

Setem



INDARKERIA

kontsumitzen dugu?

Indarkeria matxistarik gabeko kontsumorako
hausnarketa-gida



1

Sarrera



SETEM Hego Haizeak hamarkada bat baino gehiago darama genero-berdintasunaren alde lan egiten. Hala ere, 2010etik finkatu eta zehaztu da gehiago genero-berdintasunarekiko konpromisoa erakundearen barruan eta kanpoan (eta 2011ko ekainetik are gehiago). Bada, 2011n erakundearen genero-berdintasunaren aldeko diagnostiko bat egiteko prozesua hasi zen, eta prozesu horren azken urratsa da Genero-berdintasunaren Aldeko 2013-2016 Ekintza-plan Estrategikoa.

Bestalde, aipatzekoa da SETEMen oinarritzko lan-lerro bat dela kontsumo kontzientea, arduratsua eta eraldatzailea. Gainera, Genero-berdintasunaren Aldeko 2013-2016 Ekintza-planaren helburu estrategikoak honakoa jasotzen du: *“Harreman-sarea finkatu eta hedatzea, SETEM Hego Haizeak beharrezkoak diren aliantzak sor ditzan hausnarketa feminista sustatzeko, baita erakundeak desberdinkerien kontra borrokatzearen eta generoaren harira dituen eginkizunak bultzatzeko ere”*.

SETEMEk erakundearen barnean berdintasunaren aldeko aldaketa egiteko martxan jarri zuen prozesuarekiko paraleloki, indarkeria matxisten eta kontsumoaren gaineko hausnarketan eta ezagutzan sakontzeko beharra identifikatu zen. Eta, horrexegatik, 2015ean *“indarkeria matxistei eta kontsumoei buruz ikasteko eta ezagutza sortzeko prozesu kolektiboa”* martxan jarri zen, kontsumo kontziente, arduratsu eta eraldatzailearen arloan lan egiten duten erakundearen eta erakunde feministen lana bideratzeko, indarkeria matxistei kontsumo kontziente, arduratsu eta eraldatzailetik heltzerakoan ikuspegi feminista behar bezala sartzeko.

Prozesu parte-hartzaile honetan zehar, hainbat ekintza gauzatu dira. Bada, lehenengo unean, erakunde parte-hartzaileek **esparru teoriko** bat zehaztu dute indarkeria matxistak eta sistema kapitalistarekin duten lotura analizatzeko, kontsumoa bien elementu bideratzailea eta bateratzailea izanik. Esparru teoriko hori gero egin den **landa-lanerako** oinarria izan da, eta lan horretan, sakoneko elkarrizketen bitartez, herritarrei inkestak eginez eta eztabaida-taldeak antolatuz, sakoneko analisi bat egin da ikerlana aberasteko, gaiaren inguruko datu kuantitatiboak eta kualitatiboak eskainiz. Esparru teorikoak eta landa-lanak kontsumoaren lau esparru zehatzetan jarri dute begirada, esparru horietan dauden egiturazko indarkeriak, zuzenekoak eta sinbolikoak identifikatzeko.

Egin den lana bi agiritan jaso da. Batetik, ***Indarkeria kontsumitzen dugu? Indarkeria matxistei eta kontsumoei buruz ikasteko eta ezagutza sortzeko prozesu kolektiboa lana***. Bertan, prestatu den esparru teorikoa azaltzen da, baita aurretiaz zehaztu diren oinarri teorikoetatik abiatuz egin den landa-lanaren emaitzak ere. Bestetik, ***Indarkeria kontsumitzen dugu? Indarkeria matxistatik gabeko kontsumoa lortzeko hausnarketa-gida***. Gida hori ondoren aurkeztuko dugu, eta galdera-erantzun batzuen bitartez, berdintasuna sortzen duten eta egungo antolamendu sozioekonomikoa sakonean aldatzea xede duten

kontsumo aukerak sortzeko klabe batzuk eskaintzen ditu. Gidaren **helburua** da herritarrei tresna pedagogiko bat ematea, galdera-erantzunen bitartez kontsumoaren eta indarkeria matxisten arteko harremana ikusarazteko eta gure kontsumo-jokabideak eta -ohiturak zalantzan jartzea bultzatzeko.

Horretarako, agiri honek egin dugun aurretiazko azterketaren emaitza kuantitatibo eta kualitatibo batzuk jaso ditu, eta indarkeria matxistei benetan aurre egingo dioten kontsumo-eredu bat eratzea sustatzeko oso baliagarria izan daitekeen formatu batean aurkeztu ditugu (galdera-erantzunak).

hortaz, komenigarria da aipatzea indarkeria matxisten eta kontsumoaren arteko lotura lau esparru zehatz aztertuz analizatu dela:

- *Elikadura*, oinarritzko behar bat delako.
- *Etxeko produktuak*, lanaren banaketa sexualaren arabera.
- *Estetika (arropa eta kosmetika)*, emakumeen gorputza nola tratatzen den gauza bat bezala eta nolako indarkeria ezartzen zaion behatzeko.
- *Mugikortasuna*, kontsumo iraunkorarekin erlazionatutako esparru bat delako eta egiturazkoagoak diren gai batzuk analizatzeko aukera eman digutelako, hala nola hirien antolamendu-politikak.

Horregatik, dokumentu honek honako egitura hau du: lehenengotan, aztertu ditugun arloetako bakoitzari buruzko galderak azaldu dira, zehazki honakoen ingurukoak: etxea (elikadura eta etxeko produktuak, besteak beste), esparru pertsonala (estetika barne) eta arlo publikoa (mugikortasuna barne); horretaz gain, galdera orokorrak ere jaso dira, indarkeria matxisten eta kontsumoaren arteko harremana identifikatzeko.

Jarraian, galderen erantzunak jaso dira.

Galdera eta erantzun guztietan aipatzen dira egin dugun landa-lanarekin jaso diren datu kuantitatiboak eta kualitatiboak. Gainera, galdera-erantzun kualitatiboak indartu egiten dira adituei egin zaizkien elkarrizketetako eta eztaba-ida-taldeetan parte hartu duten emakumeen aipu batzuekin.

Komenigarria da azpimarratzea honakoak aukeratu ditugun galdera eta erantzun batzuk baino ez direla, hau da, interesgarriak diren beste batzuk ere garatu ahal izateko, **Indarkeria kontsumitzen dugu? Indarkeria matxistei eta kontsumoei buruz ikasteko eta ezagutza sortzeko prozesu kolektiboa** lanera jo behar da, besterik ez.

