izan ere, giza beharren asebetetze-prozesua azpikoz gora jartzen du. Gizarte aurreindustrialean, pertsonak bizitzako edozein alderditan behar zituzten gauzak

ekoizten ziren: ogia, jateko; arropa, janzteko; bitxiak, apaintzeko; artea, gozatzeko; eta abar. Orain eskaerak ez du eskaintza sortzen; orain ekoiztea komeni denaren eskaera eragitea, sortzea da kontua. Alegia, jendeari zer behar duten sinestarazten zaie.

Kontsumo-gizartean, objektuaren eta horren **lehen mailako** funtzioaren arteko harremana dagoeneko ez da hurbilekoa, urrundu egiten da, eta nabarmen konplikatzen da. Aipatutako kasuan ikus daiteke hori. Hain zuzen ere, objektuen funtzioak beharrak asetzea izaten jarraitzen du, baina ez agerikoak ematen duten beharrak: ibilgailuak, mugitzeko; arropa, janzteko; eta abar. Eta *anomalía* horrek, urruntze horrek, ekartzen du ingurumena hondatzea eta pobretzea.

Erromako Klubaren *Más allá de los límites del crecimiento*¹ (Hazkundearen mugez haratago) txostenean sei iradokizun daude datorren, jadanik hemen den, kolapso ekologikoa saihesteko. Horietako bat da herrialde aberatsetako herrialdeek erantzun materialak ez ematea izaera ez-materialeko arazoei. Eta honako hau zehazten dute: "jendeak ez ditu sekulako autoak behar; errespetua baizik. Ez ditu arropaz betetako armairuak behar; erakargarri sentitu behar du, eta berotasuna,

aniztasuna eta edertasuna behar ditu. Jendeak ez ditu entretenimendu elektronikoak behar; bizitzarekin merezi duen zerbait egitea baizik". Ondorioa agerikoa da: "Hutsune horiek objektu materialekin betetzen saiatzea inoiz konpontzen ez diren arazo errealetarako konponbide faltsuen gose aseezina piztea da".

Horrek zalantzan jartzen du kontsumo-gizartean guztia beharrak asetzeraz bideratzen denik, gutxiengo pribilegiatuarenak direla ere. Bada ez; izan ere "arazo errealetarako konponbide faltsuak" ez dira konponbideak, eta horrek ahalbidetzen du kontsumismoaren makineriak funtzionatzea.

Adibide baldar batekin zehatz daiteke arrazoibide hori. Auto batek batetik bestera joateko balioko balu, behin autoa erositakoan, autoa izateko gogoia bukatuko litzakete. Funtzioa irabazle-identitatea eraikitzea edo elikatzea bada, erakargarriagoa sentitzea bada, desberdintzea bada, auto-gosea berriro azaltzen da modelo berri garestiagoa, bereziagoa, eskusiboagoa merkaturatu orduko. Horrek bermatzen du makineriak martxan jarraitzea, eta argi uzten du zer behar asetzea proposatzen den kontsumo-gizartean eta, batez ere, norenak diren behar horiek.

Nola eraikitzen diren beharrak? Nola eraikitzen diren beharrak?



Galdera da zer behar dugun modu gizatiarrean bizitzeko, hau da, ez soilik bizirauteko, baita zoriontsu izateko, komunikatzen jakiteko eta giza harremanez gozatzeko, sortzeko, barre egiteko, eta abarrerako ere.

Giza beharrak mugagabeak direla eta gizartearen, une historikoaren, eta pertsonaren arabera aldakorrak direla dioen ustea dagoen arren, Manfred Max-Neef txiletar ekonomialariak dio behar horiek iraunkorrak eta mugatuak direla. Arazoa da beharrak nahastu egiten ditugula behar horiek asetzeko moduekin (asegarriak) -horiek bai dira mugagabeak eta aldakorrak, eta osagai sozial eta historiko handia dute-, kultura bat beharrak asetzeko dituen moduekiko definitzeraino. Kontsumo-gizartearen ezaugarri nagusia da, hain zuzen, behar ez-materialak asegarri materialekin asetzen direla, alderantzaketa-fenomeno bitxiaren bitartez: ondasun materialek esanahi sinbolikoa hartzen dute, eta bestelako balio eta errealitateak gauza bihurtu eta "kontsumorako egokitzen" dira, hala nola balioak eta pertsonak berak.

Mekanismoa honetan datza: behar bihurtu den zerbait ezartzen da, eta engranajea martxan dago behar hori atzeratzeko edo menderatzeko aukerarik izan ez dadin; izan ere, beharrak (berezkotzat jotzen direnak) asetzea sakratua da, eta ez badira asetzen gabezia gisa bizitzen da. Mekanismo horretako funtsezko pieza bat publizitatea da, alegia, "gabezia-sentipena sortzeko industria"². Baina ez da bakarra; masen hedabideak ere hor daude. Baina gainera, horrekin konbinatuta (hein handi batean bi horien tresna da), pieza ordezkazekin bat gisakoen gizarte-presioa da: objektu jakin batzuk edukitzeak eta erabiltzeak (erakusten diren marka jakin batzuetakoak) garrantzi handia hartzen du (nerabeen artean, eta baita helduen artean ere) integrazio-mekanismo gisa. Atsegin egiten gaituena, literalki, soinean daramatzagun etiketak direla dirudi, eta ez gure nortasuna.

Nahaste hori interes handiz elikatu da, eta sistema sozioekonomiko eta kulturalaren oinarria da. Kontsumo-ohituretan

¹ MEADOWS, Dennis L.; MEADOWS, Donella H. ; RANDERS, Jorgen. *Más allá de los límites del crecimiento*. Madrid: Aguilar, 1993.

² CAPELLA, Juan Ramón. *Los ciudadanos siervos*. Madrid: Trotta, 1995.

ere islatzen da (bestela esanda, bizi-ohituretan), eta injustiziako eta ingurumen-hondameneko ondorio larriak ekartzen ditu. Max-Neefen hitzetan, "ondasunak ekoizteko eta kontsumitzeko moduak ondasun horiek berak helburutzat dituenean, behar baten ustezko asebetetzeak lausotu egiten du asebetetze-maila hori osotasunean bizitzeko aukera. Ingurunea prestatuta geratzen

da zentzurik gabeko produkzio-lasterketa batean sartzen den gizarte alienatua berresteko. Orduan, bizitza tresnen zerbitzura jartzen da, tresnak bizitzaren zerbitzura jarri ordez. Bizikalitatearen galdera estalita geratzen da baliabideen produktibitatea handitzeko obsesioarekin".

Publizitatea edo *Kontsumitu hil arte*

Ikerketa ugari egiaztatzen dute gure ohiturak eta munduari buruz dugun ikuspegia eratzten dituen informazioaren ehuneko handiena ez dugula eskolan edo etxean jasotzen, hedabideetan baizik. Eta arrakasta handiena duen maisua publikitatea da; batez ere, telebistaren bidez lortzen du arrakasta, arbel horretatik ikasten baitugu gehien.

Gero eta desorekatuago dago enpresek ekoizpenean eta publikitatean inbertitzen dutena; publikitatean bolumen handiagoa inbertitzen da. Deslokalizazioarekin eskulan merkea bilatzen da (hau da, soldata kaskarrak eta lan-baldintza bidegabeak), eta horrek aipatu fenomenoak errazten du. Adibide gisa, Nikek Indonesian izandako jardunbidea. Doson fabrikako 7.000 langileri kaleratzeagatiko kalte-ordaina ukatu zitzairen, Nikek eskaerak egiteari utzi ziolako fabrika itxi zenean, 2002ko irailean. Enpresak 11 urte zeramatzen Nikerentzat oinetakoak ekoizten, eta langileek uste dute Nikek eskaerak egiteari utzi ziola langileek, soldatak hobetzea eskatzeko, greba motz bat egin zutelako; egunean euro bat baino pixka bat gehiagoko soldata zuten.

Soldata horiek oso bestelakoak dira Tiger Woods golf-jokalariak sinatutako publikitate-kontratuko baldintzetatik. Tiger Woods-ek ehun mila dolarretik gora irabaziko ditu egun bakoitzeko.

www.consumehastamorir.com web gunean agerian jartzen da publikitate-mezuak zein heinetaraino diren zentzugabeak, nahiz eta paisaiaren (fisikoa eta burukoa) zati direnean normaltzat jotzen ditugun. Egileen hitzetan, "bizi garen kontsumo-gizarteari buruzko hausnarketa da, horretarako bertako tresnetako bat erabiltzen duena—hots, publikitatea—, erakusteko zein heinetaraino den posible kontsumitzen hiltzea".

Epe finkoko kontsumismoa

Sinestarazten digute, eta sinesten dugu, Gabonek oparia esan nahi dutela; opariak, aldi berean, kontsumoa esan nahi dute. Guztia hasi zen, agian, norbaitek objektu batekin sentimendu bat sinbolizatu nahi izan zuelako, harik eta sentimenduak objektuekin ordeztu diren arte. Kontsumoaren sustatzaileek oso ondo ikasia dute, eta definizioz doakoa den zerbait hartu-emanaren sisteman sartu da bete-betean.

Adibidez, opariak zergatik bihurtzen dira nabarmenkeriaz agertzeko eta jasotzen dituen zur eta lur uzteko aukera? Hainbatetan ez dago argi kontua besteari oparia egitea den edota txundituta uztea den gure erosteko ahalmenarekin. Ez dago argi objektuen bidez loturak ezartzen diren edo distantzia jartzen den, oparia zorrak ordaintzeko eta esker oneko sentimenduak aurrezteko erabiltzen baitugu: hau oparitzen dizut; ez dut zertan ezer eskertu orain. Machadok idatzi zuen "ergelak nahasten ditu balioa eta prezioak". Ez dezagun tontokeriarik egin opariekin. Prezioa saltzaileak jartzen du; balioa, estimatzen duenak.

Kontuz ibili behar da hirugarrenei minik eman gabe oparitzeko, hirugarrenak, pertsonak, animaliak edo gauzak izan. Askoz diru gutxiago duten pertsonak "merketzen" dituztelako dira merkeak opari batzuk. produktu horiek beste herrialde batzuetan egiten dira. Nazioez gairikoen enpresa handiak horietan instalatu dira, soldatetan eta lan/baldintzetan aurrezteko asmoz. Tragikoa ematen duen arren, guk aurreztearen prezioa dira langileen soldata penagarriak.

Opari onenak izan daitezke jasoko dituen pertsonarengan pentsatzen gure eskuekin egindakoak. Agian horiek dira opari izena merezi duten bakarrak.

