

Net Hurbil

PELLO ZUBIRIA

Gure aiton-amonek badakite mundua nola salbatu

Nola liteke Mendebaldean inguruneaz eta aberastasunaren justiziarik gabeko banaketaz ele eta mele jardutea eta kontsumismoak bere gorenean segitzea? Posible ote da herritarrek horri uko egitea? Mike Davisek uste du gerra garaia ezagutu zuten gurasoek erantzuna badutela.

Ekologista moduan mintzo diren

gure arteko askok 'supersize' bizimodua daramate. (...) Posible ote litzateke amerikarrok geure borondatez uko egitea 4x4ei, etxe handici, McDonald'sei eta belardi artifizialari?" Mike Davis kazetari eta idazlearen galdera lotzen zaio duela hamabost eguneko Net Hurbili ("Apirilaren 15etik ingelesak planeta jaten ari dira") eta badu mamia yankiak ez garen beste mundutar aberatsentzako ere. "Komunikabide nagusiak etengabe mintzo dira karbono kredituez, auto hibridoek, hirigintza berriaz... eta hala ere gure lorratz ekologikoa egunetik egunera handiagoa da".

Erantzun bat gure aiton-amonek eduki dezaketela idatzi du Mike Davis Kalifornian bizi den ikerlari trostkistak *Alternet* aldizkari elektronikoko iparramerikarrean: "Home-front ecology: What our grandparents can teach us about saving the world".

II. Mundu Gerraz ari da Davis. "1940etan amerikarrek itsasoz beste aldean faxismoa eta etxean alferrikako xahutzea biak batera borrokatu zituzten. Nire gurasoak, haien bizilagunak eta milioika herritar autoak etxean utzita bizikletaz joaten ziren lanera, etxe aurreko lorategiak aitzurtu eta azak landatu zituzten, hortzetako pastaren tuboak eta sukaldeko olioak birziklatu zuten, boluntario lanean aritu ziren soldaduei laguntzeko zentroetan, etxeak eta otorduak ezezagunekin par-

tikatu zituzten, eta behar zenaz gain ez gatatzen ahalegindu ziren".

Davisen ustez II. Mundu Gerra izan zen AEBen historian egin den kanpaina berde masibo eta zabalena. Amerikarrek ez zituzten etxean jasan gerraren txikizioak –hil eta zauritu ugari bai fronte guztietan– baina hortzak estutu behar izan zituzten garaiaren militarren bila. Ordurako AEBetako gizartea bete-betean sartuta zegoen eredu kontsumista berrian, baina gerrak behartu zituen agintariak kanpaina egitera derrotxearen kontra eta kontserbatzearen alde.

Estatuak berpiztu zituen, adibidez, "Victory Garden" famatuak, garaiaren baratze edo ortuak. I. Mundu Gerran Wilson presidenteak sustatu zituen janari urritasuna erremediatzeko, eta 1929ko krisi handiaren ondoren berriro bultzatu zituzten, langabeziari irtenbidea eman nahian. Pearl Harboreko hondamendiaren ostean AEB berriro gerran sartu zirenean, Nekazaritza Departamenduak "Food Fights for Freedom" (Askatasunaren aldeko Janari Gudua) kanpaina antolatu zuen.

Etxe Zuriaren aurreko lorategian 1943an barazkiak erein ziren, denen eredu. AEBetan 20 milioi ortuzain berri saiatu zen lan berean, eta bertako beharren %30-40 horietan ekoiztu zen, benetako nekazarien fruituak Britainia Handira edo Errusiara bidali ahal izateko.

Argazki handian, AEBetako herritarrak "Victory Garden" edo "Garaipen Baratze" batean. Honelako milioika antolatu ziren II. Mundu Gerra garaian, elikagaiak etxe ondoan sortu eta laborari profesionalen laboreak gerrarako erabili ahal izateko. I. Mundu Gerran sortu zuten formula, eta 1929ko krisi handiaren ondorengo urteetan ere erabili zen. Gobernuak publizitate kanpaina handia egin zuen baratze hauen alde. Afixeetako batek zioen: "Landu ezazu Garaipen Baratze bat. Gure janaria ere borroka da. Baratzeari esker, zuri dagokizun janaria urrunago iritsiko da". Xahutzearen kontrako eta aurreztearen aldeko ahaleginak autoen erabileran ere izan zituen ondorioak. Kotxe berririk ez zen egiten –tanke eta abioiak ekoiztearen– eta gasolina arrazionatu egin zuten. Irudi txikiko afixak dio: "Autoan bakarrik bidaiatzean, Hitlerrekin bidaiatzen duzu. Sartu gaur bertan autoak partekatze klub batean". Modemoagorik...

Hiri barruko baratze haiek famatu egin ziren. John Malcolm Brinnin poeta eta kritikoa famatuak *The Garden is Political* poema liburua idatzi zuen, eta bertan goraiatzaren zuten "internazionalismo alorrak". Boy Scout, sindikatu eta elkarten artean milaka lur mutur itsusi eta abandonatu bihurtu zituzten auzo baratze, inguruko gaztetxoei ortuzain buruaski denaren harrotasuna eman zietenak. Chicagon bertan 400.000 eskola umek hartzen omen zuten parte "Garaipenerako Garbiketa" operazioetan.