Azkenik, agiri hau kontsumo kontziente, arduratsu eta eraldatzailearen arloan ikuspegi feminista batetik lan egiteko interes berezia duen pertsona edo/eta gizarte-erakunde ororentzat da.

Zentzu horretan, pertsona fisikoek nahiz gizarte-erakundeek agiri honetan galdera eta erantzun lagungarri batzuk aurkituko dituzte, batetik, beren kontsumo-jokabide eta -ohiturak analizatzeko, eta, bestetik, indarkeria matxistarik gabeko kontsumo-eredu bat bultzatzeko jarraibideak izateko.



2

Eta zuk zer
kontsumitzen duzu?

Esan dugun bezala, aztertu ditugun lau eremuetatik abiatuz indarkeria matxisten eta kontsumoen arteko harremana identifikatzeko prestatu ditugun galderak jarraian jaso ditugu. Ondorengo ataldean, galdera horiei eman dizkiegun erantzunak azalduko ditugu.


- Nola da posible ahalegindu arren inoiz ez iristea? Superwomanen kasua
- Zaintza-lanak eta etxeko eginbeharrak... gene-kontu bat?
- Etxeko eginbeharretan laguntzen dugu edo elkarbanatu egiten ditugu?
- Emakumeek zergatik zaintzen dituzte hainbeste besteak eta ez diete horrenbesteko arreta jartzen beren beharrei?
- Ildasken kontrako produktuak, gantzaren kontrakoak, zimurren kontrakoak, zelulitisaren kontrakoak, usainaren kontrakoak, ilea erortzea ekiditekoak, orbanen kontrakoak, adinaren kontrakoak... eta zer gehiago?
- Emakumeen mutilazioa?
- Nola aurkitu —eta zure ondoan mantendu— printze urdina?
- Homosexualitatea modan dago?
- Zimur guztiak dira politak? Eta ile urdin guztiak dira erakargarriak edo ematen digute itxura dotorea?
- Dieten helburua beti da emakumeen ongizate handiagoa?
- Zenbat eta produktu estetiko gehiago erabili, orduan eta segurtasun falta handiagoa sentitzen dugu?
- Nola dago pentsatuta gure hiria eta bertan mugitzeko moduak? Zer lehenetasunen isla dira espaloi estuak eta autoentzako erre zabalak?
- Zer eragin dute garraio publikoaren erabilgarritasunak, maiztasunak, ordutegiak eta azpiegiturak emakumeek hirietan eta herrietan duten mugimendu-askatasunean?
- Nola mugitzen gara?
- Kaleek generoa dute?
- Zergatik da hain zaila ikustea indarkeria matxisten eta kontsumo kapitalistaren arteko lotura?

- Zer mekanismo erabiltzen dute patriarkatuak eta kapitalismoak elkarrekin emakumeen gaineko kontrola erabiltzeko eta salmentak areagotzeko?
- Nola justifikatzen du sistema kapitalistak kontsumoaren bitartez emakumeen kontra ezartzen duen indarkeria?
- Emakumeez gain... zein dira kontsumo kapitalistan indarkeria matxistaren xede diren beste kolektiboak?



3

Indarkeria matxistarik
gabeko kontsumo aske
baterako erantzunak





ETXEA

ETXEKO PRODUKTUAK ETA ELIKADURA

Hasiera-hasieratik, merkatua eta publizitatea produktu hauek biztanleriaren sektore jakin bati saltzera bideratu dira: emakumeei, hau da, “etxeoandreei”, haiek direlako etxeko eginbeharrez eta besteak zaintzeaz arduratzen direnak, batik bat. Fenomeno sozial eta ekonomiko gehienak bezala, kontsumoa gizartearen dinamika berrietara egokituz joan da, eta gaur egun emakume kontsumitzaileen eta etxeoandreen arteko harreman hori hain argi ez dagoen arren, ezin dugu ahaztu produktu horien salmenta emakumeei dagoela zuzenduta nagusiki¹, baina ñabardura garrantzitsuekin.

Are gehiago, kontsumoaren bitartez, bestelako emakume bat sustatzen da: emakume modernoa. Bestela esanda, aldi berean profesionala eta ama den eta etxea eta etxeoak zaintzen dituen emakume baten irudia. Testuinguru honetan, gaur egungo emakumeak hiru lanaldi bete behar ditu: lana, etxeoak zaintzea eta etxea zaintzea.

Jarraian, egin ditugun galderen erantzunak aipatuko ditugu, kontsumo kapitalistaren eta etxeko esparruaren arteko harremana azaldu eta nabarmentzeko.

1. Etxeko eginkizunez arduratzen agertzen diren gizonek ezgaitasun-estereotipoak betetzen dituzte.



Nola da posible ahalegindu arren inoiz ez iristea? *Superwomanen* kasua

Sistema kapitalistak emakume-ideal bakarria sortuz salmentak eta irabaziak areagotzeko aukera aurkitu du. Ideal hori lortezina eta arauz bete da, kontsumoa da ideal horretarako bidea, baina ezin da inoiz bete. Emakumeei tentsioa, frustrazioa... eragiten die, eta kontsumo jarraitua eta gero eta handiagoa bermatzen du, presioa arintzeko eta ezinezko ideal bat erdies-ten saiatzeko:

"Emazte ona izatea, etxea garbi izatea, senarra ongi zainduta izatea, arropa lisatuta, umea elikatuta, txakurra bainatuta, eta gainera, lan egitea (...) gizartean superwoman izan behar duzu, guztiaz arduratzeko eta polit egoteko gauza izan behar duzu, aurpegi ona jarrita eta zure bikotekidearekin harro ateraz"

Eztabaida-taldeak

**Kontsumo kontziente, arduratsu eta eraldatzai-
le** batek idealak eta exijentziak zalantzan jarri behar ditu, eta erdigunean jarri behar du zure erabakien nagusi izatea, ideal bakar eta lortezinetik askatzeko aukera bat izan dadin.





Zaintza-lanak eta etxeke eginbeharrak... gene-kontu bat?

Publizitateak emakumea familia elikatu eta zaintzeko lanaren protagonista eta arduradun "natural" gisa aurkezten du. Irudi horretan, ikusten zaila den matxismo naturalizatu bat jaso da, emakumeek berez onartzen baitute etxeke eginbeharren arduradunak direla emakume izateagatik.