Kontsumismoaren prezioa: sorgin-gurpila



Gizarte "garatuan" bizitzeak (albistegiak ikustea aski da izendapen horrek bizirik jarraitzen duela ikusteko), indarrean den zoriontasun-ereduaren arabera, norbera errealizatzeko eta zoriontsu izateko aukera gehiago eskaintzen ditu. Horrek, berriro ere, galdera batera garamatza: zer jotzen dugu garapentzat?

Oraindik zalantzan jarri ez dugun arren, gizartearen garapena kontsumo metakorraren arabera neurtzen da: gero eta kontsumo handiagoa, orduan eta hobeto. Ikusmolde horrek hiru oinarri ditu:

- Herrialde industrializatueta lortu duguna da.
- Herrialde guztiek lor dezaketen helburua da.
- Helburu hori lortzea denbora kontua baino ez da.

Han-hemenka sortzen dira eredu hori zalantzan jartzen duten iritziak, besteak beste, jadanik lepondoan senti dezakegulako klima-aldaketaren otsoaren hatsa. Nolanahi ere, politikek "erregimen zaharrea" inspiratuta egoten jarraitzen dute, mundu mailako buruzagiek eta horien bozeramaile arduratsuek eta hedabideek adierazten duten moduan, trenaren metafora erabiltzen jarraitzen dutenean: buruak gero eta gehiago aurrera egin, orduan eta gehiago aurrera egingo du azken bagoiak ere. Nolanahi ere, metafora espresiboak erabiltzekotan, tartarenak justifikatuagoa dirudi: gutxi batzuek gehiago jan ahala, beste batzuei gutxiago egokitzen zaie. Gero eta botere gehiago, orduan eta tarta-puska handiagoa. Edota tapakiaren irudia: hain eskasa toki batzuetan eta beste batzuk, berriz, goraino estalita gaude.

Metafora-aldaketa ez da magiaz gertatu. Errealitatea azkenean inposatu egiten da. 1970eko hamarkadaren hasieran, "hazkundearen mugak" antzematen hasi ziren —Meadowsek Erromako Kluberako egindako txostenaren izenburua erabiltzeagatik; hain zuzen, horrek eman zuen alarma gaiari buruz—. Datuek adierazten zuten —eta oraindik ere adierazten

dute— iparraldeko herrialdeek "garabidean diren" herrialdeetako egoerak ez duela bermatzen mugagabeko garapenaren tesia. Datuek egiaztatzen dute herrialde pobreek, aberastasunaren trenaren bidean aurrera egin ordez, xahuketa larritik ordaintzen dutela aberatsek baino lehenago, gehiago eta ondorio larriagoekin, erantzuteko gaitasun txikiagoa dutelako. Esate baterako, beroketa globalaren ondorioz itsasoaren maila igoko balitz, Herbeheretan, agian, dike handi bat eraikiko lukete; Bangladeshen, berriz, ez, eta mehatxatutako milaka pertsonak ihes egin beharko lukete, ala hil.

Garapen-mota horrek azkenean pobrezia sortzen duten kutsadura eta suntsidura ekartzen ditu. Eta pobrezia horrek, aldi berean, kutsatu eta suntsitu egiten du. Hori ingurumena hondatzeari dagokionez. Baina gauzek oso antzera funtzionatzen dute oinarritzko ondasunak eskuratzeko orduan (osasuna, hezkuntza, eta abar) eta eskubideez gozatzeko orduan, adibidez, lan-eskubideei dagokionez: merke erosten dugu beste pertsona batzuek esplotazioaren prezio altua ordaintzen dutelako.

Sorgin-gurpila da, beti agerikoak ez diren harremanen sare konplexua, non hainbat fenomeno kausa eta efektua diren aldi berean eta elementuak ezin diren isolatutzat jo. Sistema konplexu horretan, orotariko errealitateek esku hartzen dute, adibidez, giza askatasunak eta jatorri askotako botereek.

Urteetan funtzionatu zuen hiru axiomen adostasunaren aurka, gero eta zailagoa da ukatzea iparralde aberats eta industrializatuko garapen-ereduak hauek eskatzen dituela:

- Natura neurritz gandi esplotatzea.
- Iparraldeak hegoaldea esplotatzea merkataritza-trukeen sistema bidegabearen bitartez.
- Errenta iparraldeko herrialdeetan modu negatiboan banatzea.

Hazkundera txikitzea

Hazkundera txikitzeak zalantzan jartzen du garapenak hazkundera modu kuantitatiboan (BPG) ekartzen duenik, eta sistema sostengaezina dela ohartarazten du. Lurraren karga-gaitasuna mugatua da, baina ematen du gizakiok ez dakigula datu hori: biztanleriak gora egin du industria-iraultzaz eta kapitalismoaren ezarpenaz geroztik. 600 milioi pertsona egotetik, 6.000 milioi pertsonatik gora egotera pasatu da, eta gorakada horrek baliabide-erabilera eta hondakin ez-biodegradagarrien ekoizpenak ere gora egitea ekarri du. Mugimendu horren sustatzaileek argudiatzen dute ez dela kontzeptu bat, inplikazio teorikoak dituen slogan politiko bat baizik. Produktibismoaren mendekotasuna eten nahi dute, gutxi batzuen poltsikoa puztu baino ez duelako egiten beste askoren esplotazioari esker, eta, bien bitartean, giza zibilizazio duina egon ahal izan dadin planetaren etorkizuna xahutzen da.

Sustatzaile ezagunenetakoa batek, Serge Latouchek, absurdo horren adibidea jartzen du: "Urtean % 2 hazten jarraituz gero, 2050. urtean gizateriak Lurra bezalako 30 planeta beharko ditu hazkunde horri eusteko!".

www.decroissance.org/
www.decrecita.it/

Aseezinen gizartea

Aseezinen gizartea



Garapen-ereduei buruz ari garenean, ez gara ari teoriari buruz, herritar arrunten eguneroko bizitzatik urruntzen diren kontzeptu makroekonomikoei buruz. Gure eguneroko bizitzako garapen-eredua **kontsumo-gizartea** da, eta guztionak diren eta, ondorioz, alda ditzakegun jokabideek, ohiturek eta balioek, banakoen jokabideko eta antolamendu sozioekonomikoko ereduak, etikak eta estetikak osatzen dute.

Hazkundera oinarri hartuta (batez ere, barne-produktu gordina) neurtzen diren garapen-politikak sustatzen mende-erditik gora pasa eta gero, orain sortu dugun munduan 5 pertsonatik bakarra jotzen da garatutzat, mendebaldeko adierazleen arabera. Biztanleriaren bosten hori da gehien kontsumitzen eta kutsatzen duena. Gizakien % 20k Lurreko baliabideen % 86 kontsumitzen dugu. Piramidearen alde altuenean gaude *munduko klase kontsumitzailea* izenekoak: 600 milioi pertsona (Lurrean dauden autoen kopurua ere bada), honela banatuta: 300 milioi Europan; 200 milioi AEBn; eta 100 milioi Japonia eta Txinan. Kontsumoko ohitura (eta bizimodu) horien suntsitze-gaitasuna oso handia da. Serge Latouchen hitzetan, "Munduko biztanle guztiek espainiarren moduan bizi nahiko balute... bi planeta eta erdi beharko lirateke!".

Herialde aberatsak errealitate horri bizkarra emanda bizi gara; uste dugu pobrezia pobreen arazoa dela eta, asko jota ere, elkartasuna adierazten dugu. Eta ez da hori. Gure arazoa da (hein handi batean!), ez soilik kausarekin zerikusi handia dugulako, baita pobrezia, urrun egonik ere, arriskuan jartzen duelako bizirautea ere: aberatsena aberats gisa eta, jakina, gizaki gisa. Gainera, iparraldeko bizimoduak, hegoaldera pobrezia ekartzen duenak, joan-etorria egiten du, Susan Georgek *El bumerang de la deuda* (Zorraren bumerana) liburuan egoki jasotzen duen moduan.

Nazio Batuen Garapenerako Programaren 1992ko txostenean, arreta ingurumen-arazoetan jartzen zen. Txosten horrek ohartarazten zuen "nazioarteko pobrezia mehatxu handienetakoa zela ingurune fisikoak eta giza bizitzak iraun zezaten". Indira Gandhik salatu zuenean "hondamen ekologiko handiena pobrezia" dela, ez zuen esan urritasunek ingurune fisikoak suntsitzen zituztela soilik, baita gizateriaren zati handiena pobretzean funtsezko oreka hausten zela ere: hots, gizakien arteko justiziaren oreka ere hausten zela.

Protozoo menderakaitzak

Protozoo menderakaitzak



Kontsumo-gizartea sistema konplexua da, eta ez soilik merkataritzari dagokionez, bai eta ekonomiari, ideologiei, kulturari, eta abarri dagokionez ere, eta zati bat aldatzeak osoari eragiten dio. Kontsumismoa ez da erosteko modu bat, gauzeekin eta pertsonekin erlazionatzeko modua baizik eta, hortaz, gure pentsamenduak, nahiak eta lanak, pertzepzioak eta gauzak izendatzeko modua zuzentzen dituen etika eta estetika da, eta honela laburbil daiteke: "Kontsumitzen dut, gero banaiz". Descartesek barkatuko al digu. Hain zuzen, esaldi hori azaltzen zen duela urte batzuk denda garesti bateko poltsan.

Horrek guztiak inplikazio garrantzitsua du gizalegearen eta politikaren aldetik: jadanik ez gara herritarrak, kontsumitzaileak baizik; giza itxurako protozooen espezie berria, bizitzan irenstea (hainbat zentzutan) helburutzat duena.

"Kontsumo-gizartea" deituriko gizartean, kontsumitzea (edo ez

kontsumitzea, edo jakineko moduan kontsumitzea) parte hartzeko modu bat da. Zentzu batean baino gehiagotan, esan daiteke gure kontsumitzeko gaitasunak egiten gaituela subjektu politiko, eta balio duen ahalmen bakararra erosteko ahalmena dela; formalitate administratiboetatik haratago. Ez da kontsumitzeko gaitasuna bazterkeriaren egiazko froga-harria?

Baina eman diezaiozun buelta: esandako guztiak, azken batean, esan nahi du botere bat dagoela ezkutatuta gure diru-zorroetan, erosteko eta ondasunak kontsumitzeko erabakietan, erabiltzeko erabakia noiz hartuko dugun zain.

1995ean, *Wall Street Journal*ek soiltasuna "subertsibotzat" jo zuen, kontsumoa jaitsaraz zezakeelako. Hain justu, garai hartan hainbat gizarte-taldek beren bizitza profesionalean denbora gutxiago inbertitzea (eta diru gutxiago irabaztea) errentagarriagoa zela pentsatu zuten, eta trukean denbora gehiago izatea familiarekin egoteko, proiektu pertsonalei ekiteko, besteekin

egoteko eta emaitzek axola ez duten nahiz burtsan kotizatzen ez duten antzeko luxuetarako, hots, espekulazio-ekonomiatik heldu ezin zaien luxuetarako.

