

NICULESCU



# PLANUL

**nu-cumpăra-nimic-  
primește-totul**

DESCOPERĂ BUCURIA DE A CHELTUI  
MAI PUȚIN, DE A DĂRUI MAI MULT  
ȘI DE A TRĂI GENEROS



Liesl Clark  
Rebecca Rockefeller



LIESL CLARK ■ REBECCA ROCKEFELLER

# PLANUL NU-CUMPĂRA-NIMIC- PRIMEȘTE-TOTUL

Descoperă bucuria de a cheltui mai puțin,  
de a dăruia mai mult și de a trăi generos

Traducere: Mihaela Veronica Busuioc



NICULESCU

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

**CLARK, LIESL**

**Planul nu-cumpăra-nimic-primește-totul : descoperă bucuria de a cheltui mai puțin, de a dăru  
mai mult și de a trăi generos / Liesl Clark, Rebecca Rockefeller ; trad.: Mihaela Veronica Busuioc. -**

București : Editura Niculescu, 2021

ISBN 978-606-38-0633-9

I. Rockefeller, Rebecca

II. Busuioc, Mihaela Veronica (trad.)

159.9

© 2020 by Liesl Clark and Rebecca Rockefeller

This edition is published by arrangement with Sterling Lord Literistic, Inc. and ANA Sofia.

Titlu original: *THE BUY NOTHING, GET EVERYTHING PLAN. Discover the Joy of Spending Less, Sharing More, and Living Generously*, by Liesl Clark and Rebecca Rockefeller

© Editura NICULESCU, 2021

Bd. Regiei 6D, 060204 – București, România

Telefon: 021 312 97 82; Fax: 021 312 97 83

E-mail: [editura@niculescu.ro](mailto:editura@niculescu.ro)

Internet: [www.niculescu.ro](http://www.niculescu.ro)

Comenzi online: [www.niculescu.ro](http://www.niculescu.ro)

Comenzi e-mail: [vanzari@niculescu.ro](mailto:vanzari@niculescu.ro)

Comenzi telefonice: 0724 505 385, 021 312 97 82

Redactor: Renata Roșu

Tehnoredactor: Lucian Curteanu

Coperta: Carmen Lucaci



ISBN 978-606-38-0633-9

Toate drepturile rezervate. Nicio parte a acestei cărți nu poate fi reprodusă sau transmisă sub nicio formă și prin niciun mijloc, electronic sau mecanic, inclusiv prin fotocopiere, înregistrare sau prin orice sistem de stocare și accesare a datelor, fără permisiunea Editurii NICULESCU.

Orice nerespectare a acestor prevederi conduce în mod automat la răspunderea penală față de legile naționale și internaționale privind proprietatea intelectuală.

---

Editura NICULESCU este partener și distribuitor oficial OXFORD UNIVERSITY PRESS în România.

E-mail: [oxford@niculescu.ro](mailto:oxford@niculescu.ro); Internet: [www.oxford-niculescu.ro](http://www.oxford-niculescu.ro)

# CUPRINS

## INTRODUCERE

<b>Cum am ajuns să cumpărăm mai puțin și să împărțim cu alții mai mult</b>	<b>11</b>
--	-----------

## **DE CE AR FI BINE SĂ NU-CUMPĂRĂM-NIMIC 25**

Era Plasticului	26
O alternativă ecologică	31
Psihologia consumului în exces	33
Când ne înecăm în lucruri	35
Bucuria neașteptată de a descoperi că poți să-nu-cumperi-nimic	38

## **O INVITAȚIE LA A-NU-CUMPĂRA-NIMIC 42**

Acceptă provocarea noastră în 7 pași de a-nu-cumpăra-nimic	42
Reguli	44
Excepții	46