"Zu ez bazara arduratzen, berehala esaten dizute ez zarela emakume on bat (...) bizi izan duguna errepikatzen dugu, gizarteak eragin handia du eta etengabe pentsatzen dugu erne egon behar dugula, eta horregatik onartzen ditugu ardura guztiak"

Eztabaida-taldea



"Nire amaginarrebak eta lagunek esaten didate pagotxa ikaragarria dudala ez dudalako janaria prestatzen, nire senarrak baizik. Nire lagunek esaten didate, baita jende gazteagoak ere"

Eztabaida-taldea

Kontsumo kontzientek, arduratsuak eta eraldatzaileak emakumeek eta gizonek barneratuta dituzten eginbeharrak zalantzan jarri eta desnaturalizatu behar ditu. Gainera, emakumeek nahiz gizonek berezkotzat jo dituzten jokabideak desikastea eta deseraikitzea bultzatu behar du, hartara alternatiba askatzaileak eta eraldatzaileak sortzeko eta parekotasuna sustatzeko, "erantzunkidetasun"ean eta antzeko balioetan oinarrituz.

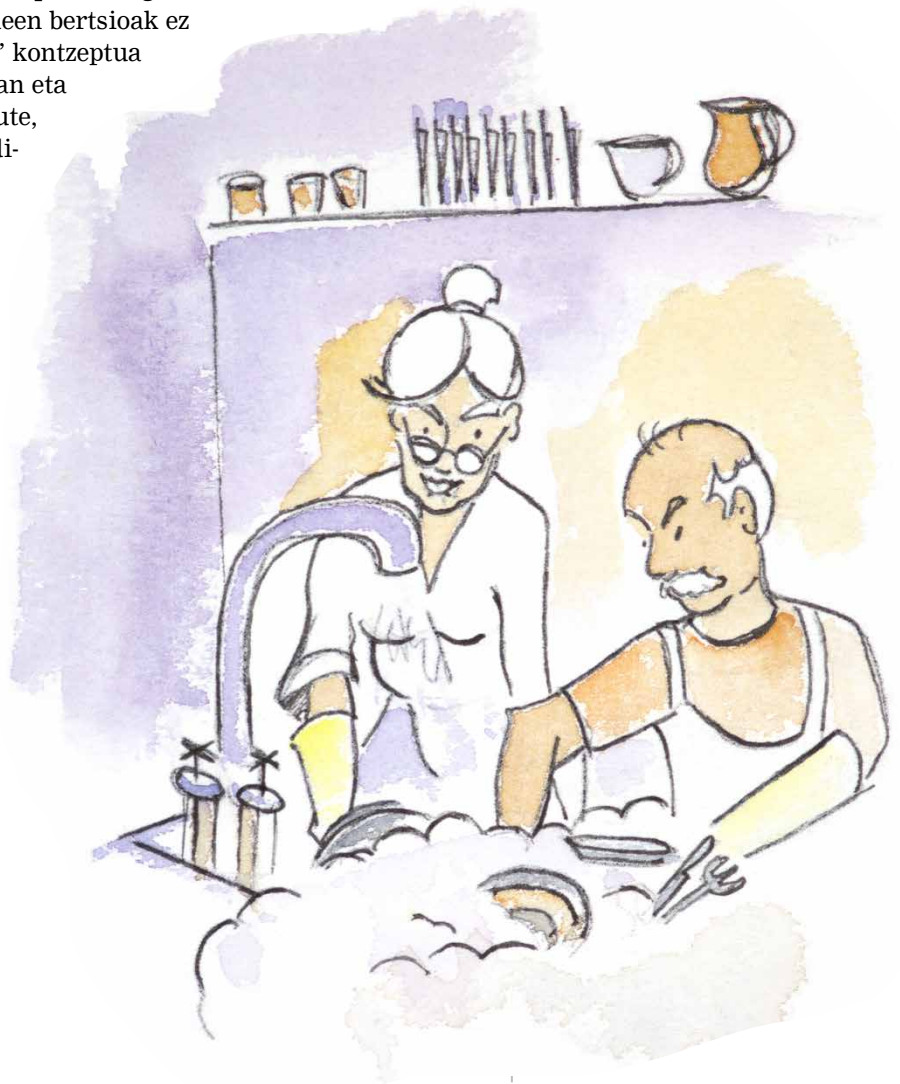


Etxeko eginbeharretan laguntzen dugu edo elkarbanatu egiten ditugu?

Bikotekidearekin bizi diren emakumeen % 44k etxetik kanpo lan egiten dute eta etxeko eginbehar guztiez arduratzen dira; gizonen, kasuan, berriz, % 11,6 daude egoera horretan.

Bestalde, gizonek etxean duten papera partaide gisa definitzen dute, nagusiki, baina emakumeen bertsioak ez du hori berresten. Hau da, “partaide” kontzeptua desberdina da emakumearen bertsioan eta gizonarenean. Gizonek adierazten dute, nagusiki, beren bikotekidearekin erdibana egiten dituztela betebeharrak (% 86,7k).

Kontsumo kontziente, arduratsu eta eraldatzaileak etxeko eginbeharrez arduratzea gure sistema ekonomikoa eta soziala mantentzeko behar-beharrezkoa dela azpimarratu behar du. Gainera, emakumeak etxeko eginbeharrez arduratzea eragiten duen lan-banaketa sexuala baztertu egin behar du, emakumeen eta gizonen arteko benetako erantzunkidetasuna sustatuz.





Emakumeek zergatik zaintzen dituzte hainbeste besteak eta ez die horrenbesteko arreta jartzen beren beharrei?

Emakumeen % 55,2k adierazten dute etxeko beste kideez gehiago arduratzen direla beren buruaz baino. Horren ondorioz, estres, neke eta frustrazio handiagoa sentitzen dute.

Kontsumo kontziente, arduratsu eta eraldatzaileak emakumeen autoestimua eta segurtasuna sustatzen dituen aukerak proposatu behar ditu, beren beharrak eta interesak asetzeko jarduerak gauza ditzaten, horregatik errudun sentitu gabe.





ESPARRU PERTSONALA

ESTETIKA (KOSMETIKA, ARROPA, TRATAMENDUAK...)