"Victory gardening" kanpaina horiek, Mike Davisen iritzian, janari beharrak asetzetik harago iritsi nahi zuten. Hiriguneeen ikuspegi berdeago bat bazen herrietako zabortegeiak ortu bihurtu eta milaka irakasle baratzezain maisu bilakatzeko ahalegin hartan.

Austeritatea hitz arrotza da

II. Mundu Gerrak koroa kendu zion errege bati: ordurako iparramerikarren bizimoduan jainko bilakatu zen automobilari. Detroiteko kotxe fabrikak egokitu zituzten tankeak eta hegazkin militarrek egiteko. Gasolina murriztu egin zen, kautxoak berdin. Horiek gabe herritarren garraioa eromena bihurtu zenez, agintariek kanpainak egin zituzten gidariek beste oinezkoak har zituzten beren autoetan.



Arrazionamendu garaiko eslogan bitxi honen berri eman digu Mike Davisek: “Autoan bakarrik zoazenean, Hitlerrekin zoaz!”. Hori entzunik, nola ez partikatu autoa... Gasolina ere autoak zeramatzan bidaiarien arabera banatzen zen zenbait lekutan. Auto-stop egitea sustatu zen. Propagandak herritarrei dei egiten zien bus geltokietan zain zeudenak etxera hurbildu zitzaten, soldaduak baldin baziren batez ere.

Galdua zen garraibide zahar bat berpiztu zen: zaldi-karroa. Hirietako auzo urrunetan bizi zirenen artean, batik bat. Hala ere, benetan modan jarri zena bizikleta izan zen, urte haietan –urrezko aro baten ondoren– desagertuz joan zena. Komunikabideek asko aipatu zuten Britainia Handiko langileak bonba alemanen

artean bizikletaz zihoazela nor bere fabrikara. Pearl Harborrekoaren ostean, txirringa “garaipen bizikleta” bihurtu zen AEBetan, arma sekretuaren pareko kasik. “Ehunka milaka gerra-langilek –idatzi du Mike Davisek– beren hurrei kendu zizkieten bizikletak gizartearen zerbitzurako, eta hiriek eta auzoek ‘bike day’ ospatzen zuten. (...) Autoentzako gasolina urri zegoenez, familia askok bizikletaz egiten zituen oporrak”.

Defentsa Zibileko Erakundeak (OCD, ingelesezko sigletan) beharrezkoa baizik ez erostea aholkatzen zuen, burubidez kontsumitzea, eta kontsumitzaileentzako informazio guneak ireki zituen, familietan elikadura, janariaren kontserbazioa eta etxetresnen konponketa arinak nola egin irakasteko. OCDren idatzi eta afixetan –gerrak

hala eskatzen zuelako– masa kontsumoaren balio sagaratuak hankaz gora jartzen ziren, hala nola modaren aldaketa arinak, itxuraren jainkotzea eta publizitatea, eta ordainetan, etxea zorrotz gobernatzen duen emakume mobilizatuaren irudia goraiatzen zuen.

Gerra batek eragiten duen larrialdiaren akuilukadaz, modak ere aldatu ziren, janzkien merkeagotze eta gehiago iraute aldera. Kontsumismoaren kritikarekin batera indartu omen ziren lanetan bezala janzkietan ere gizon eta emakumeen berdintasuna aldarrikatzen zuten proposamen erradikalagoak. Oro har luxua harrokeriaz erakustea gaizki ikusia zegoen. Aldiz, aberatsek beren etxeak eta lurrak armadaren beharretarako lagatzea publizitatu egiten zen.

Laburbilduz, II. Mundu Gerran AEBetan lan asko egon zela eta austerritate gailendu zitzaizela kontsumoari eta modari. Gerra hasierako nahasmen duaren ondoren, hiri eta herrietan bestelako bizimodua antolatu zen: auto gutxiagorekin, luxuak baztertuta, egunerokoari gehiago erreparatuz, bizikletan ibiliz, norbere edo auzoko baratetik berdurak ekarritz, gutxiago bidaiatuz eta etxeari eta lagunarteari plazerra aurkituz.

Pasatu zen gerra, eta laster indartu zen berriro kontsumismo eroa. Europan gerra ostea gogorragoa eta luzeagoa izan zen. Espainian zer esanik ez. Baina Mendebalde osoan berotu zen kontsumitu eta xahutzeko makina. Eta gaur arte. Hurrengo gerrak ondorio berak ekarriko ote ditu? ■

<http://www.argia.com/nethurbil.php>
helbidean, gai honi buruzko informazio gehiago eta Interneteko loturak.



Z E R B I T Z U A

Beti hurbilago.

Zerbitzu integrala,
pertsonalizatua,
hurbila eta
etengabea.
Horixe
da gure
konpromisoa.

**ZINKUNEGI
OPTIKA**

Hernani, 4 - 20004 DONOSTIA
e-posta: zinkunegi@euskalnet.net
TEL - 943 426 624