## **PASUL 1: OFERĂ 48**

Învățăături himalaiene	49
Importanța faptului de a avea ceva de oferit	54

O economie bazată pe daruri	56
Pasul 1: Oferă	59
Cum să oferi	65
Câteva observații privind economia bazată pe daruri, femeile, sărăcia și bogăția	70
Cum să crezi un grup care practică economia bazată pe daruri	73
Darul pe care ți-l faci ție	77
Te invităm să oferi	79
<b>PASUL 2: CERE</b>	<b>83</b>
Banii ne despart, pe când economia bazată pe daruri ne aduce împreună	85
Am uitat cum să cerem	88
O nuntă în stilul nu-cumpăra-nimic	89
Pasul 2: Cere	92
Toate darurile au valoare egală	97
Conexiuni neașteptate	101
Te invităm să ceri	104
<b>PASUL 3: REFOLOSEȘTE ȘI REFUZĂ</b>	<b>107</b>
Un experiment nu-cumpăra-nimic	113
De ce ne simțim bine când cumpărăm și de ce ne putem simți și mai bine atunci când nu-cumpărăm-nimic	115
Alimente și alte lucruri cărora le putem prelungi viața	119
Pasul 3: Refolosește și refuză	125
50 de lucruri pe care nu le cumpărăm niciodată	125
Trăiește fiecare zi ca pe o ocazie specială	154
Te invităm să refolosești și să refuzi	158

<b>PASUL 4: REFLECTEAZĂ</b>	<b>160</b>
Fiorul cumpărăturilor	164
Pasul 4: Reflectează	167
Te invităm să reflectezi	175
Întrebări pe care ți le poți adresa înainte de a cumpăra ceva	176
<b>PASUL 5: FĂ ȘI REPARĂ</b>	<b>179</b>
Fii producător în loc să fii consumator	180
Pasul 5: Fă!	182
Repară!	184
50 de lucruri pe care le facem	186
Te invităm să faci chiar tu și să reperi	212
<b>PASUL 6: ÎMPARTE, DĂ ȘI IA ÎMPRUMUT</b>	<b>214</b>
Creează-ți propria economie partajată	218
Pasul 6: Împarte	221
50 de lucruri pe care le împărțim	231
50 de lucruri pe care le dăm și le luăm împrumut	247
Te invităm să împarți, să dai și să iei împrumut	261
<b>PASUL 7: RECUNOȘȚINȚA</b>	<b>263</b>
Pasul 7: Recunoștința	264
Darul suprem	266
Te invităm să-ți exprimi recunoștința	269
<b>ACESTA ESTE DOAR ÎNCEPUTUL: NU-CUMPĂRA-NIMIC PE TERMEN LUNG, NEDEFINIT</b>	<b>273</b>
Fă-ți cunoscută experiența	273
Începe iar și iar și iar	274

Adresează-ți provocarea de a-nu-cumpăra-nimic o perioadă mai îndelungată	275
Fii conștient când cumperi	278

## **O VIZIUNE PENTRU VIITOR** **281**

Rețele de economie bazată pe daruri ce funcționează ca organizații umanitare	282
---	-----

Astfel salvăm planeta, dăruind, cerând și împărțind rând pe rând	286
---	-----

Împărțind în lumea reală	287
--------------------------	-----

<i>Mulțumim cu recunoștință</i>	290
---------------------------------	-----

<i>Anexă</i>	294
--------------	-----

<i>Referințe</i>	303
------------------	-----

<i>Despre autoare</i>	311
-----------------------	-----

# INTRODUCERE



## **Cum am ajuns să cumpărăm mai puțin și să împărțim cu alții mai mult**

Povestea noastră a început într-o zi senină de decembrie, pe o plajă neamenajată aflată nu departe de zona locuită de comunitatea noastră din regiunea Pacificului de Nord-Vest. Sunt rare la noi în plin decembrie momentele de acalmie între furtunile de iarnă.

În lumina galben pal a soarelui, care iarna „coboară” foarte aproape, ne plimbam pe plajă cu copiii, urmărind patru perechi de piciorușe goale pășind pe vârfuri prin nisip. Deși purtam haine de iarnă, era destul de cald, astfel încât copiii și-au lăsat încălțările în mașină; era o binevenită eliberare de șosetele de lână și de cizmele de ploaie. Cei mici făceau echilibristică desculți printre buștenii aduși de ape la țarm, o mulțime de trunchiuri sfărâmate de brad Douglas și tuia gigantică, jucându-se de-a acrobații de circ. Apa era rece și adâncă, formându-se curenți puternici și valuri înspumate între noi și conturul vag al dealurilor din Seattle, peste Marea Salică.