Estetika denboran zehar aldatu den eraikuntza sozial bat den arren eta nahiz eta kultura bakoitzak modu desberdinean ulertu duen, beti egon da erlazionatuta feminitatearen balioekin eta emakumeek sistema patriarkalean bete behar dituzten rolekin. Bada, emakumeak gure kulturaren irudikatzeko erabili diren moduek emakumearen sexualtasunari eusteko eta bere gorputza arautzeko asmo sendoa izan dute ardatz.

Gure gizarte kapitalistan, homogenizazio kulturalaren bitartez, emakumeen edertasun-eredu jakin bat normalizatzen da, itxura estereotipatua (emakume zuria, 90-60-90, gaztea eta heterosexuala) eta lortezina, gizartearen onarpena eta arrakasta ziurtatzen duena: gizonen gustukoa izatea. Eta estetikarekin erlazionatutako produktuen kontsumoa (arropa eta kosmetika) kanon “ideal” hori lortzeko bide nagusietako bat da.

Are gehiago, gero eta gehiago hitz egiten da emakumeak gauza moduan tratatzeari buruz, emakumeen gorputzak kontsumitu, erabili eta bota daitezkeen objektu bat bezala irudikatzen direlako. Horrela, emakumeak kontsumorako subjektu eta objektu bihurtzen dira aldi berean.

Jarraian, egin ditugun galderen erantzunak aipatuko ditugu, kontsumo kapitalistaren eta estetikaren esparruaren arteko harremana azaldu eta nabarmentzeko.



Ildasken kontrako produktuak, gantzaren kontrakoak, zimurren kontrakoak, zelulitisaren kontrakoak, usainaren kontrakoak, ilea erortzea ekiditekoak, orbanen kontrakoak, adinaren kontrakoak... eta zer gehiago?

Produktu estetikoak “benetako emakumeen kontrakoak” dira benetan, kontsumoaren bitartez edertasun eredu lortezinak proposatzen baitira, gure gorputzen errealitatea eta dibertsitatea ezabatzea eragin nahi dutenak: adina, etnia, gorputzaren prozesuak, aniztasun funtzionala, usainak eta neurri desberdinak...

“Indarkeriaren isla da gauza bat dela ni nire osasunaz ohartzea eta neure burua kosmetika jakin batekin zaintzea, eta beste gauza bat dela osasuna kontuan hartu gabe nik eskatzen didaten irudia ematea (...). Jakina, emakumeek nerabeak izan behar dute betiko, eta horregatik daude gero eta klinika gehiago ebakuntza estetikoak egiteko, gantza kentzeko... Emakumea ezin delako zahartu, zahartzen den unean gizartearentzat baliogabe bihurtzen delako, ez du aukerarik lan-arloan ere, emakumeen lanpostu askotan delako garrantzitsua beren irudia”

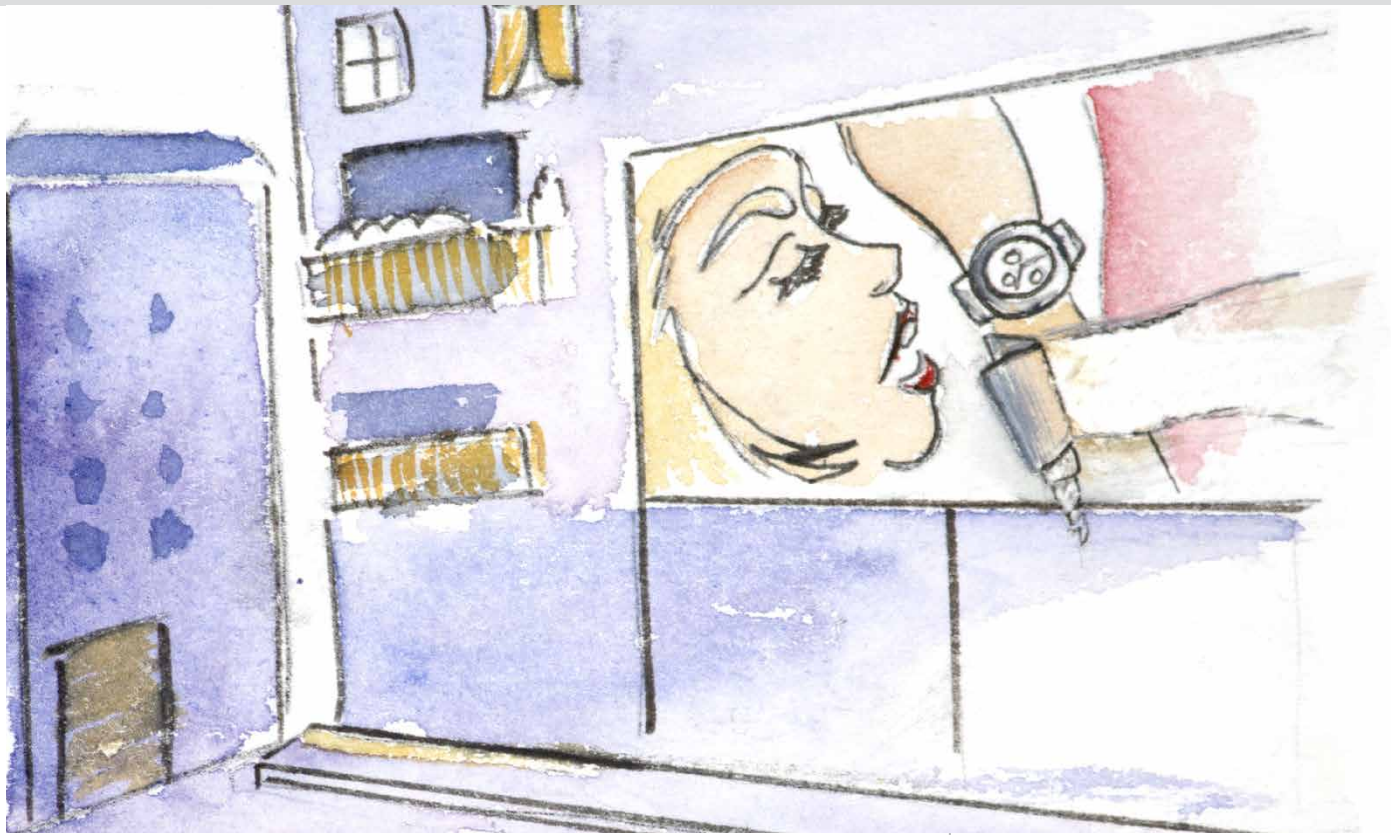
Emakume aditu bati egindako elkarrizketa



Kontsumo kontziente, arduratsu eta eraldatzaileak gardena izan behar du produktuek gure osasun fisiko eta mentalean dituzten eraginekin, eta oro-ren gaintik, oinarrizko beharrei (elikadura, higiena...) erantzutea sustatu behar du, ez gauzak erostea ez diren beste eremu eta harreman batzuen bidez ase beharko genituzkeen emozio edo esperientziei erantzutea.



