



AZTARNA EKOLOGIKOA

Unai Garcia Ingurumen Teknikaria (Grunver Sostenibilidad)

Greenwashing terminoak “garbiketa berdea” esan nahi du, eta munduko en-

presa kutsatzaileenek beraien irudia garbitzeko erabiltzen duten marketin teknika da. Kontsumitzaileak gero eta arduratsuagoak direnez, saltzen dituzten produktuek ingurumena errespetatzen dutela sinetsarazi behar digute enpresok, gezur hutsik esan ez baina egia osorik ere esan gabe.

Horretarako erabiltzen dituzten teknika sotilen artean hurrengoak ikusi genituen: inolako datu teknikorik aipatu gabe “ekologiko”, “bio” edo “jasangarri” terminoak aipatzea; produktuaren ingurumen-alderdi bati bakarrik erreparatzea (erabili eta botatzeko ontzi bat birziklagarria dela esan); legedia betetzen dutela aldarrikatzea (CFC-rik gabeko aerosolak); eta izatez kaltegarria den ekintza bat jasangarriaz mozorrotzea (hegazkina hartzea edo botilatutako ura edatea).

Gauzak horrela, ingurumen arloan adituak izan gabe eta marka edo produktuaren ezaugarriak sakon ezagutu gabe ere *greenwashing*-a identifikatzeko lehen tresna batzuk izan ditzakegu orain. Hala ere, oso nabarmenak diren kasuak aztertu genituen eta, edonon gertatzen den bezala, esparru honetan ere gris-espektro oso zabala dago. Ingurumena erabiltzen duen edozein iragarki *greenwashinga* da? Teknika hau erabili arren, gaizki dago enpresa kutsatzaile batek kalte

«Greenwashing»-a al da ingurumenaz baliatzen den edozein iragarki?

Joan den astean enpresa kutsatzaileen iragarkietan «greenwashing»-a non zegoen identifikatzen jakiteko ariketa sorta bat proposatu genuen. Gaurkoan, ikasitakoa finkatzen saiatuko gara, ingurumena erabiltzen duen edozein iragarki «greenwashing»-a ote den ala ez aztertuz.



Ekintzaile txiki batek bere dendako arropak ingurumena errespetatzen dutela esatea «greenwashing»-a al da?

GAUR8

gutxiago eragiteko esfortzua egitea?

Ikus ditzagun beste bi adibide, gaia ebatzi eta nork bere iritzia osatzeko.

ARROPA-DENDA EKOLOGIKOAK

Batetik, auzoko ekintzaile batek arropa-denda txiki bat muntatzen du, non material birziklatuz egindako produktuak salgai dituen. Bere arropak ingurumena errespetatzen dutela aldarrikatzen du, baina eskuz josten dituen arren, jantzien zuntz birziklatuen ehunekoa mugatua da, ez %100a.

Bestetik, ehungintzako multinazional batek %100ean birziklatuak diren materialak erabiltzen ditu arropak ekoizteko, eta ezaugarri hori frogatzen duten hiru egiaztargiri ofizial erakusten ditu jantzi bakoitzaren etiketan.

Ebazpena: lehenengo kasuan dendariak *greenwashing*-ean ohikoa den marketin teknika bat erabiltzen du bere produktua sustatzeko, baina asmoa ez da munduko enpresa kutsatzaileenetako bat dela ezkutatzeko. Gainera, berak ez du kopuru izugarriak saltzeko kate-ekoizpena baliatzen, eta arrazoizko prezio bat kobratzen duenez, ez du behar kontsumitzaileak denbora gutxian produktua bota eta beste ale bat erostea.

Bigarren kasuan, berriz, multinazionalak egia esan dezake ehunen jatorri birziklatuaren inguruan, baina errentagarria izateko nahitaezkoa du bere produktuak etengabe erosi, bota eta berriro erosi ditzagula. Planeta suntsitzen



Kontsumitzaileok badugu zer egin: produktu jasagarrienak aukeratu. GAUR8

duen eredu ekonomikoa bultzatzen du, alegia.

Ingurumena baliatzen duen edozein iragarki *greenwashinga* al da, beraz?

