

## TAILERRAREN INFORMAZIO GIDA

ARLOA: ELIKADURA

TAILERRA: KONTSUMO ETA ELIKADURA IRAUNKORRA

### **Vitoria-Gasteiz**

Adriano VI, 20-1º. 01008  
Telf: 945 01 66 00  
Fax: 945 01 66 01  
Email: formacion-  
araba@kontsumobide.eus

### **Bilbao**

Nicolas Alcorta, 2. 48003  
Telf: 94 403 22 20  
Fax: 94 403 22 21  
Email: formacion-  
bizkaia@kontsumobide.eus

### **Donostia / San Sebastián**

Zarategi ibilbidea 82-84 Atz.  
20015  
Telf: 943 02 25 90  
Fax: 943 02 25 92  
Email: formacion-  
gipuzkoa@kontsumobide.eus



Erakunde autonomiaduna  
Organismo Autónomo del

**EUSKO JAURLARITZA**  
**GOBIERNO VASCO**

## 1. Helburua

Elikagaien kontsumoa kritikoagoa, kontzienteagoa eta arduratsuagoa izan dadin laguntzea, eta aldi berean, kontsumo horretan giza baliabideak errespetatzea eta baliabide naturalen iraunkortasuna ez ezik tokiko garapena ere bermatzea.

## 2. Edukiak

### 1. Elikagaien kontsumoaren katean esku hartzen duten agenteak.

#### “Elikagai bidaiariak”

- 1- Pertsona edo enpresa produzitzaileak
- 2- Garraio-enpresak
- 3- Enpresa paketatzaileak
- 4- Publizitatea
- 5- Saltokiak

### 2. Merkataritza tradizionalaren ondorioak (elikagaiak kontsumitu aurretik, kontsumitu bitartean eta kontsumitu ondoren)

- 1- Ingurumen-inpaktua
- 2- Gizartean
- 3- Ekonomian

### 3.- Elikagaien produkzioa

#### 3.1. Eredu trinkoaren praktikak

- 3.1.1.- Elikagai transgenikoak
- 3.1.2.- Produkzio intentsiboa
- 3.1.3.- Produkzio multinazionalak
- 3.1.4.- Publizitatearen tresna

### 3.2. Merkataritza tradizionalaren alternatibak. Elikadura-subiranotasuna

- 3.2.1- Bertako produkzioa
- 3.2.2. Produkzio hedakorra
- 3.2.3.- Sasoiko produktuak
- 3.2.4.- Produktu ekologikoak
- 3.2.5.- Bidezko merkataritzako produktuak

## 3. Ariketak

### 3.1. Aurretikoa

Irakurri arretaz “Un menú global. La vuelta al mundo en la mesa (*Menu globala. Munduari itzulia mahaian*)” testua eta erantzun galdera hauei:

- Testuaren arabera zein dira mundu osotik datozen produktuak merkaturatzeko arrazoiak?
- Zer ondorio ditu merkataritza horrek?
  - o Gizartean
  - o Ekonomian
  - o Ingurumenean
- Bilatu zure etxean 3 “elikagai bidaiari” eta bete taula hau:

Produktuaren izena	Jatorria		Mahaira iritsi arte egin dituen kilometroak
	Herrialdea	Kontinentea	

- Zenbatu elikagai horiek egin dituzten kilometro guztiak, eta Google Earth bidez, bilatu bidaiatzeko leku egoki bat, zure udalerritik abiatuta aipatutako kilometro kopuru berberera dagoena.
- “Como alimentar al mundo” (“*Nola elikatu mundua?*”) deituriko bideoa ingelesez gaztelaniazko azpigituluekin

<http://www.youtube.com/watch?v=Ji5C9ZQVMaU>

Testua: “Un mundo global. La vuelta al mundo en la mesa” (“Mundu global bat. Munduari itzulia mahaian”) (Iturria: Javier Ricou. La vanguardia 2006/11/13)

Egungo dietan milaka kilometro egiten dituzten elikagaiak erabiltzen ditugu. Otordu guztietan (gosaritik hasita afariraino) mundu osoari itzulia egiteko behar diren adina kilometro egin dituzten elikagaiak har ditzakegu

Victoria aintzirako perkak: Bertako biztanleek, gaur egun, ezin dute beren arraina erosi prezioak asko igo direlako.