Hori da beren herritar-izaeraz gozatu nahi duten **protozooen iraultza**. Soiltasunak izen txarra du gaur egun, baina ez ote da

izango sistemarentzako ez delako funtzionala? Azken batean, dagoenaren arabera jokatzeko da eta, kontuan hartzen badugu zer dagoen eta zenbat garen, gutxi batzuk bereganatu edo suntsituko ez dituen bidezko banaketa egitea da kontua. Gandhiren hitzetan, "soiltasunez bizi, beste batzuk bizi ahal izan daitezen soilik".

Kontsumo arduratsua

Kontsumo arduratsua



Kontsumoaren eta bizi-kalitatearen arteko lotura ez da gure gizarte kontsumistaren irudipena. Ukaezina da kontsumoko hainbat gehikuntzak pertsonen bizi kalitatea hobetzen dutela. Gai horri buruzko 1998ko txosten batean, Nazio Batuen Garapenerako Programak adierazi zuen lotura horrek funtzionatzen duela "jendearen ahalmena handitzen eta bizitza aberasten denean, besteen ongizatean eragin negatiboa izan gabe". Bestalde, harreman positiboa suntsitu egiten da "kontsumoko irizpide eta joerak giza garapenaren aurkakoak direnean".

Giltzarria "irizpideak eta joerak" dira; izan ere, orain doazen bidetik jarraituz gero, "egungo arazoak larritu egingo dira", aipatu erakundearen hitzetan. Eta horrek zuzenean garamatza galdera honetara: kontsumoak nolakoa izan behar du? Nazio Batuen Garapenerako Programak ezinbesteko lau ezaugarri esleitzen dizkio: **partekatua** (guztion oinarrizko beharrak asetzea bermatu behar du); **sendotzailea** (giza gaitasuna handitu behar du); **gizartearen aldetik arduratsua** (batzuen kontsumoak ez du beste batzuen ongizatea mehatxatu behar); eta **iraunkorra** (ez ditu arriskuan jarri behar etorkizuneko belaunaldien bizi-baldintzak).

Baldintza errealez arduratzen den kontsumo horrek arduratsu adjektiboa merezi du. Eta hori da, hain zuzen ere, taxututako erantzuna. Kontsumo arduratsua egiteko, jakin behar da gure ohitura eta erabakiek zer ondorio duten ongizate orokorrean eta aukeraketa egiteko kontuan hartu behar dira ekoizpenak eragindako giza eta ingurumen-kostua eta suntsitzean izango

duen inpaktua. Horretarako, hausnarketa kritikoa egin behar da gure kontsumoaren eta horren ondorioaren behar errealei buruz, erosteari buruzko erabaki etikoak hartzen laguntzeko eta, banaka nahiz taldean, gizarte-justizia handiagoranzko aldaketa egin dadin lan egiteko.

Kontsumo arduratsua kalitate/prezio harreman orekatuarekin identifikatzen da maiz. Eta hala da, kalitatearen kontzeptua zabaldu eta giza bizitzaren kalitatearen esparruan sartzen dugunean, eta kontuan hartzen dugunean guztiok —Lurreko beste toki batzuetako eta etorkizuneko pertsonak barne hartuta— ordaintzen dugun prezioa (ez dirutan soilik). Kostu horiek **esternalitateak** dira. Termino ekonomiko horrek saltzaile eta erosleek kontuan hartzen ez dituzten albo-ondorioak izendatzen ditu. Esternalitateak positiboak izan daitezke (beste pertsona batzuegan onura eragin) edo negatiboak (kalteak eragin). Adibidez, gai jakin bat produzitzean funts publikoekin garbitzen den ibai bat kutsatzen bada, eta produktu hori ekoizten duten pertsonak dagokiena baino soldata baxuagoa jasotzen badute edo ez badute gizarte-segurantzarik, esan daiteke esternalitate negatiboak direla. Edota, bestela esanda, herritarrek beren zergekin eta langileek, sufritzen duten esplotazioarekin, objektua finantzatzen badute fabrikatzailearen (objektua ekoizteak balio duena baino gehiago irabazten du) eta eroslearen (gutxiago ordaintzen du) onurarako. Kontsumo arduratsuan ez dira esternalitate horiek ahaztu behar, eta horien arabera jokatu behar da.

Bizi ona izateko aukerak

Bizi ona izateko aukerak



Gure jokabideek ingurumenean eta gizartearen dituzten ondorioak bide beretik joaten dira. Izan ere, Rafael Díaz Salazarrek adierazten duen moduan, "nazioarteko elkartzunak zerikusi handia du ekologismoa zuzentzen duten irizpideen arabera bizi-estiloa izatearekin". Kontsumismoa gehiegizko kontsumoa

baino, kontsumoa ardatz duen sistema denez (ideologikoa, kulturala, soziala, ekonomikoa, politikoa, eta abar), aukerak plano guztietakoak izan behar dute. Eguneroko jokabideak aldatzea da kontua, jakina, baina ez mirarien errezeta-liburu baten modura. Ikuspegia (begiratzeko tokia eta modua) eta

errealitatearen analisia aldatzen diren heinean, eguneroko bizitzako jokabideak berez aldatzen dira, eta ez sakrifizioz, ikuspegi berriekin aurkitutakoaren ondorio gisa baizik. Horregatik, kontsumo arduratsua azaltzeko lehen aditza *jakin* da. Aristotelesek adierazi zuen moduan, etika (jokabidea) ezagutzen jaiotzen da.

Hortaz, lehen pausoa **informatzea** da. Horretarako, iturriak aukeratu behar dira, eta ahots nagusien ikuspegi osagarriak bilatu: mundua ez da sinestarazi nahi diguten bezain adiera bakarrekoa. Horrek arazoaren araberako planteamendua egiten laguntzen du eta, jakina, planteamendu egokiak hein handi batean konponbidea ekartzen du. Adibidez, arazoa bada *hotza egiten duela*, konponbidea etxe guztian udako tenperatura jartzea da, nahiz eta urtarrila izan. Arazoa bada, *hotza dudala*, arazoa ez da tenperatura, nire hotz-sentsazioa baizik; hortaz, konponbidea jertse bero bat jartzea da.

Erabaki zehatzei dagokienez, beharrei buruzko galdera batekin itzultzea komeni da: zukugailu elektrikoa behar dugu, edo laranja-zukua? Kilowattak edo argia? Berogailua edo beroa? Hortaz, behar errealei al bait gastu energetiko eta inpaktu txikienarekin aurre egitea da kontua. Horrek axioma ezagun batera garamatza: **murriztu, berrerabili, birziklatu**, ondoz ondoko urrats gisa erabilita: kontsumoa (objektu, energia eta zerbitzuena) eta horien inpaktu negatiboa murriztu; objektuen bizitza amaitutzat ez eman behar baino lehenago; eta, behin horien bizitza amaitutakoan, beste erabileraren batera bideratu.

Ondasunak eskuratzeko modua ere garrantzitsua da. Erosi aditaz gain, badira beste batzuk, hala nola *trukatu, mailegatu, banatu* —objektuak, ezagutzak, denbora—. Horiek erabiltzeak probetxu eta gozamen pertsonal nahiz kolektibo handia ekartzen du. Erostean ere, jarduteko hainbat aukera dago: objektuak non erosten ditugun da ahaztu behar ez den bideko azken urratsa, alegia, bidea fabrikazioan hasten da (zer lehengai erabiltzen diren, zer kondiziotan eta non produzitzen den, nork eta nola egiten duen) eta banaketan jarraitzen du. Ez da erraza informazio hori eskuratzeko, baina eskatzeko eskubidea dugu.

Bidezko merkataritzako sareek informazio hori eskaintzen dute. Inor esplotatu gabe ekoiztutako eta bidezko soldatak jaso dituzten pertsonak egindako produktuak eskaintzen dituzte, bitartekaririk gabeak. Gainera, irabazien zati bat kooperatibei eta ekoizle-taldeei laguntzera bideratzen da. Duela 30 urtetik baino gehiagotik lan egiten dute mundu mailako merkataritzak berdintasun handiagoz funtziona dezan, merkataritzako trukeak arautzen dituzten arau bidegabeak salatuz eta herritar arruntei dagokigun rola nabarmenduz. Horrekin guztiarekin bat, ikusten ez den aberastasuna ekartzen dute: hegoaldeko ekoizleen eta iparraldeko kontsumitzaileen artean zubiak eraikitzen dituzte. Denda horietan erostea ondo dago, baina gehiago egin daiteke. Ekimen horiek sustatzen dituztenen helburua ez da bidezko merkataritzako uharteak sortzea, merkataritzako trukeak bidezko baldintzetan gara daitezen laguntzea baizik. Bidezko merkataritzako kanpainak bultzatzeak lagundu egiten du espazio publikoan orokorrean isilarazten diren ahotsak eta planteamenduak entzun daitezen.

Burua, eskuak, hankak eta bihotza, eta jokabide publikoetako jarrera pribatuak bereiztea ez dagokio kontsumo arduratsuari. Internetek munduko bazter guztietako aukerak eta ezagutzak eskaintzen ditu, eta ingurunera gertu behatuta, aukera eskaintzen du, duela askotik eta gero eta gehiago, zentzuz eta aukeraz jositako ekimenak abian jartzen dituzten taldeekin harremanetan jartzeko, esaterako, kontsumo-kooperatibekin harremanetan jartzeko. Horiek beste modu batean kontsumitzeko aukera eskaintzeaz gain, praktikan jartzen dute bestelako mundu bat posible den ustea (hobea, bidezkoagoa, atsegina eta liluragarriagoa).

Aurreko guztia kontsumo arduratsuen zirriborroa baino ez da, lehenik eta behin, Adela Cortinak dioen moduan, "herritarrak herritar direlako bai politikoki eta bai ekonomikoki, eta horrek esan nahi duelako modu aktiboan parte hartu behar dutela kontsumoa orientatzeko orduan". Horrek, hain justu, "herritarren ardura" ekartzen du. Gainera, eta gaian sakonduz, sistemaren giltzarriari dagokionez, gizartea, herritarren subiranotasuna eta demokrazia, terminoaren zentzu etimologikoan, eraikitzen parte hartzen da.

Europar azken 200 urteetan barne-produktu gordina hogeita hamar aldiz biderkatu da. Nire galdera da: gaur egun hogeita hamar aldiz zoriontsuago gara? Gaur egun dugun erronkarik handiena aberastasunaren ideia berriro definitzea da: asebetetze moral, intelektual eta estetiko gisa ulertzea, aisia modu sortzailean erabiltzea. Lortuko genuke, guztiok pentsatuko bagenu nire lagun Castoriadis poetak bezala. Hark beti esaten du: "Nahiago dut lagun berri bat izan auto berri bat baino".