Emakumeen mutilazioa?



Emakumeen kontrako indarkerian eta mutilazioan pentsatzen badugu, gogora datorkigun lehenengo gauza Emakumeen Genitalen Mutilazioa (EGM) da, munduko herrialde askotan emakumeen gorputzaren kontra eragiten den indarkeria bortitza, alegia. Baina hain agerikoak ez diren bestelako mutilazio asko ahazten zaizkigu: emakumeen gorputza publizitatean zatikatzea (bururik gabeko eskote ikusgarrien kartelak, aurpegi osoa erakusten ez duten aho irekiak...) nahiz kirurgia estetikoak (liposukzioak, sabel-txikiagotzeak...). Honela aipatzen dute elkarrizketatutako emakumeek:

"Kirurgia istripu ugari eragiten dituen gorputz-mutilazio bat da, norbere buruari min ematean datza (...) ezin diogu gure buruari beste modu batean balioa eman (...) polita zarela sentituz gero ongi egongo zarela agintzen dizute"

Elkarrizketa adituari

Kontsumo kontziente, arduratsu eta eraldatzaileak era askotako gorputz-ereduak islatuko eta sustatuko ditu: askotariko formak, koloreak, sexualitateak, neurriak... Eredu alternatiboak balioesten dituztenak, eta horrela, ezinezko eredu horiek gure gorputzean dituzten ondorioak etengo dira.



Nola aurkitu —eta zure ondoan mantendu— printze urdina?

Publizitatearen bidez zabaltzen diren mezu askok maitasun erromantikoaren mitoa indartzen dute. Emakumearen gizarte-esanguraren oinarri bat da ondoan gizon bat izatea. Erromantizismo patriarkalak nagusia (gizonezkoa)/menpekoa (emakumezkoa) sistema mantentzen du. Moral sexual bikoitz batetik abiatuz, estetikarekin erlazionatutako produktuak beharrezkoak dira emakumeak sexualki erakargarriak eta gizonen gustukoak izan daitezen.

“Emakumea ezin da azkar ibili, besoa eman behar zaio takoitzar horiekin ibil dadin. Kontxo, 20 zentimetrokoak direlako eta erori ahal delako (...). Arropa asko izan behar duzu, ez dezaten pentsatu eroso egoteko arropa besterik ez duen etxeoandre bat zarela (...) eta kuleroek enkaje akrilikodunak izan behar dute, nahiz eta deserosoak izateaz gain niri kandidak eragiten dizkidaten, eta zapatak plastikozkoak, oina egosten bazaizu ere”

Eztabaida-taldea

“Emakume bakoitzaren egoera zehatzak, beren pisu handiegiarekin edo txikiegiarekin erlazionatuta daudenak eta murrizketa psikologikoa eta ziurgabetasuna bultzatzen dutenak. Norbere burua zaintzea beste sexuaren gustuko izatea dela, besteak onartu behar nauelako (...).”

Emakumezko aditu bati egindako elkarrizketa



Kontsumo kontziente, arduratsu eta eraldatzaileak maitasuna despatriarkalizatzen lagundu behar du, baita gure kultura erromantiko eta heteroarautzailea zalantzan jartzen eta bere egitura tradizionalak desmuntatzen ere, harremanak izateko beste modu batzuk asmatzeko.



Homosexualitatea modan dago?

Estetikaren esparruan, “beren burua zaintzen” duten eta “moda jarraitzen” duten gizon homosexuali zuzendutako mezuak areagotu dira, merkatu-nitxo berrizat jotzen direlako. Haien irudi moderno eta estereotipatu bat zabaldu da, eta mezuetan gorputzen aniztasuna ikusezin egiten jarraitzen da aukera eta mezu estetikoetan, arroparen neurrietan...

“Estetikan, besteen iritziagatik kezkatzea inposatzen dizute, eta horrek eragina du; zeuretzat janzen zara, baina beti bilatzen duzu gizartearen oniritzia”

Emakume aditu bati egindako elkarrizketa

Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzaileak merkatu-nitxo berriak bilatzean “apartekotasun moderno”ri atea irekitzen zaiola islatu behar du, patroi arautzaile eta kapitalista batzuen barruan, baina errealitate anitzago bat sortzeko asmorik gabe, patroi arautzaileak identitate periferiko batzuetan sartzeko asmoarekin baizik.





Zimur guztiak dira politak? Eta ile urdin guztiak dira erakargarriak edo ematen digute itxura dotorea?



36 eta 50 urte arteko emakumeen % 50,7k eta 51 eta 65 urte arteko emakumeen % 55,1ek erabiltzen dituzte adinaren eraginak geldiarazteko kosmetikoak; gizonen kasuan ehuneko horiek % 8,3koa eta % 15,1koa dira, hurrenez hurren. 36 eta 50 urte arteko emakumeen % 76,4k eta 51 eta 65 urte arteko emakumeen % 88,2k tindatzen dute ilea; gizonen kasuan, berriz, % 0,6k eta % 0,8k egiten dute, hurrenez hurren.