Txileko izokina: Espainian kontsumitzen den arrainaren % 60 Europar Batasunetik kanpoko urretakoa da.

Ekonomia liberalaren aholkulari Adam Smith jauna beti harritzen zen berak “ezkutuko esku” deitzen zuen eraginkortasun handia zuelako eta haren ustez, esku horrek gauza miragarri bat eragiten zuen: eguna argitu orduko lehen premiazko elikagaiak eta produktuak zeuden bere garaiko (1700aren erdialdea) Parisen egunero. Antzina-antzinatik, merkatariek beren bezeroen premiak asebate nahi izan dituzte, eta distantziak ez dira inoiz eragozpen izan. Ekialde Urrunetik iristen ziren espeziak eta zetak horren adibide dira. Hirurehun urte geroago, Smith-ek aipatzen zuen ezkutuko esku hori azkarrago mugitzen da orain eta luzatu egin da, mundu honetako lekurik ezkutuenetaraino iristen baita.

Izan ere, edozein supermerkatutan egiaztatu ahal izango dugu gaur egun oso erraza dela munduko beste muturretik ekarritako elikagaiekin dieta bat egitea; horretaz gain, ikusiko dugu elikagai horiek supermerkatutik hurbil dagoen ortutik, itsasotik edo baseritik ekarritako elikagaiak izango balira bezala jartzen direla apalategietan. Gure mahaira iritsi arte mundu osoari itzulia emateko behar diren adina kilometro egin dituzten elikagaiak har ditzakegu gosarian, hamaiketakoan, bazkarian, askarian eta afarian (enpatxatu gabe).

Elikagaiei dagokienez, distantziak gero eta laburragoak dira, eta produktu galkorrak ere (arrain freskoa edo fruta) sartu dira kilometroen merkatu horretan. Izan ere, lehen mundua gaur egun ezin izango litzateke elikatu garapen-bidean dauden herrialdeetako produktuak ekarriko ez balituzte. Elikagai horien garraioa multinazional gutxi batzuen esku dago, eta multinazional horiek banatzen eta merkaturatzen dituzte produktu horiek mundu osoan. Ez ezazu mundua jan! lau Gobernu Kanpoko Erakunde (Ekologistak martxan, Zorraren behatokia, Xarxa de Consum Solidari eta Mugarik gabeko albatariak) bultzatutako kanpainaren leloa da, eta lelo horren bitartez hegoaldeko produktuak iparraldera esportatzean oinarrituta dagoen nekazaritzako elikagaien eredu horrek GKEen arabera dituen ondorio negatiboak salatzen dira.

Mugarik Gabeko Albatariak erakundeko kide Gustavo Duch-ek nabarmentzen du, pentsa litekeena kontrakoa bada ere, mahaietara iristen diren produktu batzuen jatorri diren eta garapen-bidean dauden herrialdeetako pobreak gora egiten duela kilometroen merkatu horretan sartzen direnean. Adibide asko daude. "Victoria aintziraren eremuan –hemen kontsumitzen dugun meroaren (Niloko perka) zati handi bat arrantzatzen den eremuan– bi milioi pertsona baino gehiago goseak daude. Leku horretara arrain bila joaten diren kanpoko enpresek, aberastasuna eraman eta egoera larri hori arindu ordez, lehen bertako biztanleriak kontsumitzen zuen arraina orain bertako arrantzaleek erosteko aukerarik ere ez izatea eragiten dute, arrain hori nazioarteko merkaturatu sartu denean prezioak gora egin duelako", azaldu du Duch-ek.

Ez ezazu mundua jan! kanpainaren bitartez honako honetaz kontzientziatu nahi dira kontsumitzaileak: izokin bila Txilera, otarrainxka bila Asiara, Ekuadorrera, Brasilera edo Australiara, legatz bila Hego Afrikara edo Argentinara eta banana bila Kolonbiara joaten diren multinazional horien lehorreratzeak tokiko ingurumenean eta egitura ekonomikoetan eragiten duten kalteaz.