Serge LATOUCHE. *La Vanguardia*, 2007ko martxoaren 9a.

Gehiago jakiteko...

Gehiago jakiteko...

Liburuak

Guía para un consumo responsable

Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa eta HISPACOOOP. Madril, 2006

Carta a un consumidor del Norte

Centro Nuevo Modelo de Desarrollo
Acción Cultural Cristiana. Madril, 1995

Rebelión en la tienda

Centro Nuevo Modelo de Desarrollo
Icaria-Milenrama. Bartzelona, 1997

Consumo sostenible

Pilar Comín eta Elisabet Font
Icaria-Milenrama. Bartzelona, 1999

Por una ética del consumo

Adela Cortina
Taurus. Madril, 2002

Desarrollo a escala humana

Manfred Max-Neef
Icaria. Bartzelona, 1998

Txostenak

Nazio Batuen Garapenerako Programaren urteko txostenak

(PNUD)

Liburuxkak

¿No hay nada que hacer?

Hainbat egile
Cuadernos Cristianisme i Justicia, 69. zenbakia

Cómo vivir sin comerse el mundo

Araceli Caballero
Alandar, 13. zenbakia

Manual de buenas maneras para comensales respetuosos

Araceli Caballero
Alandar, 22. zenbakia

Nuevas militancias para tiempos nuevos

Lourdes Zambrana
Cuadernos Cristianisme i Justicia, 110. zenbakia

Consumo... Luego existo

Ignasi Carreras eta Adela Cortina
Cuadernos Cristianisme i Justicia, 123. zenbakia

**Cristianisme i Justicia* koadernoak
www.fespinal.com/html/cast/cijlliscast.php web gunean
ikus daitezke.

Web guneak:

Web guneak:

www.consumaresponsabilidad.com/

www.consumehastamorrir.org/

www.youtube.com/user/consumehastamorrir

www.ecologistasenaccion.org/spip.php?rubrique202

www.greenpeace.org/espana_es

www.intermonoxfam.org

www.reasnet.com

www.undp.org/spanish

www.pnuma.org

Gehiago jakiteko...

Gehiago jakiteko...

Aldizkariak

Opcions

Centre de Recerca i Informació en Consum (CRIC)
<http://cric.pangea.org>

Filmak

Los espigadores y las espigadoras

Agnès Varda
Frantzia, 2000

Un lugar en el mundo

Adolfo Aristarain
Argentina, 1991

Criaturas feroces

Fred Schepisi eta Robert Young
Erresuma Batua, 1997

Powaqatsi (vida en constante cambio)

Godfrey Regio
AEB, 1988

Hezkuntza-proposamenak

Comercio con Justicia

Lehen eta bigarren hezkuntzarako karpeta pedagogikoa
Intermón Oxfam
www.IntermonOxfam.org/educar

¡Viaje con nosotros... si quiere gozar!

Global express, 13. zenbakia
Intermón Oxfam
www.IntermonOxfam.org/educar

El cederrón didáctico

Ekologistak martxan
www.cederron.org



Bisitatu gure web
gunea eta jaitsi
Global express!

www.IntermonOxfam.org/educar/global

Ikasleen artean komunikabideek kontaktzen dutenari buruzko galderak sor daitezzen nahi du Global expressek. Errealitatearen ikuspegi kritikoa sustatzea da helburua, munduaren egoera eta, bereziki, garatze-bidean dagoen munduarena, ulertu ahal izateko.

Hauen ekimena da *Global express*: Centrum voor Mondiaal Onderwijs (Herbehereak), Curriculum Development Unit (Irlanda), Centro Educazione Mondialità (Italia) e Intermón Oxfam (Espainia).

Hauak finantzatzen dute *Global express*:



Gida didaktikoa

Gida didaktikoa

Proposamen didaktiko hau bigarren hezkuntzako ikasleentzat da. Jarduerak erabilgarriak izan daitezke herritartasunari, giza eta gizarte-eskubideei, etikari, tutoretzari eta abarri buruz jardutean, edota gaien interesa duen edozein irakaslerentzat. Proposamen honen asmoa gure gizarteko kontsumo-ereduei buruz hausnartzea da, eta gure kontsumoak ingurumenean eta gizartea dituen ondorioak aztertzea.

EGILEAK: GEMMA BELLO, MIREIA CLAVEROL, MARGA FLORENSA, LAURA MARTÍ, CARMÉ PI, FERRAN POLO ETA MARÍA RICO.

1. jarduera: Irudiak irakurtzea

Helburuak: gure kontsumoari buruzko eztabaida sortzea, eta gure kontsumo-ereduei buruz hausnartzea.

Orientazioak: hiru argazkien azterketarekin hausnarketa hasi nahi dugu gure gizartean nagusi diren kontsumo-ereduen gainean. Hiru irudiak gure inguruneke gehiegizko kontsumoaren adibideak adierazten laguntzen dute: Gabonak eta energia-gastua; elikagaien, oparien, eta abarren gehiegizko kontsumoa; gailu elektronikoen kontsumoa (hala nola mugikorrak, denbora-tarte laburrean zaharkituta geratzen direnak, nahiz eta funtzionalitate gehienak ez ditugun erabiltzen); eta beharrezkoak diren objektuak kontsumo-produktu bat gehiago bihurtzea (adibidez, betaurrekoak). Galdera ireki horiekin kontsumismoaren gaia aurkeztu nahi dugu. Telefono mugikorrek, nahiz bestelako tresna teknologikoez, oso ondo adierazten dute behar ez den kontsumoa eta kontsumo ez-arduratsua, batez ere adin-tarte horretan. Ideia da, taldearen erantzunak oinarri hartuta, interesa gure kontsumitze-moduetara eramatea. Gure arabera izango da galdera berriak egitea zehaztasun handiagoa lortzeko, aurretik dituzten ideiak azalartzea eta berriro eraiki behar diren kontzeptu eta estereotipoak identifikatzea.

2. jarduera: Gabonak badatoz...

Helburuak: gure inguruneak kontsumoan duen eragina erakustea. Familia-kontsumoaren gainean dugun eraginari buruz hausnartzea.

Orientazioak: gure ikasleak kontsumitzaile zuzenak ez izan arren (edo kontsumitzaile txikiagoak izan arren), eragin handiko faktoreak dira familiaren kontsumoan. Beharrak eta nahiak fabrikatzaileek sortzen dituzten arren (produktuen aurrekontuen zati handi bat jasotzen duen publizitatea oinarri), guztiok horren bozeramaile gisa funtzionatzen dugu, eta hainbat produktu berariaz "gomendatzen" ditugu, edota kontsumoan oinarritutako bizi-estiloa indartzen dugu. Jarduera hori oinarri hartuta, modu kritikoan azter dezakegu kontsumitzaile zuzen edo zeharkako kontsumitzaile gisa dugun esperientzia.

3. jarduera: Eduki edo ez eduki

Helburuak: ditugun eta erabiltzen ez ditugun (edota behar baino askoz gutxiago erabiltzen ditugun) gauzen kantitatea erakustea. Ahalegin kolektiboa egitea beharrezko gauzak lehenesteko eta bereizteko, halakoak ez diren etatik.

Orientazioak: lehenik eta behin, nabarmendu behar da pilatzen ditugun gauzen kantitate izugarria, eta zeinen gutxi erabiltzen ditugun

horietako asko. Halaber, aztertu behar dugu zer gauza lehenetsi diren eta zer gauzek duten interes gutxiago. Zer irizpide erabili dira gordetzen eta alde batera uzten diren objektuak aukeratzeko orduan? Zerrenda komuneko gauza guztiak ezin ditugunez aztertu, interesgarria da hainbat objektutan arreta jartzea eta galdetzea zergatik bota ditugun. Halaber, taldean erabaki daitezke zer egin gordetzen ez ditugun gauzeekin..

4. jarduera: Gabon zorionekoak

Helburuak: gure kontsumoak ingurumenean duen eraginari buruz hausnartzea, Gabonak adibidetzat hartuta.

Orientazioak: Gabonak gehien kontsumitzen den urteko aldia dira. Gaur egun Gabonak ospatzen diren modua dela medio, opariak emateak eta jasotzeak, biltzeak, eta abarrek lehen zuen zentzu pixka bat galdu du. Ados gaude opariak fantasia direla, opariak irekitzearen ilusioa eta misterioa funtsezkoak direla opariak jasotzeak eragiten digun emozioan. Ados gaude besterik gabe emandako opariek ez dutela betetzen Gabonetako magia. Baina, pentsatu duzue zein den tradizio horri eustearen kostua ingurumenaren, ekonomiaren eta gizartearen aldetik? Noiz arte jasango dugu urtez urte ikusten dugun egoera hori? Jarduera honekin Gabonetako gehiegizko kontsumoak ingurumenean duen eragina nabarmendu nahi dugu. Horretarako, hiru jarduera proposatu ditugu: sarrera, aldi horretan pizten diren kontsumo-motak aztertzeko; bilgarrietan egindako gastua aztertzea; eta ildo bereko irudiak irakurtzea.

5. jarduera: Elektronika berdea

Helburuak: telefono mugikorren eta elektronikako marka ezagunenetako batzuek ingurumenarekiko nola jokatzten duten aztertzea.

Orientazioak: jarduera honekin gure kontsumoaren ingurumen- inpaktuaren gainean lan egiten jarraituko dugu. Mugikorrak eta aisiarako elektronika bigarren hezkuntzako ikasleen kontsumoko produktu gogokoenetakoak dira. Horregatik, jarduera hau erabilgarria izan daitezke kontsumo arduratsuko ingurumen-irizpideak sartzeko eztabaidan. Jarduerak taldean lantzea proposatzen du Greenpeaceen Elektronikoen ranking berdea izeneko txosteneko informazioa laburbiltzen duen taula. Taula 2007ko martxoko txosteneko informazioari dagokio, baina eguneratze berriak kontsulta daitezke www.greenpeace.org/espana/campaigns/t-xicos/electr-nicos-alta-tecnolog-a/ranking-verde-de-electr-nicos web gunean. Kimikaren edo Natura-zientzien arloekin lantzea proposatzen da PVC, BRF (sugar-atzeratzaile bromatuak) eta antzeko materialei dagokien edukia, eta horiek pertsonen osasunean dituzten ondorioak.

6. jarduera: Mugikorren aurpegi ezkutua

Helburuak: gure kontsumoak beste herrialde batzuetan eragiten dituen ondorioak erakustea. Herrialde horietan bizi duten egoera zein den eta dirua zertan inbertitzen den azaltzea. Mugikorrek fabrikatzen dituzten enpresen rola erakustea.