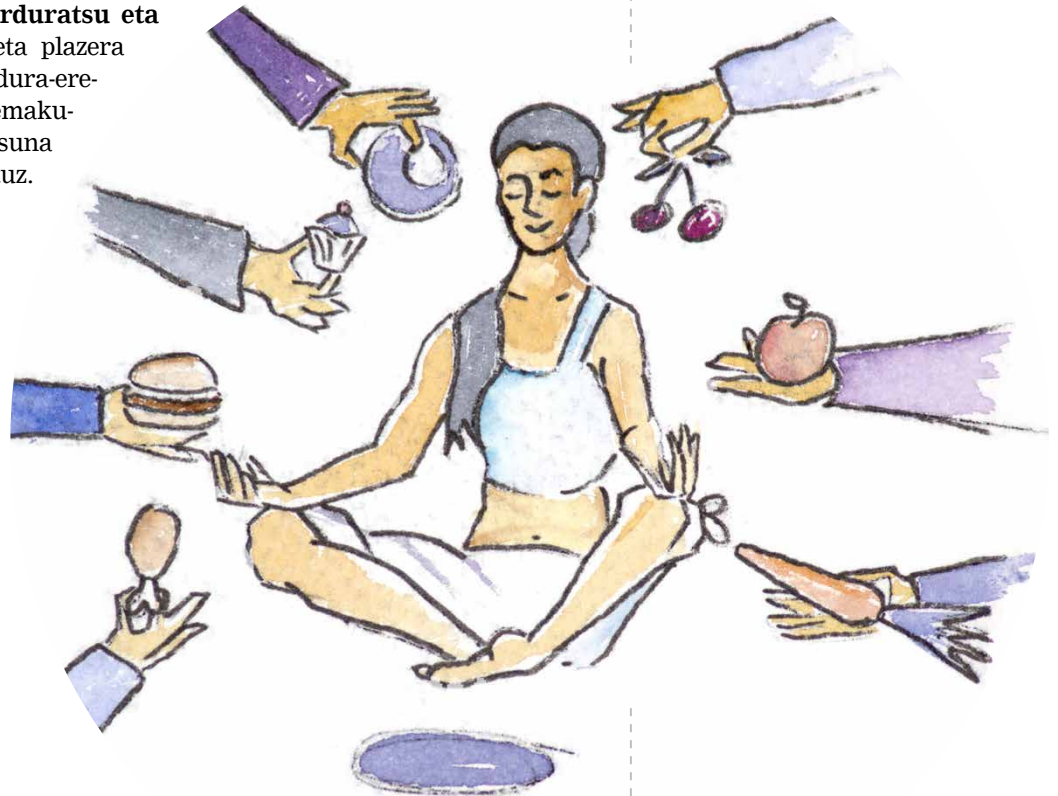
Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzaileak emakumeei inposatu zaien eta gaztetasuna ezaugarri duen edertasun-ereduarekin hautsi behar du, edertasun-eredu horrek gure gorputzek urteak betetzeak dituen eragin naturalak ezkutatu edo geldiaraztea duelako helburu.



Dieten helburua beti da emakumeen ongizate handiagoa?

18 eta 35 urte arteko emakume gazteen % 10ek jasan dituzte kalteak dietak egin izanagatik.

Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzaileak osasuna eta plazera sustatzen dituzten elikadura-eremuak bultzatu behar ditu, emakumei gehiegizko argaltasuna inposatzen dietenak baztertuz.





Zenbat eta produktu estetiko gehiago erabili, orduan eta segurtasun falta handiagoa sentitzen dugu?

Zenbat eta produktu estetiko gehiago erabili, orduan eta presio handiagoa jasaten dute emakumeek beren irudiagatik: produktu estetikoak erabilera ertaina/handia egiten duten emakumeen % 23,2 daude indarkeria sinboliko handiaren menpe, eta produktu horiek gutxi erabiltzen dituzten emakumeen % 9,1.

Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzaileak produktu estetikoak sarri erabiltzeak emakumeentzat eragiten duen sorgin-gurpila nabarmendu eta salatu behar du, hobeto eta konfiantza handiagoarekin sentitzeko erabiltzen badira ere, azkenean eragin negatiboa dutelako, produktu horiek zenbat eta gehiago erabili orduan eta presio handiagoa pairatzen baitute beren irudiagatik.





ESPARRU PUBLIKOA
HERRIETAKO MUGIKORTASUNA

Mugikortasuna, edo garraioa, mugimendu-askatasunarekin eta irisgarritasunarekin dago erlazionatuta, baita pertsonen artean, beren buruarekiko eta ingurumenarekiko dituen eraginekin ere. Baina ez da norbanakoaren aukera edo erabaki huts bat, lurraldeen diseinuarekin (herrialdeak/herriak, eta hirien eta landaren arteko konexioa), azpiegituren arloko inbertsioen politika publikoekin eta energia/baliabide politikekin, etab. ere erlazionatuta baitago. Esparru honek are gehiago nabarmentzen du kontsumoa ez dela norbanakoaren aukera huts bat, testuinguru sozial eta politiko bakoitzaren aukerekin ere erlazionatuta baitago. Hori guztia generoen rol tradizionalen eraginpean dago, eta, aldi berean, rol horiek indartu egiten ditu eta desberdintasunak betikotzen ditu.

Jarraian, egin ditugun galderen erantzunak aipatuko ditugu, kontsumo kapitalistaren eta mugikortasunaren esparruaren arteko harremana azaldu eta nabarmentzeko.



Nola dago pentsatuta gure hiria eta bertan mugitzeko ditugun moduak? Zer lehenetasunen isla dira espaloi estuak eta autoentzako errei zabalak?



Hiria ez dago diseinatuta gizakiok bizitza atsegina izan dezagun, baina osaketa androzentrikoa du, ez zaintzarako egituratuta dagoelako, lan produktiborako eta auto bidezko garraiorako antolatuta dagoelako baizik. Hau da, gaur egun (edo tradizionalki generoen rolen arabera) gizona protagonista duten eginkizun eta erabileretarako dago eginda. Esate baterako, hiriak ez daude ongi prestatuta bizikletetarako, eremurik zabalenak autoentzat dira eta hiriaren trazadurak lehenetasuna ematen die ibilgailu motordunei oinezkoen gainetik.

"Gure arazoa da gizakion beharretan pentsatzen ez duen hiri-garapena izan dugula, hiriaren ardatza beti izan direlako merkataritza, kontsumoa eta inbertsioak, eta horretarako sortu zelako hiria. Elkartzeko esparruak izan behar ditugu, eta jakina, kontsumoarekin erlazionatuta daude"

Emakume aditu bati egindako elkarrizketa

Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzaileak bizikidetza eta harremanak hirien ardatz bihurtu behar ditu, ez kontsumo hutsa, beharrak asotariko harremanen bitartez asetzea baizik.



Zer eragin dute garraio publikoaren erabilgarritasunak, maiztasunak, ordutegiak eta azpiegiturak emakumeek hirietan eta herrietan duten mugimendu-askatasunean?

Emakumeek lekualdaketa laburrak egiten dituzte zaindari-eginkizunez arduratzen direnean: umeak parkera edo eskolara eramatean, menpeko pertsonak zaintzean, osasun-zentrorra joatean, erosketak egitean, etab. Horrek beren mugikortasuna zailtzen du eta denbora gehiago behar izaten dute (hiri guztietan ez, ordea). Landan, herrien arteko komunikazioa are zailagoa da ez baduzu ibilgailu pribaturik.