Greenpeace-n ozeanoen kanpainaren arduradun Sebastián Losadak adierazi du Ekuadorren eta Brasilen mangladien eremu osoak deuseztatu direla otarrainxka-haztegiak eraikitzeko. "Egoera horri –azaldu du Losadak– erantsi behar zaio hainbat produktu kutsatzaile (pestizidak, esaterako) erabiltzeagatik ur horiek kutsatu egin direla". Losadak esan du Espainian kontsumitzen den arrainaren % 60 Europar Batasunetik kanpoko uretakoa dela. Munduko beste muturrera arrantzatzera joaten diren multinazionalak produzitzaile txikia ezerezten dute eta bertako arrantzaleak behartuta daude atzerriko enpresentzat lan egitera, esklabotzatik hurbil dauden baldintzetan, gainera, batzuetan.

Merkataritza-eredu honen kritikoen arabera, egungo egoera soilik bideratu ahal izango da Lehen Munduko gobernuen zuzeneko inplikazioa baldin bada go multinazionalak herrialde pobreetan ezarri dituzten elikagaien produkzio- eta laborantza-sistemak aldatzeko.

Hain zuzen ere, duela gutxi Katalunian beste bultzada bat eman zaio kanpaina bati, bertako produktuen eta bereziki jatorri-deituraren bereizgarria edo adierazpen geografiko babestua duten kalitate handieneko produktuen kontsumoa sustatu nahi duen kanpainari, alegia. DARP Departamentuaren kanpaina hiri handietako kontsumitzaileentzat da. Egoera hau kilometroen arabera zenbatzen bada, ikusiko dugu Kataluniako produktu horiekin (Vic-eko lukainka, Pirinioetako txahala, Terres de l'Ebreko klementinak, Cerdanyako gazta...) egindako menuaren eta munduko beste muturretik iristen diren elikagaiekin egindakoaren artean alde izugarria dagoela. Bertako menuko elikagaiek Bartzelonako mahai batera iritsi arte egin dituzten kilometroak ez dira 1.600era iristen. Baina, Lleidak fruta-denda baten jabe den Rosak adierazi duenez, bezeroak ez du beti begiratzen zein den produktuaren jatorria. "Kontsumitzaileak mahatsa, meloia edo sasotik kanpoko beste frutaren bat nahi badu, erosi egiten du, fruta hori nondik etorri den kontuan izan gabe", esan du andreak. Denda horretan jatorri askotako produktuak aurki daitezke; izan ere, Mexikotik ekarritako frutaz gain establezimendutik kilometro bakar batera dagoen orturen batean landatutako barazkiak daude.

Duch-ek nabarmendu du, bestalde, garapen-bidean dauden herrialdeetan produzitutako produktuen esportazioaren negozioa izugarri igo dela; izan ere, esate baterako, Europan gehiago kontsumitzen da Txilen hazitako izokina Norvegiatik iristen dena baino. Produktu horiek Lehen Munduko merkatuetara iritsi arte egin behar dituzten kilometroak ez dira eragozpen multinazional horientzat.

Duch-ek eta Losadak ohartarazi dutenez, hegazkinen joan-etorri ugariak eragin negatiboa dute ingurumenean planeta berotzen laguntzen dutelako. Duch-en ustez gehiago arduratu behar dugu merkataritza-eredu honek herrialde produzitzaileen ekonomian duen ondorioez produktu horien kontsumoak eragiten dituen osasun-arriskuez baino, kontrol zorrotzak egiten direla baieztatzen baitu.

Kontsumitzailearen sakela da etekin handiena ateratzen duena; izan ere, Asiako otarrainskak, Txileko izokinak edo Kolonbiako bananak hemen hazitakoak edo landatukoak baino merkeagoak dira. Hori horrela da Hirugarren Munduko herrialdeetan eskala handian produzitzen delako eta langileei ordaintzen zaizkien soldatak, aldiz, oso txikiak direlako.

Merkataritza-eredu horrek herrialde pobreetan dituen ondorio negatiboez (betiere GKEen iritziaren arabera) oharazten duten GKEek, bestalde, honako galdera hau ere egiten dute: kontsumitzaileen artean zergatik hazi da milaka kilometro eginda ekartzen diren produktu horietako asko kontsumitzeko premia larria?