Orientazioak: lehengaiak erauzteak ondorio negatiboak ditu biztanleriarentzako, eta erakutsi behar da gobernuek nola inbertitzen dituzten irabazi horiek. Halaber, nabarmendu behar da telefono horiek fabrikatzen dituzten enpresek zer rol duten. Gai hori oinarritzat hartuta, nazioarteko merkataritza aipa daiteke: nola ezartzen dira prezioak, kontrabandoa, eta abar. Kontsumitzaile gisa dugun rolak ere garrantzi handia izan behar du jardueraren baitan eta, ondorioz, egiten dugun mugikor-kontsumoari buruzko hausnarketa sustatzea proposatzen dugu. Zenbat denboratik behin aldatzen ditugu mugikorrak? Bat baino gehiago dugu? Zer egin dezakegu hain sarri ez aldatzeko? Jarduera amaitzeko, informazio-dossierreko Mugikor baten prezioa taula irakurtzea proposatzen da.

7. jarduera: Jostailu garestiak... oso garestiak

Helburuak: gure kontsumoak beste herrialde batzuetan eragiten dituen ondorioak erakustea. Gure kontsumo-produktuak ekoizten dituzten langileen lan-baldintzak agerian uztea, batez ere emakumei dagokienez.

Orientazioak: jarduera honekin gure kontsumoaren gizarte-ondorioak lantzen jarraitzen dugu. Adibidetzat, Gabonetako produktu nagusitzat

jo daitezkeen jostailuak ekoizten dituzten emakume txinatarretako batzuen lan-baldintzak aipatzen dira. Bukaeran ageri diren ulermeneko galderen asmoa hau da: lehenik eta behin, baldintza horietan lan egiten duten pertsonen egoerari buruz hausnartzea; ondoren, baldintza horiek sortzen dituzten kausak aztertzea. Azken kasu horretan nabarmendu behar da gobernuek eta legeek duten rola (aipatu kasuak gertatzea ahalbidetzen dute, eta ez dute laneko legeak bete daitezen behartzen), bai eta enpresen rola eta gure gehiegizko kontsumoaren presioa ere. Bidezko merkataritzako irizpideak irakurtzeak lagundu egin behar du erosketari arduratsurako irizpideak eztabaidan sar daitezen.

8. jarduera: Eta guk zer egin dezakegu?

Helburuak: kontsumoak ingurumenean eta gizartean duen eragina egiazki murrizteko orduan ikasleek eragiteko zer gaitasun duten jakitea, ekimen pertsonal eta kolektiboen bidez. Erraz ebaluatzeko moduko emaitza duen ekintza kolektiboa antolatzea.

Orientazioak: proposatutako jardueren helburua da ikasleen kontzientzia piztea, beti eragin dezakegula gure ingurunean. "Nik ezin dut ezer egin" etsipenezko jarreraren aurka egitea da, eguneroko errealitateetik esku hartzeko bideak eskainiz. Proposamenak zabalak direnez eta proposamen ugari dagoenez, gure taldearen profilerak hobekien egokitzen dena aukeratu behar da. Ikasgelan proposamenak eztabaidatzea gomendatzen da, ezagut ditzaten eta banako gisa, familian eta abar aplikatu ditzaten. Dena den, komeni da egiten den jarduera engaiamendu kolektiboko jarduera izatea eta ondoko edo gertuko ingurunean eragin ikusgarria izatea.

Global express

Gaur egungo egoera ikasgelan

Kontsumista ni?

1.



1. Zer iradokitzen dizute irudi hauek?
2. Zerk lotzen ditu hirurak? Proposatu izenburu bat hirurentzat.

2. Gabonak badatoz...



Irakurri testua eta erantzun ondorengo galderei:



Gabonak badatoz. Ane, Joan eta beren seme-alaba Itsaso eta Paulok lagun batzuen gonbita jaso dute urtero egiten duten moduan institutuko ikaskide izandakoekin elkartzeko. Bazkaria egingo dute hiriko jatetxe batean. Aparkalekura iritsitakoan, Ane eta Joan Luisekin eta haren bikotekidearekin elkartu dira; Karlos ere ikusi dute, 8 urteko seme bikiak ondoan dituela.

Agurtu ondoren, Karlosek Luisen autoari bota dio begia: XR450 injekzioko azken modeloa da. Egunkariko gehigarrian argazkia ikusi zuenetik kalean ikusi duen lehena da: azkarra eta zabala da, hain zuzen berak beharko lukeena, haurrekin asteburuak igarotzera joateko eta koinatua zein gimnasioko lagunak txunditzeko, hain zuzen oraintxe, Gabonak datozenean.

Jatetxean sartzen azkenak izan dira. Han daude Emilia eta Xabi, eta Enrike eta Paula 14 urteko alaba Nuriarekin.

Emilia eta Ane elkarrekin eseri dira. Aspaldian ez dute elkar ikusi. Emilia bakarrik bizi da, asko bidaiatzen du, eta zaila da berarekin elkartzea. Bazkaldu bitartean, azken oporrak igaro dituen tokia zein ederra den azaldu dio Aneri. Horixe beharko luke Anek atseden hartzeko. Gainera, oporretatik itzultzen diren guztietan, lagun guztiek euren bidaiez hitz egiten dute, argazkiak erakusten dituzte, eta berak herrira beste inora ez dira joaten oporretan...

Helduak kafea hartzen ari diren bitartean, Itsaso eta Nuria lorategira irten dira. Ez dute berriro gurasoen kontu zaharrak entzuteko gogorik. Gainera, Itsasok bere MP4 berria ekarri du musika entzuteko. Nuriak ikusia zien jada institutuko ikaskide askori: txikia da, kolore askoren artean aukera dezakezu, eta duela hiru hilabete bere urtebetetzean gurasoek oparitu zioten MP3ak baino askoz gaitasun handiagoa du.

Bitartean, Paulo bikiekin jolasean dabil: futboleko azken jokoa duten kotsolak ekarri dituzte. Daniren etxean jolastu zen jolas horretan eskolako lagunekin, baina azkena geratu zen.

3. Istorio horretako protagonistek zer jasaten dute?

4. Zer iruditzen zaizu, neurriz gaineko irudia dela edo eguneroko bizitzari dagokiola?
Zuri ere gertatzen zaizu? Nork edo zerk eragiten du zuregan erosketak egiten dituzunean?

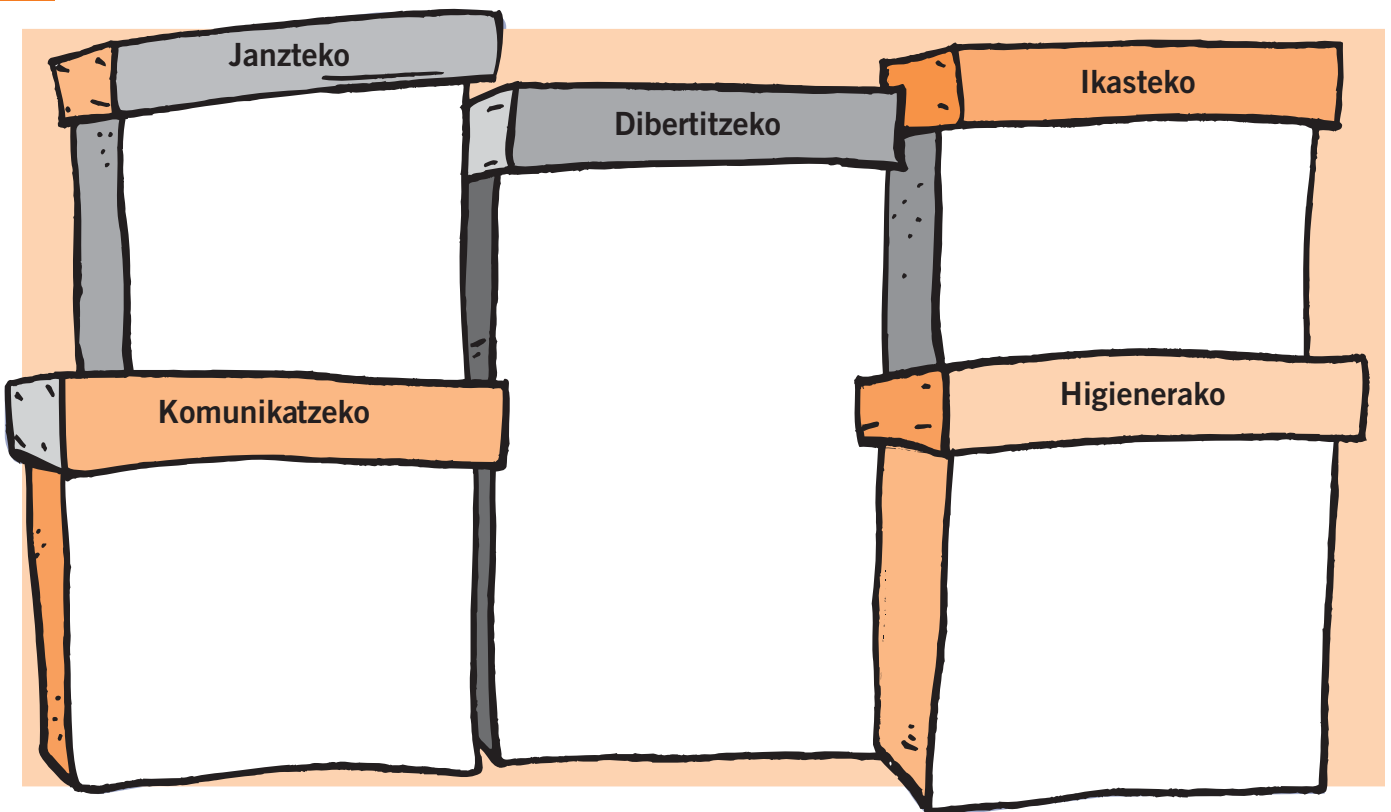
3. Eduki edo ez eduki



Imajina ezazu amak lan egiten duen enpresa beste hiri batera daramatela. Lekualdatzea aukera ona da zure amarentzat, eta guztiak oso pozik zaudete aldaketarekin.

Etxe-aldaketa egiteko garaia da, eta guztia kaxetan sartu behar duzue. Etxe berria txikiagoa denez eta guztia sartzen ez denez, denen artean erabaki duzue gauzen laurden bat bazter utzi beharko duzuela. Egin ezazu dituzun gauza guztien inbentarioa.

5. Egin ezazu gelan duzun guztiaren inbentarioa (altzariak alde batera utzita, horiez etxe-aldaketarako enpresa arduratuko baita), eta bana ezazu kaxatan.



6. Orain, zer botako dugun erabaki behar dugu. Gogoan izan zure gauzen % 25 bazter utzi behar duzula. Zer utziko zenuke? Egin ezazue utziko zenuketen guztiaren zerrenda.
7. Utzi zenitzakeen gauzen zerrenda aztertuta, zein ondorio atera dezakezue?
8. Zein eratako gauzak baztertu dituzue?
9. Zer egingo zenukete sobera dauden gauzekin?

