

3 Sumant esforços per un Nadal sostenible!

Comentaris a les preguntes de la pàg. 62:

2. *S'observa, a partir dels gràfics presentats, l'existència de diferències entre els grups i per a determinades preguntes. Unes diferències que, si bé en la major part dels casos no són gaire significatives, han de ser tingudes en compte. Així, per exemple, observant la gràfica dels resultats classificats per sexes, s'entreveu que les noies tenen més tendència a mirar la data de caducitat dels productes que consumeixen, a guardar els tiquets d'allò que compren, però, alhora, a comprar més del que necessiten (encara que els resultats per aquesta pregunta també són elevats en el grup dels nois). D'altra banda, i observant els resultats de les preguntes proposades i classificades per rangs d'edat, s'observa clarament que, en la major part dels casos, el consum tendeix a fer-se més responsable amb l'edat, a mesura que es va madurant. Així, per exemple, i en el cas de la pregunta 1 «Acostumes a comparar diferents preus d'un mateix producte abans de comprar-lo?» s'observa que el percentatge de respostes «Sí» augmenta clarament amb l'edat, i és superior en el grup de joves d'entre 17 i 18 anys.*
3. *Consumir de manera responsable vol dir informar-se sobre les implicacions de les nostres compres, no tan sols econòmiques, sinó també socials i ambientals, per decidir si volem col·laborar-hi o no. A la pàgina 68, trobaràs una sèrie d'indicacions i criteris per fer que el teu consum sigui més responsable.*
4. *Si bé hi ha certes preguntes en què es pot pensar que el consum dels joves catalans d'entre 12 i 18 anys és força responsable (preguntes 1-6), encara hi ha certs aspectes que la majoria de nois i noies no tenen en compte a l'hora d'anar a comprar (com ara les característiques o etiquetes del producte, la seva procedència, la necessitat real que en tenim, etc.). Per tant, segons els resultats de l'estudi, sembla que el consum podria ser força més responsable en diversos sentits.*
5. *No sempre un augment del consum comporta un augment del benestar. De fet, un consum indiscriminat i desenfrenat pot conduir a la degradació ambiental (ecològica) i a la insatisfacció (personal). La massiva extracció de combustibles, minerals i fusta fa estralls en els ecosistemes dels països en via de desenvolupament,*

ahora que desencadena agitació social i, en alguns casos, ha portat a devastadores guerres pels recursos, encara que la major part de la població de les zones afectades en tregui ben poc profit.

L'objectiu del consum responsable és aconseguir una bona qualitat de vida amb el mínim perjudici ambiental i de desigualtat social. És a dir, la clau no resideix tan sols en «quant» consumim, sinó també en «com» ho fem.

- 6.** *Les nostres compres tenen associades unes repercussions no només econòmiques, sinó també ambientals i socials. Consumir de manera responsable significa donar un valor afegit a les nostres compres.*

El consum en si no és dolent. Les persones hem de consumir per sobreviure, i la població més pobra del món haurà de consumir més per poder portar una vida digna i disposar d'oportunitats. Ara bé, el consum posa en perill el benestar de les persones i de l'entorn quan es converteix en un fi en si mateix, quan esdevé l'objectiu bàsic de la vida d'una persona. En aquest sentit, pensem que és important consumir responsablement i tenir en compte els criteris de la pàgina 68.

- 7.** *- Reduir el consum de bosses de plàstic, utilitzant cistells o carretons de la compra.*
- Comprar begudes amb envàs retornable.
- Revisar l'armari cada cert temps per tornar-te a posar la roba oblidada i entregar la roba que penses que ja no utilitzaràs a entitats que s'encarreguin de repartir-la a persones que en faran més ús.
- Etc.

*I, específicament, durant el Nadal, alguns consells que podem tenir en compte són els que s'especifiquen en el document Nadal + Sostenible, elaborat per la Diputació de Barcelona – Xarxa de Ciutats i Pobles cap a la Sostenibilitat. El podràs trobar a la pàgina web:
<http://www.diba.cat/xarxasost/cat/NadalSostenible.pdf>*