

Confesión de un adicto al verde

"El camino al infierno está empedrado de buenas intenciones.

Ecologista comprometido (como se suele decir) y a menudo burlado... ¡porque al no ecologista le gusta confrontarte con tus contradicciones!

Y confieso: efectivamente, me he encontrado con muchas de esas contradicciones... ¡pero sin yo saberlo!

Me explico:

Cuando empiezas a querer cambiar tu estilo de vida hacia una vida más Verde, estás lleno de entusiasmo y hermosas convicciones. Como un justiciero enmascarado, salí al mundo armado con mi buena voluntad y mi coraje para "cambiar todo eso". En comparación, podría decirse que Don Quijote era un fanfarrón. Así que me lancé de cabeza. Y me desanimé ante mis errores... ¡muchos errores! (quizá porque Sancho Penza no estaba a mi lado, quién sabe).

En mi defensa, nunca entenderé por qué a la naturaleza humana le gusta aprovecharse de la credulidad de las personas (de la mía en este caso). Y que toda oportunidad es buena. Sobre todo en este momento, porque como han entendido los fabricantes, hay que vender BIO y "VERDE": con todas estas nuevas conciencias, ¡aquí hay un jugoso mercado!

Así nació el "GREEN MARKETING". En el GREEN MARKETING, hay VERDE por supuesto, pero sobre todo hay MARKETING. Lo que significa, como habrás entendido: "podremos ganar mucho dinero (otra vez) a costa de los consumidores crédulos y del planeta".

Así es como acabé con productos que no eran realmente VERDES sino muy MARKETING.... ¡con un resultado totalmente contraproducente!

Por ejemplo, lleno de mis buenas intenciones (y porque había visto una tortuga con un cepillo de dientes de plástico en la nariz), compré el famoso cepillo de dientes "BAMBOO" que se suponía que salvaría el planeta (y no se alojaba en las fosas nasales de este tetrápodo vertebrado tan amable)

EXCEPTO QUE

Éste se fabricó en China (seguramente en condiciones laborales desastrosas) y dio la vuelta al mundo (China, Canadá, Europa, según el seguimiento postal) antes de acabar en mi vaso de dientes....

Las tiendas de productos ecológicos no se quedan atrás en cuanto a consumo excesivo con el pretexto de que es ecológico, eco-responsable y bueno para nuestro cuerpo y, para los más ambiciosos, bueno para el planeta. Muchos de los productos que se venden en estas tiendas son sólo orgánicos y ecológicos en apariencia, porque cuando uno empieza a leer las etiquetas de ciertos productos, rápidamente se da cuenta de que no son los últimos en aprovecharse de nuestra querida credulidad. Y no hay que confundir BIO y ecoresponsable, el producto puede ser ecológico pero su producción va en contra del respeto del planeta: ¿aceite de palma ecológico? sí pero ¿Jabón de Marsella no de Marsella y con aceite de palma? (¡¿Irían a robar las palmeras de Niza estos sinvergüenzas de Marsella?!). Sin olvidar que el sobreembalaje de los productos ecológicos es tan importante como para los productos "normales" de la gran distribución. Se pierde el latín ? (Carpe diem ?)

También te habrás dado cuenta de que los grandes grupos se suben a esta ola con su propia ética y una buena dosis de desinformación quirúrgica.

Tomarse el tiempo de descifrar todas las etiquetas lleva su tiempo, y los fabricantes lo han comprendido. Por supuesto, no nos mienten porque está escrito en sus productos (sí, sí, en la parte inferior en letras pequeñas, pero si no puedes verlo, te lo diré !!!! ¡ah sí! ...pero, pero... no hablo alemán....) Comprar leyendo todas las etiquetas es un proyecto a largo plazo.

Por cierto, aquí tienes otro ejemplo: ¿sabes lo que significa este logotipo?

Si has respondido: ¡envases reciclables!



Pues... ¡en absoluto!

"Contrariamente a lo que mucha gente cree, el círculo formado por dos flechas no significa que el producto o el envase sea reciclable, sino simplemente que la empresa que lo fabrica participa económicamente en la clasificación selectiva".

Para más información: <https://www.davidgreyo.com/le-reyclage/>

¿Empieza a entenderlo?

Debo decir que, por mi parte, este constante "que se aprovechen de mí" tiene un sabor muy amargo; cada vez me resulta más insoportable. Lo cual, por cierto, tiende a reforzar mi compromiso.

Necesitamos desintoxicarnos de un funcionamiento suicida a largo plazo, que nos ha convertido en consumidores y ya no en seres humanos de pleno derecho. Volver a una esencia más enriquecedora y decir basta a la infantilización en la que nos ha sumido el consumismo.

Me gustaría tanto que la naturaleza humana dejara de aprovecharse de la ingenuidad de sus congéneres (que quieren hacer lo correcto) para llenarse los bolsillos; sí, bueno, no se puede volver a hacer: utópico soy, utópico seguiré siendo... y ecologista....(roooo el combo?!)

En fin, todo esto para decirte que el camino es largo. Cuando hablaba de cambios radicales, ¡creía que no lo decía bien!

Esta primera parte, es una introducción a artículos recurrentes sobre el mismo tema (no sobre estafas de marketing) sino sobre cómo poner más VERDE en la vida! y sin parecer un jamón.

Así que

¡El mes que viene, hablaré del sentido común y su evidencia ecológica!

(DEEPL TRANSLATION)