Horren erantzuna hainbat kanpainak ematen dute, hala nola sojak (inportatzen den beste produktu bat) minbiziaren aurkako elikagai gisa dituen onurak edo izokinak kolesterola murrizten duen elikagai gisa dituenak goraiatzeko dituzten kanpainak.

Baina horren inguruan daukagun zalantza zera da, elikagai jakin batzuen ezaugarriei buruzko azterlan horietako batzuk multinazional berberak ez ote dituzten ordaindu,

*mahaira iritsi aurretik mundu osoari itzulia ematen dioten produktu horien gainprodukzioa merkatuan kokatu ahal izateko estrategia gisa.*

### 3.2. Tailerrari dagokionez

#### ARIKETA 1: EGUNEKO MENUA

Ikasleei menu bat proposatuko diegu, eta menu hori egiteko hainbat jatorritako eta produkzio- nahiz banaketa-eredu desberdinetako osagaiak izango dituzte. Osagai bakoitzaren ezaugarriak aztertu ondoren, gure dieta osatu behar dutenak hautatuko dituzte.

#### ARIKETA 2: EROSKETAK EGITERA AZOKARA

Merkataritza tradizionalarekiko alternatibak aztertuko dira

**Bertako azokak eta kontsumo-elkarteak/-taldeak:** Non eros ditzaket produktuak? Google Maps erabiliz, prestakuntza-zentro honetatik eta bertaratu bakoitzaren etxebizitzatik hurbilen dauden dendak bilatuko dira.

**Sasoiko produktuak:** Katamotz-jokoaren bitartez fruta edo barazki bakoitzaren sasoia bilatuko da.

**Nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoa:** “Ekologiko” ikurra duten produktuak bilatuko dira Kontsumo Geletako supermerkatuan. Produktu horien onuren azalpena.

**Bidezko merkataritza:** Bidezko merkataritzako produktuek izan behar dituzten irizpideak asmatzea pictionary bidez.

Zer aukera egon daitezkeen jakin ondoren, talde bakoitzak erosketa-saski bat egin beharko du, tailerrean landutako gaiak ahalik eta gehien errespetatuz.

### 3.3. Ondorengoa

Zoaz zure inguruan dagoen tokiko azoka batera, (Gasteizen, ostegunetako eta larunbatetako “lurraren azoka”) eta egin gai hauen inguruko galdera batzuk saltzaileei:

- Saltzen eta laboratzen diren produktu motak. Beti berdinak izaten al dira?
- Salgaiaren jatorria
- Noiz bildu den
- Produktu ekologikoak al dira?
- Kontsumitzaileari zuzenean salduta lortzen dituzten abantailak

Orain arte lortutako jakintzekin, bete taula hau:

GAIA	EREDU TRINKOA	ELIKADURA SUBIRANOTASUNEKO EREDUA
Produkzio-prozesuei buruzko kontrola (lurra, ura, biodibertsitatea...)		
Langileen lan-baldintzak		
Gainprodukzioa (Bai edo ez)		
Monopolioa eta lurra lortzea		
Merkatuetan sartzea (Katearen agenteak)		
Produktuen kalitatea eta prezioa		

#### 4. Gaitasunekiko lotura

##### 4.1. Bigarren Hezkuntza, Batxilergoa, OLH eta eskola-jatorria duten taldeak

Hitzez, hitzik gabe eta modu digitalean komunikatzeko konpetentzia	Ikasten eta pentsatzen ikasteko konpetentzia	Elkarbizitzarako konpetentzia	Ekimenerako eta ekiteko espiriturako konpetentzia
✓	✓		✓

Izaten ikasteko konpetentzia	Hizkuntza- eta literatura-komunikaziorako konpetentzia	Matematikarako konpetentzia	Zientziarako konpetentzia
	✓	✓	✓

Teknologiarako konpetentzia	Gizarterako eta herritartasunerako konpetentzia	Arterako konpetentzia	Konpetentzia motorra
✓	✓		



## 4.2. Beste talde batzuk

Ama-hizkuntzan komunikatzeko gaitasuna	Atzerriko hizkuntzetan komunikatzeko gaitasuna	Matematika-gaitasuna eta oinarriko gaitasunak zientzia eta teknologiaren alorrean	Gaitasun digitala
✓		✓	✓