Horren ondorioz, emakumeek denbora gutxiago dute, egunero-egunero denbora asko eskatzen duten lekualdaketa ugari egin behar baitituzte, eta horrela, haien bizi-kalitatea eta aisialdia murrizten dira.

“Ez nuen inoiz arazorik izan alaba jaio zen arte, orduan autobusera igotzean bi gurditxo bakarrik sartzen direla ikusi nuelako. Askotan, hurrengo autobusaren zain geratu behar duzu, eta agian hurrengoaren zain, edo haren ostekoaren zain... edo oinez joan behar duzu etxera. Guztiz etsita sentitzen naiz, udan paseotxo bat egin dezakezula eta beste autobus bat etorriko dela pentsatzen duzulako, baina neguan euria edo elurra ari du, eta zu hor, haurtxoarekin. Guztiz babesgabe sentitzen naiz. Gasteizen garraio publikoa oso txarra da, autoa erabili behar dut lanera joateko. Urrutiko nonbaitera iristeko, bost aldiz egin behar da garraio-bide-aldaketa edo ezer ez (...). Gaez, azken autobusa 22:15eko da, eta udan, agian, hirigunean zaude antzerkira joan zarelako eta 22:30ean irteten zara eta etxera oinez joan behar duzu edo taxi bat hartu. Edo lanetik berandu irteten bazara”

Eztabaida-taldea

Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzai-leak erabiltzaileen beharrei eta iraunkortasun-irizpideei erantzuten dien kalitatezko garraio publikoak lehenetsi behar ditu.





Nola mugitzen gara?



Alde handia dago emakumeek eta gizonek erabiltzen dituzten garraiobideen artean. Etxetik kanpo soldata baten truke lan egiten duten pertsonen artean, emakumeen % 39,1 oinez doaz lanera, eta gizonen % 19,1; emakumeen % 21,8k garraio publikoa erabiltzen dute, eta gizonen % 7,7k hartzen dute garraio publikoa.

Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzaileak garraiobide jakin batzuk sustatu behar ditu, hala nola oinez edo bizikletaz joatea eta garraio publikoa hartzea, bizitza osasungarriagoa sustatzen duen, kutsatzen ez duen eta pertsonen arteko soziabilitatea sustatzen duen kontsumo-aukera gisa. Gainera, genero-ikuspuntua barne hartzen duen hirigintza sustatu behar du, herriak eta hiriak oinez eta bizikletaz mugitzeko eremuak aintzat hartuz diseinatuz.



Kaleek generoa dute?

Emakumeen % 33,3k kalean beren fisikoari, sexu-orientazioari eta abarri buruzko esaldiak entzun dituzte; gizonen % 12,8k entzun dute horrelako zer-bait. Era berean, emakumeen % 66,4k sentitu dute ziurgabetasuna gauez bakarrik kalean ibiltzean, eta gizonen % 26,6k sentitu dute gauza bera; emakumeen % 59,4k izan du benetan beldurra kalean bakarrik ibiltzean, eta gizonen % 11,9k.


Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzaileak genero-ikuspegia barne hartzen duen hirigintza sustatu behar du, hiriak eta herriak ziurgabetasuna eragiten duten puntu beltzak kontuan hartuta diseinatuz, baina bereziki bertako kolektiboen beharrei erantzunez eta ez gaur egun bezala gizonezkoen beharrei bakarrik erantzunez.





4

Indarkeria matxisten
eta kontsumoaren arteko
harremanean sakontzen



Sistema kapitalista, bere egungo etapan, kontsumoaren gizartean oinarritzen da. Egile batzuek kontsumoaren kapitalismoa esaten diote. XX. mendeko 20ko hamarkadan sortu zen, eta bere bereizgarria da ondasunak eta zerbitzuak masiboki kontsumitzen eta ekoizten direla, ez da iraunkorra gizakiontzat, ezta beste bizidunentzat ere. Kontsumo masiboaren eredu horrek ekoizpena etengabe areagotzeko beharra sustatzen du, baita hazkuntza ekonomikoa ere, iraunkorrek ez diren mailetaraino. Horrek arriskuan jartzen ditu mendebaldeko pertsona askoren bizi-baldintzak eta herrialde pobretu gehienetakoenak, baita mundu osoko natura ere.

Gure gizartea kontsumitzaileena da, hau da, gure beharrak eta nahiak kontsumoaren bitartez asetzen ditugu. Sistema kapitalistaren ardatza dirua denez, kontsumitzailea izateak, gehien-gehienetan, kontsumitzeko zerbitzuak eta ondasunak erostea/ordaintzea esan nahi du. Bestalde, negozio-nitxo bihur daitezkeen dimentsio guztiak merkantilizatu ohi dira. Adibidez, prozesu honetan azpimarratu da kapitalismoak nola bihurtu dituen kontsumoko ondasun eta zerbitzu lehen eta gaur egun ere ikusezin egin diren eta tradizionalki emakumeen esku egon diren etxeko zaintza-lanak. Arlo hori merkantilizatuz, lanaren banaketa sexuala eta bizitza mantentzeko zaintza-lanaren ikusezintasuna eta aintzatespen falta gainditu beharreen, kapitalismoaren, merkatuaren eta kontsumoaren logikara egokitzea da lortzen ari dena: interes garrantzitsuena eta lehena da irabazi ekonomikoa pilatzea, eta ez berdintasunezko eta kalitatezko erantzuna ematea gizakion oinarritzko zaintza- eta afektu-beharrei. Horrela, merkatuan esparru pribatuko desberdinkeria errepikatzen da: balio txikiagoa, ikusezin egitea, lan-arloko desberdinkeria...

Ondasun eta zerbitzu horiek, eta gainerakoak, kontsumitu, mantendu eta betikotu egiten dira kontsumoaren kapitalismoaren berezko balioen babesarekin, baina gizaki guztien eta naturaren bizitzaren kontra doaz: mugarik gabe ekointzi eta pilatzea, ekomenpekotasunaren eta elkarrekiko menpekotasunaren aurke independentzia, indibidualismo hedonista bere “exijentzia handiko, pazientzia txikiko eta frustrazioa jasateko tolerantzia urriko gizabanakoekin”², etnozentrismoa³, beste kosmoikuspegi eta balore batzuk ikusezin egiten eta zapaltzen dituen, eta homogeneousazioa, globalizazioak saltzen duen desberdintasunen ustezko nabarmenitze eta balioespenaren aurrean. Azken batean, ondasunek eta zerbitzuek berez garrantzia galtzen dute, beren helburua ez baita benetan gizakion beharrei erantzutea, ustez hori den arren, kontsumo hutsa lehenesten baita “*norbanakoaren eta kolektiboaren ongizate eta zorion handiagoa lortzeko*” (Orellana, 2007); kontsumo horrek oso zalantzarako balioak barne hartzen ditu.