4. Gabon zorionekoak

2006an, Madrilgo Udalak 3,5 milioi euro xahutu zituen (aurreko urtean baino milioi bat euro gehiago “besterik ez”) atmosferara gas kutsatzaileak (3.000 tona CO2 inguru) igorri zituen argiterian. Igorpenak murrizteko Kyotoko protokoloa ez betetzen dagoeneko liderra den herrialdearen beste luxu bat.

■ www.ecologistasenaccion.org

Abenduaren 15etik urtarrilaren 15era urteko paper eta kartoi bolumenaren % 30 baino gehiago sortzen dugu (kaxak, poltsak, opariak biltzeko papera eta abar).

Urte guztian pertsona bakoitzak kilo eta erdi zabor sortzen du egunean (duela 30 urte kilo erdira ez zen iristen), baina Gabonetan bi kilo sortzen ditu. Erdia, jakina, bilgarriak eta paketeak dira.

■ *El País*, 2006ko urtarrilaren 6a

Sasoi honetan ekoiztutako elikagaien % 40 botatzen da, dela merkatuak eskatutako estetika mailara iristen ez direlako, dela hain bolumen handiak banatzean izandako akatsengatik eta antzeko arrazoiengatik.

■ www.ecologistasenaccion.org

10. Gabonak inguruan ditugunean, gure kontsumoak izugarri egiten du gora. Zabor gehiago sortzen dugu, energia gehiago erabiltzen dugu... Bururatzen zaizue berri hauetan aipatutakoez gain bestelako gehiegikeriarik? Iker ezazue zuen herri edo hirian Gabonetan egiten den kontsumo estra zenbatekoa den.

Goi-kosmetikako lurrin bat erosten duzunean, 25 ml *eau de parfum* besterik ez duzu erosten. Likido hori esku-ahurrean eraman ahalko genuke, baina hamar aldiz pisu gehiago duen fantasiatzko flasko batean egoten da. Botila bezain handia den plastikozko tapa du, eta uhin-kartoi babestuta eta kartoi lodizko kaxatxo batean sartuta dago. Kaxa plastikozko film batek estaltzen du, eta estaldura hori paper itsasgarri batez itxita egoten da. Beraz, ontziratze-material desberdinen sei geruza ditu.

Erosten duenak, ordaindu aurretik, opari-paperean biltzeko eskatzen du. Orduan, zentzugabekeriak maila gorena jotzen du: segur aski, zelofan-geruza bat erantsiko diote lehenik, zinta itsasgarriaren zati batzuk gero, begizta bat eta Jai zorionsuak edo gustatuko zaizulakoan dioen itsasgarri bat, ezinbestean. Azkenik, hamar aldiz bolumen handiagoa eramateko edukiera duen Gabonetako poltsa batean sartuko digute, eta goialdean beste itsasgarri bat erantsiko diote lurrin-dendaren markarekin.

José Luís GALLEGO. “La orgía de los envoltorios” (Bilgarrien orgia). *El País*, 2006ko urtarrilaren 6a.

11. Egin ezazue antzeko deskribapena beste opari batzuekin.

12. Bihurtu testua komiki, eta erakutsi gelakideei.

13. Jarri izenburua irudi horiei. Ondoren, hitz egin gelakideen artean horiei



www.wikipedia.org



www.consumehastamorri.org

5. Elektronika berdea

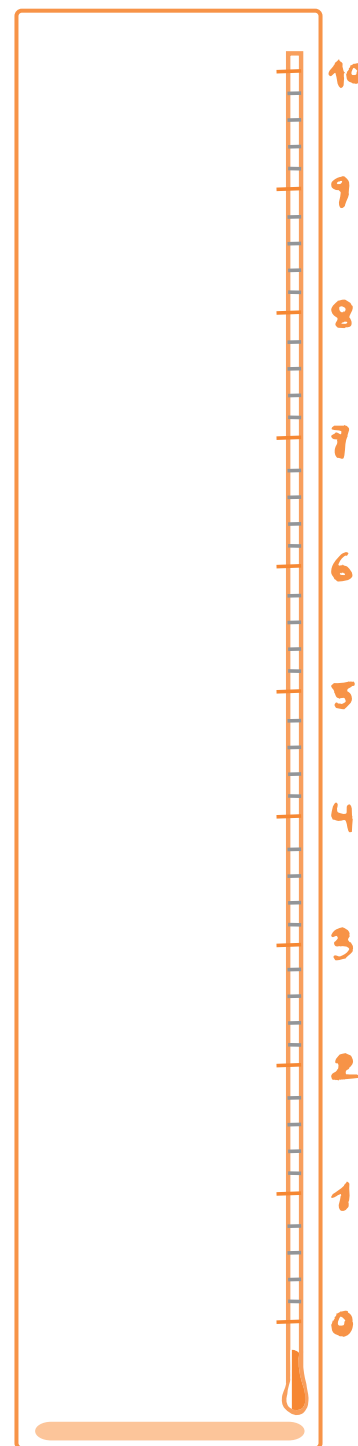
14. Taldean lan eginez, beha ezazue enpresa elektronikoko nagusien jokamolde ekologikoa, Greenpeace-k eman dien puntuazioaren arabera.
15. Kokatu marka bakoitza eta haren puntuazioa termometro ekologikoan, eta hitz egin emaitzaz. Alderatu taulan jasotako datuak Greenpeace-ren txostenaren azken bertsioarekin; hemen kontsulta dezakezue: <http://www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/ranking-verde-de-electronicos-3.pdf> Joerak aldatu dira?

Marka elektronikoko nagusien **TENPERATURA EKOLOGIKOA**

MARKA	PRODUKTUETAN DAUDEN SUBSTANTZIA ARRISKUTSUAK MURRIZTEA (EDO MURRIZTEKO KONPROMISOA) ⁽¹⁾	EUREN PRODUKTUAK BAZTERTU ONDOREN ARDURAZ-BILDU ETA BIRZIKLATZEKO KONPROMISOA ⁽²⁾	PUNTU AZIOA (1etik 10era)
ACER	Material kutsatzaileak 2009 baino lehen ordezkatzeko konpromisoa.	Ez dago informaziorik birziklatzen dituen kopuruei buruz.	5,3
APPLE	Ez du eperik jarri bere produktuetan PVC erabiltzeari uzteko, eta sugar-atzeratzaile bromatuak (BFR) erabiltzeari uzteko konpromisorik ez du hartu.	Birziklatzeko sistemari buruzko informazio eskasa. Kantitateak jakinarazten ditu.	2,6
DELL	Zuhurtzia Printzipioa oso definituta du. Ekoizlearen Erantzukizuna esplizituki babesten du ⁽⁴⁾ . Oraindik ez du PVC eta BFRrik gabeko modelorik.	Mundu mailan bilketa -eta birziklatze-zerbitzuak eskaintzeko asmoa azaldu du, produktua non saldu den kontuan hartu gabe.	7
FUJITSU - SIEMENS	Aspaldi bere Zuhurtzia Printzipioa hobetu zuen, eta Ekoizlearen Ardurara babesten zuela adierazi zuen ⁽⁴⁾ . Ez du datarik jarri PVC eta BFR ezabatzeke. BFR gabeko produktuak baditu merkaturan.	Borondatezko bilketa- eta birziklatze-zerbitzuak Hegoafrikan besterik ez ditu. Gaiari buruzko legedia duten herrialdeetan informazioa eskaintzeko asmoa du.	8
HP	Zenbait substantzia ordezkatzeko epeak jarri ditu, baina ez PVC eta BFR ordezkatzeko.	Salmenta-portzentajearen arabera bilketa eta birziklatzea kalkulatzeko metodologia bat prestatu duen lehen enpresa da.	5,6
LENOVO	Marka 2006an irten zen merkatura; rankingeko azkena zen. Hobera egin du Zuhurtzia Printzipioari eta Ekoizlearen Erantzukizunari dagokionez. Bere produktuak ez dira PVCrik eta BFRrik gabekoak.	Mundu mailan bilketa- eta birziklatze-zerbitzuak eskaintzen ditu, bere produktuak non saldu diren kontuan hartu gabe. Helburu hori lortu duen lehen enpresa da.	8
LG ELECTRONICS	Puntuazio positiboa BFR gabeko mugikor modelo batzuk merkaturatu izanari zor dio.	Rankingean behera egin du jarrera kontraesankorra duelako: bere web orrian dio Zuhurtziaren Ardurara enpresari dagokiola, baina AEBn kontsumitzaileek aurretiaz birziklatze-kuota bat ordaintzea lortu nahi duen enpresa-koalizio bateko kide da.	3,6
MOTOROLA	Merkaturan dituen BFRrik gabeko produktuei buruzko informazioa ematen du, baina oraindik produktu-sorta guztiko BFRak eta PVCa ezabatzeke epeak ezarri behar ditu.	Puntuazio altua Ekoizlearen Erantzukizunari emandako babesari zor dio. Bezeroari baztertutako telefonoak birziklatzeko erari buruzko informazioa ematen dio, eta bere produktuak saltzen dituen herrialdeen % 80an biltzen eta birziklatzen ditu. Ez du jakinarazten zenbat birziklatzen duen salmenta-kopuruarekin alderatuta.	6,3

NOKIA	2007tik PVC ezabatu du mugikor modelo berri guztietatik, eta haien osagaiak ez dute BFRrik ere. Hala ere, ez du eperik jarri gainerako produktu-sortatik PVC ezabatzeke, sare-ekipoak barne.	Puntuazio handiena du Ekoizlearen Erantzukizunagatik, baina birziklatzen dituen mugikorren kopururik ez du ematen.	7,3
PANASONIC	Rankingeko bigarren postutik azkenekoetara jaitsi da. PVCrik gabe osagai batzuk soilik ditu, baina ez du PVCrik gabeko produkturik. Era berean, ez du eperik jarri bere produktu-sortatik PVC eta BFRak ezabatzeke.	Ez du Ekoizlearen Erantzukizuna babesten, eta borondatezko bilketa-programa murriztuz batzuk besterik ez ditu.	3,6
SAMSUNG	Birziklatze Arduratsuenaren aldeko Fabrikatzaile Estatubatuaren Koaliziotik atera da eta, horregatik, bere puntuazioa igo egin da. Halaber, epeak jarri ditu substantzia arriskutsuak pixkanaka ezabatzeke eta baztertutako produktuekin egin dezakeenari buruz kontsumitzaileari ematen dion informazioa hobetzeko.	Puntuak galtzen ditu, bere zabor elektronikoa biltzeko borondatezko zerbitzuak eskaintzen dituen arren, herrialde batzuetan eta produktu-sorta batzuentzat soilik eskaintzen dituelako.	6,3
SONY	Oraindik epeak ezarri behar ditu PVC eta BFRak ordezkatzeko. Baditu merkatuan elementu kimiko arriskutsuenak ez dituzten modeloak.	Ekoizlearen Erantzukizunari dagokionez estandar korporatibo bikoitza izateagatik du puntuazio baxua. European, Birziklatzeko Plataforma Europarraren sortzaileetakoa da; AEBn, ordea, Ekoizlearen Arduraren aurka dagoen eta kontsumitzaileek aurretiaz birziklatze-kuota bat ordain dezaten lortu nahi duen enpresa-koalizio bateko kide da.	4
SONY ERICSON	2008ko urtarrilaren 1a jarri du BFR eta beste kutsatzaile batzuk erabiltzeari uzteko epemuga. 2006tik bere mugikorre ez dituzte osagai kimiko arriskutsuenak.	Babes handia ematen dio Ekoizlearen Ardurari. Ez du informaziorik ematen biltzen eta birziklatzen dituen mugikorren kopuruari buruz.	7
TOSHIBA	Ordenagailuetan PVC eta BFRak erabiltzeari uzteko epeak jarrita ditu, baina ez produktu-sorta osoari dagokionez.	Puntuak galtzen ditu Ekoizlearen Ardura babesten ez duelako eta bezeroei informaziorik ematen ez dielako baztertutako produktuekin egin behar dutenaz.	4,3

TERMOMETRO EKOLOGIKOA



Elektronikoen ranking berdea. Greenpeace. 2007ko martxoa.