Noi, Liesl și Rebecca, ne cunoscuserăm de un an la acea vreme, devenind foarte repede bune prietene, iar copiii noștri,



cu vârste între patru și șapte ani, erau de nedespărțit, petrecând mult timp împreună în natură. Avântul lor de a explora ne-a adus la țărmul acestei insule sălbatice, aflată la o distanță rezonabilă de mers cu mașina după programul de la școală. Rebecca este blogger și consultant media, provenind dintr-o familie de activiști și politicieni dedicați protecției mediului. Are două fiice, Ava și Mira, pe care le crește singură. Liesl este realizatoare de filme documentare științifice, surprinzând imagini și evenimente de ultimă oră, inclusiv pentru NOVA și National Geographic. Proiectele sale presupun numeroase călătorii de explorare, pe care le face împreună cu soțul ei, Pete Athans, și cu cei doi copii ai lor, Finn și Cleo.

Împărtășind cu toții aceeași pasiune pentru aventură și ieșiri în natură, excursiile pe plaje ca aceasta, inclusiv iarna, erau ceva obișnuit pentru noi. Iar această plimbare era ca oricare alta de până atunci, până când Finn s-a julit la picior. Se mai întâmplă când mergi desculț pe plajă. Liesl i-a scos repede „spinul cel rău” care l-a înțepat, înainte ca Finn să înceapă să plângă și să ne strice tuturor buna dispoziție din acea zi. Dar am observat încă ceva ce i se agățase între degetele de la picioare, ceva nefiresc... mici granule albe de polistiren expandat, mici fășii zdrențuite și țândări de plastic colorat.

Când ne-am uitat mai îndeaproape la nisipul pe care călcam, am descoperit mai multe granule de plastic cu diametrul de circa trei milimetri. Urma să aflăm mai târziu că aceste microparticule de plastic reprezintă materia primă pentru toate produsele din plastic. Am observat apoi că erau enorm de multe astfel de granule pe plajă, alarmant de multe. În vreme ce copiii alergau printre bușteni, strigând voioși că au inventat un nou joc – să se ferească să calce pe unde vedeau „nisiip de plaaastic” –, ne-am exersat privirea să distingem

ce mai era amestecat prin nisip, printre scoici, bușteni și alge. Și astfel am găsit resturi de plastic și mai mari, care ne-au indignat și mai tare: seringi, un soldățel verde de jucărie, de care Finn s-a bucurat, urmând să și-l adauge la colecție, bețișoare de amestecat în cafea, o țevă din PVC, pixuri (ca cele pe care le avea Cleo acasă), capace de la întrerupătoare electrice, un balon aniversar cu heliu Mylar (ca acela pe care Ava l-a pierdut la aniversarea unui prieten, cu o săptămână în urmă, când i-a scăpat printre degete), brichete, o jucărie de pluș galben țipător pentru bebeluși (cum își amintea Mira că avusese și ea), bare de protecție de la mașini, aplicatoare pentru tamponare – obiecte uzuale, toate din plastic, toate eșuate pe plajă.

Bineînțeles că toate acestea erau acolo de multă vreme, numai că nu le văzuserăm noi până atunci. Iar odată ce le-am văzut, ei bine nu puteam pretinde că nu le-am văzut. Toate aceste resturi, lucruri de care ne-am folosit în viața noastră obișnuită, și-au croit drum spre plajele noastre, nu atât dominând plaja cât devenind parte din ea, nu tocmai ascunse, ci în văzul oricui ar fi vrut să le vadă.

Socotim acea zi ca fiind prima zi din aventura noastră pe care aveam s-o numim planul nu-cumpăra-nimic. Aceasta se întâmpla cu doi ani înainte de a lansa, de la firul ierbii, acest proiect, al cărui impact a crescut uimitor, ajungând în prezent să aibă peste un milion de membri activi și în jur de șase mii de voluntari dedicați. Totul a pornit de la un incident aparent minor petrecut pe o insulă. În urma lui însă aveam să descoperim amploarea și gravitatea unui fenomen global – excesul de deșeuri, în special al deșeurilor din plastic, cu efect devastator asupra mediului – și să inițiem o mișcare socială.

