

TEXTO

Green influencers: ¿está de moda ser “eco”?

Publicado por Alicia Navarro | 06 de marzo del 2021. 13:15



Jóvenes en una manifestación | Foto original de Unsplash

1 La crisis climática está en boca de todos. Ya lleva años protagonizando horas de información en los medios de comunicación y, ahora ese debate también se ha trasladado a internet. De hecho, las conversaciones online sobre el cambio climático han crecido exponencialmente en la última década hasta alcanzar su máximo en 2019 cuando se observó una media de 3,16 millones de menciones mensuales sobre esta temática a nivel global, según un informe de BayWare.

2 Los causantes, en gran parte, de este aumento del interés por el cambio climático en las redes sociales son los “green influencers”: personas con gran relevancia en Instagram, Youtube y/o Twitter que comparten contenido concienciando sobre la lucha para salvar el planeta.

No es cuestión de "postureo"

3 Carlota Bruna es una catalana de 24 años que cuenta con más de 170.000 seguidores en Instagram, con ellos comparte posts sobre el cuidado del medioambiente y sensibilización contra el maltrato animal. “Mi prioridad es compartir la importancia de llevar una alimentación vegetal para nuestra salud y la salud del planeta”, cuenta Carlota en una entrevista. Para ella, el aumento de la atención que reciben los contenidos sostenibles no tiene nada que ver con una cuestión de “postureo”, sino de una mayor concienciación ecológica de los jóvenes.

Influir en los más jóvenes

4 Muchos de estos jóvenes toman como ejemplo a los “green influencers” y Carlota asegura ser consciente de la responsabilidad que tiene de “informar sobre la gravedad de la situación y la urgencia de revertirla”. Por eso reconoce que toda la información que publica proviene de “estudios científicos o informes de organizaciones internacionales 100% fiables”. Y es que justo es aquí donde reside una de las mayores polémicas en torno a los “green influencers”. Algunas voces críticas les acusan de compartir contenido poco exacto o de practicar el “greenwashing”, que consiste en dar una falsa imagen de responsabilidad con el planeta.

5 Respecto a esto, la también “green influencer” Marina Testino admite que “no se puede negar que hay gente y marcas que se aprovechan de esta corriente”, pero asegura que hay muchas personas como ella que cree fielmente en la sostenibilidad. Marina Testino es una modelo conocida en redes por alzar la voz a favor de la moda sostenible. Entre sus reivindicaciones se encuentra la campaña #OneDressToImpress, para la cual Marina vistió durante dos meses seguidos con el mismo traje rojo para concienciar sobre el consumo desmedido e intentar erradicar el estigma sobre repetir prendas.

Altavoces de lo sostenible

6 Otro ejemplo de esto es Victoria Moradell, una periodista que enseña a sus más de 80.000 seguidores a hacer cosmética natural que no perjudica el medioambiente. “Hace 8 años decidí no guardarme sólo para mí y los más cercanos mis hábitos saludables sino, compartirlos con el mundo”, cuenta. Para Victoria, el

mundo está cambiando, como madre de tres niños asegura que desde pequeños en el colegio ya les inculcan la importancia de la naturaleza y la sostenibilidad, mientras que todo lo que aprendió ella fue “fue fruto de mi propia curiosidad e investigación”.

7 Esta es una idea que comparten desde Greenpeace: ratifican que a través de los niños se están cambiando las mentalidades y hábitos de muchas familias. “Los niños son verdaderos “green influencers” en sus casas”, asegura. Ya sea dentro o fuera de las redes sociales, cada vez resulta más relevante la implicación ciudadana en la lucha contra la crisis climática.

Texto adaptado por Clara Fuentes Torruella (05/2021). Fuente original: “Green influencers: ¿está de moda ser eco?”. El Periódico. 06/03/2021, <https://www.elperiodico.com/es/activos/valores/20210306/green-influencers-moda-eco-11560852>, última consulta hecha el 12/05/2021.

COMPRENSIÓN LECTORA: PRUEBA 2

Encuentra la palabra o expresión en los párrafos 1-2 que signifique lo siguiente:

1. discusión
2. significativamente
3. los diez años anteriores
4. alcance
5. pugna

Las siguientes frases son verdaderas o falsas. Marca [] la opción correcta y luego justifícala usando las palabras tal como aparecen en las líneas 16–31. Las dos partes son necesarias para obtener. [1 punto]

6. Para Carlota Bruna, llevar una dieta vegetal está muy relacionado con el cuidado del medioambiente.

Verdadero / Falso. Justificación:

7. Algunas marcas utilizan el “greenwashing” para mejorar su imagen corporativa.

Verdadero / Falso. Justificación:

8. Una modelo llevó ropa roja a un evento para alertar sobre el consumo excesivo en la industria textil.

Verdadero / Falso. Justificación:

Contesta a las siguientes preguntas (párrafos 6-7).

9. ¿Qué audiencia tiene Victoria Moradell?
10. ¿Qué **dos** conceptos son relevantes en el currículo escolar actual? [2 puntos]
11. Según Greenpeace, ¿cómo se cambian los hábitos de las familias?

Elige la respuesta correcta.

12. El propósito del autor en el texto es...
- A. Enseñar
 - B. Convencer
 - C. Informar
 - D. Criticar