- (1) Bere produktuak saltzen dituen herrialde guztietan, bilketa arduratsuari buruzko informazioa ematen die bezeroei.
- (2) Biltzen eta birziklatzen dituen hondakin elektriko eta elektronikoen kantitateari buruzko informazioa argitaratzen du.
- (3) PVC: binil polikloruroa.
- (4) Ekoizlearen Ardura: enpresa bakoitzak bere produktu baztertuek sortzen duten zabor elektronikoen erantzule izan behar du.

6. Mugikorren aurpegi ezkutua

Telefono batek batez beste 400 osagaitik gora ditu. Horietako gehienak plastikoak eta metalak dira.

Kobreaz gain, mugikorrek burdina, nikela, zinka, beruna, zilarra eta horien konposatuak dituzte, baita rodioa, paladioa eta berilioa ere. Hala ere, osagai garrantzitsuena koltana da.

Kolonbita-tantalita edo, laburtuta, koltana, Iparraldeko hainbat herritan (adibidez, Kanadan eta Australian) dagoen metala da. Munduko erreserba handienak, hala ere, Kongo ekialdean daude. Birfindutakoan, tantalio metaliko eta niobio bihurtzen da. Beroarekiko erresistentea den eta, gainera, karga elektriko handia jasan dezakeen hauts bihurtzen da tantalioa; horri esker, bateriak iraunkorragoak izan daitezke.

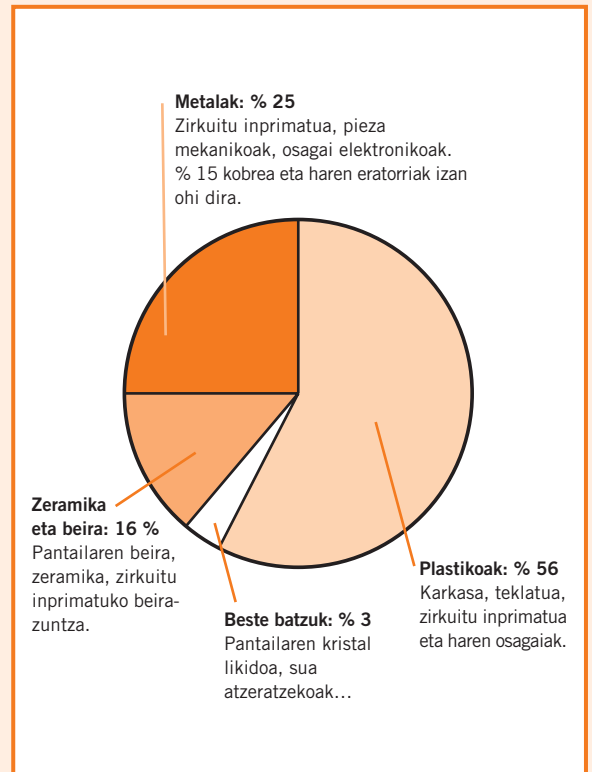
Propietate horiei esker, tantalioa funtsezko elementua da kondentsadoreak egiteko; horiek dira zirkuitu-plaken barruko fluxua kontrolatzen duten elementu elektronikoak. Tantalio-kondentsadoreak ia mugikor guztietan, ordenagailu eramangarrietan eta beste gailu elektroniko askotan erabiltzen dira.

Berriki teknologia elektronikoak izan duen boomak eraginda, koltana kiloko 400 \$ balio izatera iritsi da. Ondorioz, Nokia eta Sony konpainiak, adibidez, materiala eskuratzeko lehian ibili dira eta, horrez gain, desoreka soziopolitiko larria sortu da metal hori ateratzen den hegoaldeko herrialde nagusietan.

Munduko koltan-erreserben % 80 Afrikan dago, batez ere gatazka beliko handienetakoa dagoen eremuetako batean, Ruandako eta Ugandako ejertzitoez hartuta duten Kongoko Errepublika Demokratikoan. Herrialde horretan 10.000 meatzari baino gehiagok jarduten dute koltana ateratzeko buztina biltzen, egoera penagarrian.

Meatzari horiek ilaran zulo handiak hondeatzen lan egiten dute, lurpeko koltana ateratzeko. Gero, ura botatzen dute, eta sortutako buztina garbiketa-hodi handietan isurtzen dute, metala, bere dentsitate handiagatik, hondoa gera dadin. Langile on batek egunean kilo bat koltan sor dezake. Koltana ateratzea nahiko ongi ordainduta dago, kontuan hartuz gero Kongoko langileen batez besteko soldata hilean 10 \$-ekoa dela; koltana ateratzen duen langile batek astean 10 eta 50 \$ bitartean lor ditzake.

Nazio Batuen Segurtasun Kontseiluaren txosten polemiko batek argitara atera zuenez, gaur egun Kongoko gerran dabilzan herrialde batzuk baliabide naturalak ustiatzen ari dira, koltana batez ere. Txosten batzuek frogatzen dutenez, ondoko Ruanda eta Burundi kontrabandoan aritzen dira Kongoko koltanarekin, eta material horren prezio handitik eskuratutako irabaziak gerra iraunarazteko erabiltzen dituzte. Txostenaren arabera, Ruandako ejertzitoez 250 milioi dolar lortu zituen 18 hilabetetan koltana salduz, nahiz eta mineral hori ez den Ruandan ateratzen. Gatazkan parte



hartzen duten herrialde guztiek ukatu egiten dute Kongoko baliabide naturalik ustiatu dutenik eta inguruko gerrak koltan-meatzeak kontrolatu nahiak eragiten dituenik.



- 17. Zergatik bihurtu da koltana hain preziatua une honetan?**
- 18. Hitz egin testuarekin dauden bi argazkiez, eta ezarri loturaren bat haien artean.**
- 19. Guztion artean, pentsatu koltana eskuratzeko gerra zer ondorio ari den eragiten Kongoko eskualde horretako herritarrengan.**
- 20. Aurreko galderan ondorioztatu dugunaren ondoren eta egunkariko informazio hori irakurri ondoren, talde txikietan azter ezazue nola eragiten digun koltana lortzeak sortzen duen kostu ekonomiko eta sozialak. Zuen ustez, nola lagun dezakegu hori konpontzen?**

Digituak markatzean, hitz egitean eta entzutean ez gara arduratzen gure ekintzaren atzean dagoenaz, ez tragedia belikoei dagokienaz, ez hondakinei eta birziklatzeari dagokienaz. Frogatuta dago mugikor batek 10 urte iraun dezakeen arren (behar denean bateria aldatuta), oso gutxi mantentzen direla bi urtetik gora. Mugikorra erosteak, baztertzeak, berria erosteak eta aurrekoa baztertzeak esan nahi duen guztiaren jakitun bagina herrialde industrializatuetakoa herritarrok, hori kontuan hartuko bagenu, ez litzateke izango xahutzera bultzako gintuzkeen modarik, ez publizitaterik, ez opari pozoiturik. Eta baliteke Erdialdeko Afrikako langileak nekazaritzan aritzea, gatazkak eragiten dituzten meatze gutziziatuetan aritu ordez (eta lurraren, airearen eta uraren pozoitzea nabarmen murriztuko litzateke).

Eulàlia SOLÉ. *La Vanguardia*, 2007ko irailaren 28a.

7. Jostailu garestiak... oso garestiak

Espainiako Jostailu Fabrikatzaileen Elkar-
tearen arabera, urtean
saltzen diren jostailuen
% 75 Gabonetan erosten
dituzte.

Kontsumitzen ditugun jostailuen % 65 Txinan
eginak dira.; haiek egiteko, 12 eta 14 urte
bitarteko haurrek egunean hamabi orduz lan
egiten dute eguneko dolar baten truke.

■ Juan Francisco MARTÍN SECO. "¿Quién
comprará los juguetes?" (Nork erosiko ditu
jostailuak?) www.lainsignia.com

Munduko jostailu-marka nagusiek, hala nola Hasbro
erraldoiak (besteak beste, Action Man, Plyskool eta Bratz
panpinak egiten dituen), Mattel-ek (Barbie) edo Disney-
k, jostailuen fabrikazioa Taiwanen edo Hong Kongen
azpikontratatzeari utzi diote eta Txinako enpresekin,
adibidez, Kanton-ekoekin, egiten dituzte jostailuak. Han
eskulana merkeagoa da, eta gaur egun 8.000 fabrika baino
gehiagotan Txinako jostailuen bi heren egiten dituzte.

■ "Juguetes de miseria: China y la esclavitud infantil"
(Miseriaren jostailuak: Txina eta haur-esklabotza)
www.hazteoir.org

Duela gutxi bi GKE txinatarrek —Asia Monitor Research Center-ek eta Hong Kong Christian Industrial Committee-k— fabrika horietako lan-baldintza krudelak salatu zituzten: Charles Dickens-ek deskribatu zituen XIX. mendeko Ingalaterrako antzekoak dira. Batez ere emakume oso gazteak, haurtzarotik atera berriak, kontratatzen dituzte (esku fin eta txikiak dituztelako, jostailuen pieza txikiak muntatzeko egokienak).