Ce înseamnă să-nu-cumperi-nimic? Pe înțelesul tuturor, este o filosofie potrivit căreia soluția pentru o viață fericită, îmbelșugată și plină de sens pe o planetă sănătoasă este ca fiecare să căutăm și să urmăm, înainte de a cumpăra, orice posibilă alternativă pentru a obține ceea ce avem nevoie sau dorim. Am pus-o în practică prin proiectul nu-cumpăra-nimic, promovând economia bazată pe daruri, de la nivelul comunităților locale la nivel macroeconomic și, mai mult, la nivel global. Este o alternativă la economia de piață, pe care cei mai mulți dintre noi încă se bazează în foarte mare măsură. În economia bazată pe daruri însă oamenii oferă obiecte, folosite cu grijă și menținute în stare bună și da, întrucâtva uzate, în loc să le distrugă și totodată cer lucruri de care au nevoie, în loc să cumpere neapărat lucruri noi. Membrii grupurilor nu-cumpăra-nimic, vecini și nu numai, oferă, cer, recrează și remediază lucruri, schimbă lucruri între ei și numai în ultimă instanță cumpără.

Ceea ce a început de la revelația noastră pe plajă, cu câțiva ani în urmă, a favorizat un fenomen global: în zeci de țări vecinii au intensificat schimburile de obiecte și servicii pe plan local, punându-și în valoare feluritele talente, stăvilind astfel un alt fenomen care ne costă pe toți: consumul în exces.

Dar a-nu-cumpăra-nimic înseamnă mai mult decât atât.

Cunoști vechea zicală „Gunoiiu cuiva este comoara altcuiva”? Am putea fi tentați să o luăm în derâdere, dar planul nu-cumpăra-nimic presupune să nu facem asta și să ne schimbăm mentalitatea cu privire la ceea ce zace nefolosit în gospodăria noastră sau la ceea ce suntem pe cale să aruncăm. Putem da multor obiecte, cândva prețuite dar acum neglijate sau rămase fără vreo utilitate pentru noi, noi șanse la viață în

alte cămine în loc să le condamnăm să stea uitate prin poduri sau garaje sau, mai rău, să ajungă la groapa de gunoi.

Nu-cumpăra-nimic este practic, în multe privințe, o întoarcere voită la modul de viață al bunicilor noștri. Am fi înțelepți să ținem seama de multe din obiceiurile lor de dinainte de era cumpărăturilor din câteva clicuri, când, dacă rămâneai fără zahăr sau fără benzină pentru cositoare, te duceai să ceri la vecini.

Mulți am devenit greu de satisfăcut, dorindu-ne mult mai mult decât avem nevoie, și am uitat de zilele în care nu era doar acceptabil să porți rochia de mireasă a mamei sau a bunicii, ci pur și simplu așa se făcea. Apetitul pentru mai mult ne poate costa o avere, iar asta simțim atât în propriul buzunar, cât și când ne uităm la mediul înconjurător. Găsind tot acel plastic pe plajă în acea zi a fost pentru noi o trezire la realitate. Am înțeles că era necesar să acționăm, și asta numai decît, punându-ne foarte serios problema propriilor obiceiuri de a face cumpărături. Era și este necesar să discutăm despre asta, să reducem la minimum posibil acumularea de plastic și poluarea cu plastic, alarmante aproape peste tot pe planetă.

Se poate vedea că visul nostru de schimbare socială a dat roade. Am lansat o mișcare socială fără o agendă ascunsă, care s-a extins în zeci de țări, constând în a oferi, a cere, a primi și a împărți, fără restricții și gratuit. Proiectul nu-cumpăra-nimic a prins viață. Și da, are și efecte secundare, pe care le-am văzut manifestându-se în timp: poate da dependență. În economia bazată pe daruri, având o viziune diferită de cea a economiei de piață, toată lumea are de câștigat și toată lumea poate participa: minimaliștii și maximaliștii, strângătorii și risipitorii, fondatorii de organizații, cât și ecologiștii. Programul nostru, prezentat în numeroase publicații și promovat în general în

