Kontsumo jasangarria



PENTSATU

Gure ondasunak eta kontsumorako produktuak sortzeko (ekoizteko) baliabideak (begetalak, animalia-baliabideak, energia, ura eta abar) mugatuak dira.

Baliabide horiek murrizten edo agortzen badira, etorkizuneko belaunaldien garapena arriskuan jartzen da. Halaber, gure egungo beharrizanetan ere nabaritzen da, gure kontsumo-produktuen prezioak igo egiten baitira, beharrezko lehengaiak urriak izanik zailagoa delako horiek eskuratzea.

Baliabide berriztaezinak dira, hain zuzen ere, kontsumitzen duten kopuruari eutsi ahal izateko adina ekoitzi, hazi, sortu edo berrerabili ezin diren baliabide naturalak. Hau da, kontsumitu ahala agortzen diren eta berrezarri ezin diren horiek dira baliabide berriztaezinak.

BAZENEKIEN...

Kontsumo iraunkorra arduratsua eta kontzientea; kontsumo kritikoa edo transformatzailea ere deitzen zaio eta Nazio Batuen (NBE) 12. zenbakia duen helburua da Garapen Iraunkorreko Helburuen artean (12 helburuk osatutako ibilbide-orria, 2030era arte garapen iraunkor globala lortzeko). Hamabigarren GIH helburuak (ekoizpen eta kontsumo arduratsua), ohiko kalitate-prezio aldagaiez gain, kontsumoaren eragina ere –gizartean eta ingurumenean– hartzen du kontuan.

Iraunkortasunak hiru oinarri ditu: gizartearena (tartean dauden pertsonak, hau da, langileak, kontsumitzaileak eta abar babestea), ingurumenarena (ingurumenarekiko errespetua, baliabideak ez xahutzea, espezieak zaintzea), eta ekonomiarena

(bideragarritasuna). Hiru oinarri horiek berdin zaintzen ez badira edo baten bat falta bada, ezin da esan produktu, zerbitzu, ekintza edo jarduera bat "iraunkorra" denik.

Kontsumo eta ekoizpen iraunkorra gutxiagorekin gehiago eta hobeto egitea da. Era berean, lortu nahi da hazkunde ekonomikoa eta ingurumen-hondamena deslotzea, baliabideen efizientzia areagotzea eta bizimodu jasangarriak sustatzea.

ZER DIRA ONDASUN ETA PRODUKTU IRAUNKORRAK?

Grafikoaren erdiko zirkulu berdeak hiru faktoreren arteko lotura edo/eta elkargunea adierazten du: ingurumena, ekonomia eta gizartea. Hiru faktore horien batura edo elkarguneak zehazten du, beraz, jasangarritasun edo iraunkortasun deitzen dugun hori. Zenbat eta handiagoa izan erdiko zirkulu berdea, orduan eta handiagoa izango da hiru faktoreek elkarrekin jarduten duten zatia, eta, beraz, handiagoa izango da ondasunaren edo produktuaren jasangarritasuna.

Garapen jasangarria da, hain zuzen ere, orainaldiko beharrizanak asetzen dituena, etorkizuneko belaunaldien beharrizanak arriskuan jarri gabe (Brundtland txostena, NBE 1987).

Garapen jasangarriak denboran eta espazioan garatzen den prozesu bat eragiten du, eta efizientziarekin oso lotuta dago. Horrenbestez, produktu jasangarriek kontuan hartu behar dute bizi-ziklo osoa, kasuan kasuko produktua, ondasuna edo zerbitzua jaiotzen denetik desagertzen den arte: Lehengaiak eskuratu, garraiatu, ekoitzi, banatu, erabili eta erabili osteko faseak (birziklatzea edo/eta suntsitzea).

Produktu baten jasangarritasun-maila ezagutzeko, bizi-zikloaren parte bakoitzean kontuan hartu behar dira ingurumenaren, ekonomiaren eta gizartearen gaineko alderdiak, hots, lehen aipatzen genituenak.

Horrelako azterketa mota aurretiko urrats gisa ezarri da, gizarte-erantzukizun korporatiboan oinarritutako sistemak dituzten enpresa batzuetan, produktu edo ondasun jakin bat fabrikatu ahal ez edo zerbitzu jakin bat eman ala ez erabakitzeko.

Enpresek argi eta garbi azaldu behar dizkiete kontsumitzaileei ondasun edo zerbitzuaren ezaugarri jasangarriak. Ziurtapenak ere erabil ditzakete, ezaguterrazak izateko. Hala ere, gaur egun, kontzeptu horietako asko ("ekologikoa", "iraunkorra", "artisau", "naturala" eta abar) ez daude behar bezala araututa; zigilu eta ziurtapen asko dago, eta batzuek ia ez dute esanahirik edo industriak industria bera

ziurtatzeko sortuak dira, ez beste batek sortuak. Gainera, konpainia askok kontsumitzaileak erakartzeko erabiltzen dituzte zigilu eta ziurtapen horiek, egiazkoak ez badira ere. Greeenwashing edo "garbiketa berdea" da: ingurumenarekin arduraz jokatzen delako plantak egitea, benetan bestela jokatu arren.

Iraunkortasunari lotutako beste "garbiketa" mota batzuk ere badaude: "garbiketa sozialak" edo socialwashes, gizartearekin arduratsua izatearen plantak egitea. Eta kategoria honetan feminismwashes ere topa ditzakegu ("garbiketa feministak", enpresa bat genero-berdintasunaren alde dagoela eta bere negozio-ereduan aplikatzen duela pentsarazteko, benetan horrela ez bada ere); healthwahes edo "osasun-garbiketak" ere badaude, produktu bat den baino osasungarriagoa dela pentsarazteko. Hori dela eta, garrantzitsua da erosi aurretik produktu eta zerbitzuei buruzko informazioa bilatzea, gizarte- eta ingurumen-kontuei buruz galdetzea, inpaktu handiak dituzten horiek saihestea, benetan behar dugun hori eta ez publizitateak saltzen diguna kontsumitzea. Eta tokiko produktuak aukeratzea, hurbilekoak, garaikoak eta arduratsuak, trazabilitateaz –ekoizten direnetik gurera iritsi arteko prozesu osoaz– zehatz-mehatz eta modu fidagarrian informatzen dutenak.

GEHIAGO JAKITEKO...

- Maleta Pedagogikoa "Nik kontzienteki kontsumitzen dut, itxaropena ereiten dut"
- CERAI
- UN ORG
- BLOG OXFAMINTERMON