Nerabe horiek astean sei egunez egunean 12 eta 16 ordu bitartean lan egitera behartzen dituzte, eta batez beste hileko 45 euro ordaintzen dizkiete. Hau da: eguneko euro bat eta erdi! Soldata ezin eskasago horretatik, ugazabak, gainera, ostatu- eta elikadura-gastuak kentzen ditu. Neska langile gazte horien % 90ek ez daki lan-legeak, legezko lanordu-kopuruak edo gutxieneko soldatak ezartzen dituztenak, badirenik. Segurtasun-neurriak eskasak dira, eta arriskuak, handiak. Instalazio berean egoten dira ekoizpen-tailerrak, lehengaien biltegiak eta langileen logelak. Suterik izanez gero —askotan gertatzen da—, langile horiek izaten dira lehen biktimak. Joan den urtean, sute bakar batean 276 neska langile bizirik erreta hil ziren, eta 599 zauritu ziren... Eskaerak jaistean, urtariletik uztaileira, inolako begirunerik gabe eta kalte-ordain ziztrin batekin kaleratu, eta beraien urruneko probintziako jaioterrira bidaltzen dituzte.

Nekazari-jatorriko gazte horietako bat Li Chunmei zen; 15 urterekin joan zen herritik Guangdong probintziara lan bila. Lau urte geroago, akiduraz hil zen Bainan jostailu-fabrian.

Washington Post egunkariak 2002ko maiatzaren 13an jakinarazi zuen berria. Heriotza, ordea, azaroan gertatu zen, maiatzean hasi ohi den goi-denboraldiaren amaieran. Hil zenean, Li Chunmeik bi hilabete baino gehiago zeramatzan egun bakar batez atsedunik hartu gabe, egunean 16 orduz zutik lanean. Akidurak eragindako heriotzei *guolaosi* deitzen zaie, eta ez dira ezohikoak denboraldi horretan.

21. Irudika ezazu, eta deskriba ezazu neska langile gazte horietako baten egun oso bat jostailu-fabrian.

22. Nork pairatzen ditu gehien lan-baldintza txarrak? Zergatik?

23. Zure ustez, zergatik ematen dira hain muturreko lan-baldintzak?

24. Kontsultatu bidezko merkataritzaren irizpideak, eta irudikatu nola hobetuko liratekeen pertsona horien lan-baldintzak lan egiten duten erakundeek baldintza horiek beteko balituzkete:
www.IntermonOxfam.org/comerciojusto

8. Eta guk zer egin dezakegu?



Orain, Gabonak datozenean... eta Amaren egunean, eta Aitarenean, eta Maiteminduenean, eta ezkutuko lagunarena egiten dugunean...

Antzina, opari bat egitea esanahiz jantzitako ekintza zen, jasotzen zuen pertsonarekiko maitasunez bildua. Ahalegina eskatzen zuen ekintza zen, balio sakonekoa. Gaur egun, merkatuak eta publizitateak jatorrizko zentzua kendu diote ekintza horri, eta ia eguneroko betebeharrak bihurtu dute; askotan beharrezkoak ez diren, alferrikakoak diren, eta errepikatuak diren produktuen gehiegizko kontsumoa eragin dute... Jada ez diogu maite dugunari opari egiten, "erosi" nahi gaituen edozein markari baizik.

Orain, gure kontsumoaren eragina ezagutzen dugunez, ekiteko unea iritsi da, kontsumoa murriztu behar dugu: **MURRIZTU, BERRERABILI, BIRZIKLATU**; hor dago gakoa. Horretarako baliagarriak izango zaizkizuen zenbait ekimen proposatzen dizkizuegu.

Informa zaitez!

Ekintzarako lehen urratsa informazioa eskuratzea da; horrek esan nahi du iturriak aukeratu behar dituzula, eta ahots nagusien informazioa konpentsatzen lagunduko dizuten informazio-iturri alternatiboak bilatu beharko dituzula. Hona hemen kanpaina interesgarrien zenbait adibide:

Itzali telebista, piztu bizitza! Nolako garrantzia du telebistak gure bizitzan? Bazenekien 1999. urtean Espainiako telebista-kateek hilean 50.000 iragarki baino gehiago ematen zituztela? Ikaragarria da enpresek gu euren produktuez kontentatzeko egiten duten inbertsio?



"Publizitatea da telebistaren benetako justifikazioa. Erakar-garriak, laburrak, zirrargarriak, moralki anbiguoak... hogeita hamar segundotan mundu hobearen promesa dira".

Integral, 231. zk., 1999ko martxo

Egunean zenbat ordu ematen dituzu telebista ikusten? Atera kontuak. Urtean zenbat egun ematen dituzue telebista ikusten? Espainiako batez bestekoaren arabera, telebistak gure bizitzako 12 eta 15 urte bitartean har ditzake. Zenbat eta telebista gehiago kontsumitu, are eta produktu gehiago iruditzen zaizkigu beharrezkoak.

Astebete telebistarik gabe kanpaina (apirilaren 23tik 29ra) www.tv-turnoff.org eta www.adbusters.org

***SLOW FOOD** versus **FAST FOOD!**
Slow Food (janari geldoa) mugimendua Italian sortu zen jatetxe-kate handiek bultzatutako *fast food* (janari azkarra) korronteari kontrajartzeko.*

www.slowfood.es

25. Zerronda itzazu *fast food* moda *slow food* joerarekin ordezkatzeko ingurumenean eta gizartean dituen onurak.

Galdetu adituei!

Adinagatik, esperientziagatik edo aukera pertsonalagatik murrizten, berrerabiltzen eta birziklatzen adituak diren pertsonengandik ikas dezakegu. Pertsona heroikoak dira, gure kontsumo-gizartearen sirena-kantuari aurre egin eta bizirauteko gai direnak.

- 26.** Desagertzeko arriskuan dauden pertsonak? Irakasleen eta ikastetxeko gainerako gazteen artean, aurkitu mugikorrik, telebistarik edo gidatzeko baimenik ez duen norbait ba ote den. “Saria”, “Honen bila gabiltza” edo antzeko kartela egin dezakezue. Egiezue elkarrizketa bat: aurkezpen labur bat, euren aukeraren arrazoiak, onurak, eragozpenak... argitaratu berria eskolako web orrian edo aldizkarian.
- 27.** Erretiratuen egoitzara bisita bat? Garai gogorrak (gerra, gerraostea, emigrazioa...) bizi izan dituen jendea aurrezteko ohitura handikoa izan ohi da. Joan zaitzete arratsalde batean erretiratuen etxe batera edo adineko jendea biltzen den tokiren batera, eta hitz egin haiekin gaiari buruz. Pozik azalduko dizkizute gutxiago kontsumitzeko dituzten trikimailuak.
- 28.** Leku berean, antolatu ideia-lehiaketa bat. Saria izan daiteke, adibidez, irabazlea gonbidatzea askaltzera, antzerkia ikustera, koru-kontzertu batera...

Ekin!

Irudika itzazu opari iraunkorrak, pertsonalizatuak eta liluragarriak! Era asko daude gure kontsumoa murrizteko edo kontsumoak ingurumenean eta gizartearen duen eragina murrizten saiatzeko. Balia itzazu Gabonak edo beste edozein aukera jarduten hasteko...

Beste era bateko opariak egiteko ideiak:

- Ustekabeko afaria edo bazkaria *slow food* joeraren irizpideei jarraituz.
- Ikuskizun berezi baterako sarrera: opera, antzerkia, museoa...
- Familiako norbait astebetez etxeko lanetan (janaria prestatzen, erosketak egiten, lisatzen...) ordezkatzeko txartela.
- Denbora partekatua oparitzeko leihodun txartela.

Zer da Denboraren Bankua?
es.wikipedia.org/wiki/Banco_de_tiempo

Saihestuko ditugu bilgarriak?

- Har ezazue kaxa bat eta apaindu birziklatutako paper-zatiekin edo marrazki eta koloreekin.
- Jarri oparia barruan, bildu gabe.
- Taparen barrualdean idatzi mezu bat hartzaileari, beste opari bat egiteko erabil dezan eskatuz.

Joko bat oparitu nahi duzu? eta zergatik ez duzue zuek egiten material birziklatuarekin?

- Etxean, industrian, eskolan edo naturan bertan sortutako material pila bat erabil dezakezue.

Erabilera partekatua? 3x1. Aurrezki handiagoa, toki gehiago, inpaktu txikiagoa. Bada noizean behin soilik behar duzun produkturik?

- Zerrendatu elkarri utzi ahal dizkiozuen produktuak: arropa, liburuak, bizikleta, jokoak...
- Antolatu alfabetikoki eta jarri haiek partekatzeko prest dagoen pertsonaren izena eta berarekin harremanetan jartzeko era.
- Zintzilikatu ondo ikusteko moduko tokian, eta kontsultatu zerrenda produktu bat erosteko edo oparitzeko eskatu aurretik.
- Konparatu Olentzerori edo erregeei idatzitako gutunak, eta ezabatu horietatik elkarren artean truka ditzakezuen

Bidezko merkataritza

- Joan zaitetz bidezko merkataritzako denda batera, eta eskatu informazioa bidezko merkataritzaren irizpideei buruz eta eskaintzen dituzten produktuei buruz.

Antolatu eta kalera irtengo gara?

Kanpaina bat antolatuko dugu: “Hondakinak ezabatu, papera eta kartoia aurreztu”

- Prestatu triptiko bat bilgarriak murriztearen onurak azaltzeko. Argazki batzuen bidez erakutsi material birziklatuarekin kaxa bat nola egin.
- Jarri harremanetan merkataritza-kale bateko merkatarien elkartarekin, eta proposatu kanpainan parte hartzea.
- Argudiatu oparien bilgarririk ez erabiltzeak ekarriko lizkiekeen onurak, eta egin itsasgarri bat saltoki laguntzaileak bereiziko dituen logotipo batekin.
- Jantzi zaitetzte birziklatze-elementuren batekin, eta erakarri jendearen arreta.
- Prestatu aurretiaz zenbait paketatze-kaxa eredu gisa, eta banatu saltoki lagunetan.

Beharrezkoak ez diren opariak gutxitu

Atzera eginarazi balizko erosleei, zabaldu zalantzaren birusa...

- Egin pankartak honelako galderekin: “Ziur zaude gustatuko zaiola?” “Ez du gogaituko?” “Mantendu ahal izango ote du?” “Ez da bere printzipioen aurkakoa?” “Benetan nahi du?” “Ez du errepikatuta izango?” “Ez dio bere osasunari (fisikoari edo burukoari) kalte egingo?” “Ez du bere trebetasunen edo gaitasunen garapena oztopatzen?”
- Jantzi klima-aldaketari erreferentzia egiten dioten elementuekin edo egunkari-zatiekin, eta paseatu merkataritza-eremuren batean zuen pankartekin Gabonetan, merkealdietan eta abarretan.