mass-media – *Washington Post*, Rețeaua Mama Natură (Mother Nature Network), Grist, Yahoo Actualități (Yahoo News), cotidianul *New York Times*, Compania Australiană de Radiodifuziune (Australia Broadcasting Company), Compania Japoneză de Radiodifuziune (NHK), rețeaua americană de televiziune CBS News, cotidianul *South China Morning Post*, postul public național de radio (NPR) –, este un model modern și autentic de economie bazată pe daruri, un sistem în care bunurile și serviciile sunt distribuite ca daruri autentice, oferite așadar fără contraprestație, fără așteptări de daruri echivalente sau de alte recompense, niciodată folosite în sensul de troc, comercializate sau în vreun fel vândute. În acest caz, *ceva este realmente oferit* și astfel nicio persoană nu are de câștigat în detrimentul altora. Fiecare participant dobândește statut social prin acțiunile sale și fiecare culegem ceea ce semănăm.

Poate că ai adoptat deja stilul de viață nu-cumpăra-nimic sau faci parte dintr-una dintre tot mai numeroasele „economii partajate” („sharing economies”), ale căror baze au fost puse de companii ca Uber, Lyft, Airbnb și Vrbo. Oameni de peste tot de pe planetă folosesc în comun, simultan sau alternativ, locuințe, mașini, construiesc uneori ei înșiși căsuțe de vacanță sau chiar de locuit permanent, pentru ei și familiile lor sau pentru turiști, împrumută de la biblioteca municipală sau din diversele colecții de obiecte disponibile în comunitatea lor, într-un cuvânt găsesc modalități de a împărți cu alții resursele proprii. Mare parte dintre aceste „economii partajate” funcționează în cadrul economiei de piață, ca de exemplu Uber și Airbnb, care primesc bani în schimbul unei călătorii cu Uber sau în schimbul închirierii caselor de vacanță prin intermediul Airbnb, de exemplu. Planul nu-cumpăra-nimic îți oferă șansa de a extinde acest mod de gândire și acțiune de așa natură

încât să se ajungă în ultimă instanță la a da și a primi aproape totul, cheltuind foarte puțini bani sau deloc.

Cartea de față reprezintă o invitație să ni te alături, indiferent de modul în care percepi în prezent ideea de a-nu-cumpăra-nimic, cultivând această idee și transpunând-o în modul tău de viață. Noi credem că putem aduce mai multă fericire în viața noastră personală, că putem crește reziliența la nivelul propriilor comunități și că putem veghea la sănătatea planetei noastre oferind, împărțind și refolosind în mod creativ ceea ce avem din abundență. Și expunem aici pașii pe care îți recomandăm și ție să-i urmezi. Nu ai nevoie decât de bunăvoință și de dorința, profund omenească și sănătoasă, de a te conecta cu oamenii din viața ta. Pentru a te inspira, am inclus în cuprinsul cărții povești ale multor oameni despre ce și cum au oferit și au primit de la alții și despre bucuria și mulțumirea de care au avut parte în acele împrejurări. Toate sunt întâmplări adevărate. Au fost schimbate însă numele câtorva persoane și denumirile câtorva localități, pentru a le proteja identitatea.

---

**Ne sunt îndeobște familiari cei trei R  
ai consumului rațional:  
Redu, Refolosește, Reciclează.  
În viziunea noastră, lipsește un al  
patrulea R, la fel de important: Refuză.**

---

Haideți să nu mai cumpărăm, ci să încercăm să împărțim mai mult și să folosim mai multe lucruri în comun. Această carte propune un plan pentru a face exact acest lucru, având

## DE CE AR FI BINE SĂ NU-CUMPĂRĂM-NIMIC



Așadar, cum am ajuns ca de la o julitură a unui copil pe plajă să lansăm un experiment global despre a dăruii mai mult? Totul se reduce la plastic, desigur.

În urma acelei întâmplări de pe plajă, noi două am pornit în misiune. Împreună cu copiii noștri, am înconjurat Bainbridge, mica insulă din Puget Sound pe care o numim noi „acasă”, încercând să aflăm cât mai mult despre afluxul continuu de obiecte din plastic. Am încărcat mașina de mai multe ori cu deșeuri din plastic aduse la țărm cu fiecare maree. Am adunat bucăți de plastic cu dimensiuni cuprinse între un Volkswagen Beetle și microfibre. Și grămezi de o mare diversitate de resturi, de dimensiuni intermediare.