Jarraian, kontsumo kapitalistaren eta indarkeria matxisten arteko harremana azaldu eta nabarmentzeko galdera batzuk jorratuko ditugu.

2. (...) eta medikuntzak eman ezin diena ematea espero dute”, dio Daniel Callahan-ek, “Medikuntzaren Helburuak” proiektuaren zuzendaria, New Yorkeko Hastings Center-a. Iturria: Colgados de los ansiolíticos. El País egunkariko artikulua, Milagros Pérez Oliva (2014ko irailaren 28a).

3. Harluxet Hiztegi entziklopedikoaren arabera, etnozentrismoaren definizioa da “Beste gizarteak baloratzen diren norberaren gizarte edo etniako arau eta balio estandarrek erabiltzeko joera”. Horrek kulturen artean hierarkia bat sortzea esan nahi du, kultura nagusia besteak baino garrantzitsuagozat jotzen baita.

Zergatik da hain zaila ikustea indarkeria matxisten eta kontsumo kapitalistaren arteko lotura?

Kontsumoan indarkeria matxistak ikusteko zailtasunak honakoaren ondoriozkoak dira:

- Sakonki naturalizatuta eta barneratuta daude, eta horregatik, ez da erraza “normaltzat” jotzen den zerbait ikustea.
- Indarkeria matxistak dimentsiorik agerikoenera mugatzen dira batik bat, eta ondorioz, indarkeria fisikoan kontzentratu ohi dira.
- Indarkeriaren arazoari modu pribatuan heltzen zaio gaur egun ere, eta horregatik ikusten da oraindik norbere arazo gisa eta ez egiturazko arazo sistemiko bat bezala.

“Gutziz barneratuta dagoelako eta jakina delako, onartu egiten da hau honela dela, eta gizartea oso astiro garatzen da. Gai hau ez da lantzen. Gehiago egiten da birziklatzearen alde indarkeria matxista ekiditearen alde baino. Ez dago arazo honi aurre egiteko prestakuntzarik ezta estrategiarik ere”

Emakume aditu bati egindako elkarrizketa

Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzaileak indarkeria matxisten eta kontsumo kapitalistaren arteko harremana salatzeko estrategia-multzoz bat martxan jarri behar du; izan ere, indarkeriaren askotariko adierazpenak nabarmentzeak eragina du indarkeria horien aintzatespenean eta beren desnaturalizazioa sustatzen du.

Zer mekanismo erabiltzen dute patriarkatuak eta kapitalismoak elkarrekin emakumeen gaineko kontrola erabiltzeko eta salmentak areagotzeko?

Sistema kapitalistak indarkeria matxistak sustatzen eta betikotzen ditu emakumeen gainean kontrola izaten jarraitzeko, horrela bere biziraupena eta hazkuntza ziurtatzen baititu. Honela egiten du, batik bat:

- Lanaren banaketa sexualarekin, zaintza emakumeei berez dagokien eginkizun bat dela adieraziz.
- Emakumeentzat ideal lortezin bat sortuz beren alderdi guztietan, bereziki zaindari gisa eta arlo fisikoan.
- Emakumea beti gazte izan behar duen objektu gisa erakutsiz.
- Maitasun erronkatikoarekin, horrek itxarotea, menpekotasuna, etab. eragin ohi dituelako.
- Familia heterosexuala jakintzat emanez, eta horrela generoen rola betikotuz.
- Beharrak sortuz eta horien erantzuna kontsumoa izanez, kontsumo-beharrak amaigabe batean sar gaitezten.

Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzaileak zalantzan jarri behar ditu mekanismo hauek, hala ukitzen dituen esparruetan, nola sustatzen duen komunikazioan.

Nola justifikatzen du sistema kapitalistak kontsumoaren bitartez emakumeen kontra ezartzen duen indarkeria?

Sistema kapitalistak indarkeria matxistak justifikatzen ditu; izan ere:

- Produktuak salduz zabaltzen dituen genero-estereotipoak eta balioak “marketin-kanpainatzat” jotzen dira, eta ez indarkeriatzat.
- Emakumeen eta gizonen arteko desberdintasun materiala mantentzen du, kontsumo-behar desberdinak sortuz, genero-estereotipoetan eta lanaren banaketa sexualean oinarrituz. Ikuspuntu honetatik, indarkeria gizartearen islatzat jotzen da, ez kontsumoaren bidez errepikatzen eta sustatzen den arazotzat.

Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzaileak sustatzen dituen proposamen eta aukera guztiak berrikusi behar ditu emakumeentzat nahiz gizonentzat izan ditzaketen eraginak analizatu ahal izateko moduan, egungo desberdinkeriak ez errepikatzeko eta gizarte zuzenago eta berdintasunezkoa-go bat eratzeko aurrerapausoak emateko.

Emakumeez gain... zein dira kontsumo kapitalistan indarkeria matxistaren xede diren beste kolektiboak?

Sistema kapitalistak kontsumoaren bitartez indarkeria matxistak sustatzen eta betikotzen ditu sexua-generoa-sexualitatea eskematik “ihes egiten” duten gorputzen kontra ere. Ikuspuntu honetatik, gizona/emakumea, maskulinoa/femeninoa binomioekin bat ez datozen pertsoneri eraso egiten die, baita eredu heterosexual arautzailea betetzen ez dutenei ere. Hau da, gayei, lesbianeiei, transexualei, intersexei... buruz ari gara. Nagusiki marketin-tresnen barruan eta publizitatean kolektibo hauek ikusezin eginez egiten du, eta horrela, jasaten duten gizarte-bazterkeria mantentzen laguntzen da.

Kontsumo Kontziente, Arduratsu eta Eraldatzaileak bere proposamene-tan aniztasunaren aldagai guztiak ikusaraztea eta aintzatestea ahalbidetzen duten proposamenak barne hartu behar ditu.

Setem

www.setem.org/euskadi

f SetemHegoHaizea

t @SetemHegoHaizea