Ez. *Greenwashinga* munduko enpresa kutsatzaileenek izatez kaltegarria den eredu ekonomiko batek aurrera jarrai dezan erabiltzen dute. Badira baliabide jasagarriagoak erabiltzen dituzten enpresa eta kooperatiba txikiak, errentagarriak izateko lehengaiak munduko beste puntatik inportatu edo masan produzitzea beharrezkoa ez dutenak. “Garbiketa berdean” ohikoak diren marketin tekniketari estropezu egin dezaket arren, ingurumena hondatzen ari direla ez kutatzeko premiarik ez dute, eta, beraz, horiena ez da *greenwashinga*.

Gaizki al dago, orduan, multinazional batek kalte gutxiago eragiteko esfortzua egitea?

Ez. Airelinea, erregai-fosilen konpainia edo ehungintza multinazionalak ez dira inoiz jasagarriak izango, euren jarduerak berak intrintsekoki kaltegarriak baitira. Planeta gero eta gutxiago suntsitzeko ahaleginak egin arren, argi izan behar dugu enpresa hauen helburua irabazi ekonomikoak areagotzea dela beti, eta beharrezkoa dena egingo dutela beraien ekoizpen-ereduari eusteko. Ez dago txarto, hortaz, ingurumena apur bat gutxiago suntsitzeko ahalegina egitea, baina ez onartu planeta salbatzeko asmoarekin egiten dutela esaten duen propaganda.

Zer egin dezakegu kontsumitzaileok egoera horren aurrean?

Alde batetik, jasagarriagoak diren produktuak erostek merkatuak poliki-poliki bide horretatik jotzea eragin dezake. Bestetik, kontsumi-

tzen jarraitzeak berez kaltegarria den eredu ekonomikoa iraunarazten du.

Galdera honi ezin diogu erantzun zuzenik eman momentuz. Hala ere, ariketa praktikoa hauetatik gako batzuk atera ditzakegu: enpresa kutsatzaileenek kontsumitzaileok beraien jasagarritasunaren erantzule bihurtzea bilatzen dute. Ez genduz erostek egin aurretik produktu eta marka guztien jarduerari buruz ikasi behar, ingurumenari kalte egiten dion produktu bat eskuratzeko legez debekatuta egon behar litzateke-eta.

Hori gertatzen ez den bitartean, ea behintzat ikasitakoak produktuen iragazki berdeen atzean dagoena antzematuko balio digun.

(Artikulu hau joan den asteakoaren jarraipena da, <https://labur.eus/MrSag>)

Uztailaren 18a

Xabier Mikel
Errekondo

Uztailaren 18a ez da edozein egun. Geure historian, geure burmuinean, iltzatuta baitaude 1936ko hartan hasi zen estatutokolpeak eragindako kalteak.

Irrist askorik egin gabe esango nuke Legebiltzarrean eseriko den Voxeko hautagaiak garai ilun haiek gogo biziz berpiztuko dizkigula mailu-kolpez lez, behin eta berriz. Nago herra bereziz saiaturik dela guda odoltsu hura irabazi zutenen oinordekoa dela gogorarazten. Agian, ez da hain kaltegarri izanen; agian, frankismoa Frankorekin joan zela pentsatzen duen askori begiak irekiko dizkio. Agian, begi eta zentzuak luzera begira jartzan badiugu, konturatuko gara datorkigun burrunba-horda hau ez dela uste bezain hondar-zatia; aitzitik, Patxi zaharra hil eta ia mende erdira ere Euskal Herriarekiko Estatuaren aginte eremuetan oinarri politiko frankista beltz heretsi berberak jarraitzen duela betikotuta; egon Espainiako Gobernuaren Popularrak zein Sozialistak, eta berdin, ezagutu ez badugu ere, balitz Komunista.

Bakarra izan arren, mingarria da Legebiltzarrean Voxek eskuratu duen eserlekua. Baina, agian, zerbait onik ekar dezake; agian, zaunka frankistek Urkullu jauna Monopoly jokoaren lozorrotik esnaraziko dute eta behingoz aberztzaleak omen diren eserlekuak bat egin eta elkarlanean hasiko dira.

Aitortzen dut oraindik ere lehen-dakari jeltzale apaizaren naftalina usainak zorabioak dizkidala eragiten eta bere tonu lo-eragile apartekoak zuri-beltzezko nodoetara naramatela, boterea paliopean begitantzeraino. Agian, benetan ez da deus aldatu azkenengo 80 urteotan... •