Etiologia plasticului de pe plajă a devenit o obsesie. Am petrecut trei ani făcând curățenie pe plaja noastră, catalogând fiecare tip de plastic din gospodării: găleți, periute de dinți, paie, palete și bețișoare, folii cu bule, sacoșe cu fermoar, granule de polistiren expandat, tăvițe pentru ambalat carne din polistiren expandat și până la omniprezentele flacoane și capace din plastic. Munca noastră a devenit muncă de cercetare, iar noi – cetățeni cercetători, urmărind să răspundem la

întrebarea critică: *De unde venea tot acest plastic care ne polua apa și nisipul?*

## **Era Plasticului**

Bineînțeles, venea de la noi toți, din gospodăriile noastre, din case, curți, din mașini, din parcuri, de la locurile noastre de muncă, de la școlile și restaurantele noastre. Dacă ceva este făcut din plastic și oricare dintre noi cei din Bainbridge am cumpărat acel ceva, există o mare probabilitate ca acel ceva să apară pe plaja noastră într-o zi. În acea vară am studiat mica noastră insulă ca și cum ar fi fost planeta în miniatură. Din ceea ce am observat noi, am putut desprinde concluzia că plasticul este pentru totdeauna. Nu este biodegradabil. Doar se descompune progresiv în particule tot mai mici, minuscule, astfel încât, în anumite părți din oceanele noastre, microparticulele din plastic, descrise de Agenția Americană pentru Gestionarea Oceanelor și a Atmosferei (*The National Oceanic and Atmospheric Administration*) ca măsurând „mai puțin de cinci milimetri în lungime și având aproximativ dimensiunea unei semințe de susan”<sup>1</sup>, depășesc ca număr de șase ori zooplanctonul<sup>2</sup> – totalitatea vietăților minuscule din mediul marin, care reprezintă principala sursă de hrană pentru multe animale marine.

Procesul de descompunere a plasticului necesită foarte multă atenție din partea noastră. Cu cât o particulă este mai mică, cu atât este mai probabil să fie înghițită de vietățile marine și să intre în lanțul trofic. Am văzut cu ochii noștri cum plasticul ajunge în mediul înconjurător sub formă de diverse articole mai complexe, care pot deveni relativ repede microparticule sub acțiunea unor forțe precum vehiculele, lumina solară sau valurile. Un pix căzut dintr-un buzunar,



peste care trece roata unei mașini, va fi purtat spre cel mai apropiat ochi de apă, spart în bucățele. În câteva săptămâni, o sacoșă din plastic pentru cumpărături dusă de vânt se poate transforma în fâșii care să semene întru totul cu algele marine, după ce s-a agățat în ramurile copacilor și a stat în bătaia soarelui. Un balon se va dezumfla și va începe să se destrame, putând deveni o bulină cu tentacule ca o meduză. Odată ajunse în voia aceluiași forțe naturale care netezesc stâncile de pe plajă și lustruiesc cochiliile de scoici, plasticurile pot lua forme organice care să înșele atât privirea omului, cât și a vietăților marine. Bucățile mai mari, intacte de reziduuri plastice pot să nu înșele un animal flămând și sunt prea mari pentru a fi înghițite de un animal care își filtrează hrana, dar nu durează deloc mult până când multe obiecte din plastic își pierd forma inițială și încep să se sfărâme în microparticule, pe care foarte probabil vietățile marine le vor ingera. Se estimează că procesul de fotodegradare a microparticulelor de plastic durează în jur de 450 de ani în cazul unui flacon de plastic și peste 600 de ani în cazul unei linii de pescuit din monofilament<sup>3</sup>. Plasticul constituie în prezent principalul deșeu marin, reprezentând 60–80% din deșeurile marine produse de oameni, la nivel mondial, iar 90% dintre toate deșeurile plutitoare sunt din plastic<sup>4</sup>.

Ne-am lansat într-un proiect de cercetare de mai multe luni de zile, scotocind toate malurile și bazinele hidrografice din jur unde am avut acces. Fiecare ploaie abundentă scotea la iveală mai multe bețișoare, mai multe etichete de la pungii de pâine, mai multe brichete etc., purtate în aval în estuare și de aici în mare. Am documentat direct la sursă, prin fotografii și înregistrări video, toate resturile pe care le-am putut observa. Am creat tabele în care am enumerat respectivele obiecte, locul unde le-am găsit și datele, în scop de referință geografică

privind acumularea plasticului în imediata noastră vecinătate, din sălbăticie până în zona urbană. Am examinat cu multă seriozitate hărțile și informațiile pertinente.