Ikasten ikasteko gaitasuna	Gaitasun soziala eta zibikoa	Ekimenaren zentzua eta enpresa-espirtua	Kultura-arloko kontzientzia eta adierazpena
✓	✓		✓

## 5. Baliabideak

### Informazio-gidak

- GUÍA DE RECURSOS DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO. MATERIALES DE DIVERSA ÍNDOLE Y EXPERIENCIAS. (“GARAPENERAKO HEZKUNTZA-BALIABIDEEN GIDA. HAINBAT MOTATAKO MATERIALAK ETA ESPERIENTZIAK”)

<http://directorio->

[guia.congde.org/guaderecursos/formato.php?valor=video](http://directorio-guia.congde.org/guaderecursos/formato.php?valor=video)

### Material didaktikoak

- TAILER OSAGARRIAK KONTSUMOKO PRESTAKUNTZA-ZENTROAN
  - Dieta orekatua 1
  - Erosketak egiteko irizpideak
  - Ba al dakizu zer jaten duzun? Etiketak esaten dizu

- ELIKADURA-SUBIRANOTASUNARI BURUZKO BIDEOAK ETA DOKUMENTALAK:  
<http://sodepaz.tv/index.php?mod=catalogo&tipoBusqueda=tematica>
- “DARWIN-EN AMESGAIZTOA” DOKUMENTALA (HUPERT SAUPER”. 2004).
- NO TE COMAS EL MUNDO (“EZ EZAZU MUNDUA JAN!”). MATERIALAK  
(Power Pointeko aurkezpenak, ikus-entzunezkoak, fitxak,  
elkarrizketak)  
<http://www.noetmengiselmon.org/spip.php?rubrique10&lang=es>
- FILM LABUR MUTUA: “ON; SOBERANIA ALIMENTARIA EN MARCHA”.(9´)  
<http://www.letra.org/spip/spip.php?article3708>
- TRES HISTORIAS Y UN VASO DE LECHE. (“HIRU ISTORIO ETA BASO BAT  
ESNE”)  
<http://opcions.org/es/cric/que-hacemos/video-documental>
- ELKARTASUN BIDEAK (ETBREN DOKUMENTALAK). SUSTRAIAK  
<http://www.eitb.eus/videos/noticias/afondo/detalle/297857/rutas-solidaridad-raices-i/>  
[http://www.blogseitb.com/rutas\\_de\\_solidaridad/2009/12/17/raices/](http://www.blogseitb.com/rutas_de_solidaridad/2009/12/17/raices/)

## Web-orriak

- [www.kontsumo.eus](http://www.kontsumo.eus)
- <http://consumoresponsable.info/conocenos/>
- <http://www.biodiversidadla.org/content/view/full/49997>
- [www.fao.org](http://www.fao.org)
- [www.consumehastamorir.org](http://www.consumehastamorir.org)
- [www.derechoalimentacion.org](http://www.derechoalimentacion.org)
- [www.viacampesina.org](http://www.viacampesina.org)
- [www.foodsovereignty.org](http://www.foodsovereignty.org)

- [www.prosalus.es](http://www.prosalus.es)
- <http://revistasoberaniaalimentaria.wordpress.com/2011/04/10/manzanas-locales-recuperando-un-eslabon-de-la-soberania-alimentaria-en-el-pais-vasco/>

## Helbide interesgarriak

Kontsumobide-ren kontsumoaren alorreko prestakuntza eta informazio zentroak

### Vitoria-Gasteiz

Adriano VI, 20-1º. 01008

Telf: 945 01 66 00

Fax: 945 01 66 01

Email: formacion-araba@kontsumobide.eus

### Bilbao

Nicolas Alcorta, 2. 48003

Telf: 94 403 22 20

Fax: 94 403 22 21

Email: formacion-bizkaia@kontsumobide.eus

### Donostia / San Sebastián

Zarategi ibilbidea 82-84 Atz. 20015

Telf: 943 02 25 90

Fax: 943 02 25 92

Email: formacion-gipuzkoa@kontsumobide.eus