Am realizat că plasticul se deplasează de la consumatorul original, oriunde s-ar afla acesta, prin bazinele hidrografice și căile navigabile, pentru a ajunge în final să fie deversat în mare. Cea mai mare cantitate de plastic este purtată spre apele noastre prin canalele de scurgere a apei menajere și pluviale și de acolo în bazinele hidrografice. Cu aproape nouă milioane de tone de plastic deversate în apele noastre în fiecare an, se estimează că, până în 2050, în acest ritm, în oceane va fi mai mult plastic decât pești<sup>5</sup>.

Nu există nicio plajă pe planetă unde să nu existe plastic și puține râuri pot fi lăudate pentru absența totală a plasticului. Cât despre sol, acesta gume de plastic, până în locuri unde nu te-ai aștepta să-l găsești. Așa-numitele noastre grădini pentru culturi organice sunt supraîncărcate de plastic; compostul organic vândut cu acest titlu de diverse unități de profil conține adesea cantități însemnate de microparticule de plastic, în special fâșii din pungi de plastic. Pe scurt, avem o problemă foarte serioasă cu plasticul.

---

**Plasticul care plutește în ocean acționează ca o substanță de atracție pentru diverși poluanți sintetici precum DDT și bifenilii policlorurați (PCB), ce absorb aceste chimicale toxice, care apoi trec în organismele vii și cresc biotoxicitatea, acumulându-se până în vârful fiecărui lanț trofic.**

---

Unul dintre puținele laboratoare de cercetare ce au ca obiect de studiu impactul microparticulelor din plastic asupra mediului este Centrul pentru Apele Urbane din Tacoma, la doar șaiszeci de mile distanță de Bainbridge. În cursul unei conferințe pe tema microparticulelor din plastic, directorul științific al institutului, Dr. Joel Baker, a adus în discuție ceea ce oamenii de știință știu cu certitudine până acum:<sup>6</sup>

- **Adevărul # 1:** Pe lângă fragmentele de plastic care s-au descompus în timp în microparticule de plastic, inclusiv microfibrele din îmbrăcămintea noastră, o altă sursă majoră recunoscută de microparticule de plastic o reprezintă produsele de igienă personală și cele cosmetice, care conțin „microperle” și sclipici în produsele de machiaj, în cele exfoliante și de curățare pentru față și corp, în pasta de dinți etc<sup>7</sup>. Cercetătorii au început să realizeze abia de curând că microparticulele din plastic de aceste dimensiuni minuscule reprezintă în fapt o amenințare pe termen lung pentru lanțurile trofice marine, vietățile marine înghițind aceste particule asemănătoare cu hrana lor. Resturile din plastic afectează cel puțin 800 de specii de vietăți la nivel planetar, incluzând cel puțin jumătate dintre broaștele-țestoase și 60% dintre speciile de păsări<sup>8</sup>, șiucid în jur de 100 000 de mamifere marine în fiecare an.<sup>9</sup>
- **Adevărul # 2:** Plasticul care plutește în ocean acționează ca o substanță de atracție pentru diverși poluanți organici precum DDT și bifenilii policlorurați, ce absorb aceste chimicale toxice, care apoi trec în organismele vii și cresc toxicitatea acestora, pe măsură ce se acumulează până la vârful fiecărui lanț trofic<sup>10</sup>. Potrivit dicționarului

Merriam-Webster, absorbția este „aderarea într-un strat extrem de subțire de molecule (precum gazul, substanțele dizolvate sau lichidele) la suprafețele unor corpuri solide sau lichide cu care intră în contact”. Plasticul nu doar plutește peste tot în ocean, dar acționează ca un magnet pentru poluanți dăunători, chimicalele aderând la acesta și formând straturi în jurul lui. Mai mult și mai rău decât atât, cercetătorii pot acum dovedi că plasticul împreună cu chimicalele absorbite de el pot fi găsite atât în stomacurile păsărilor marine, cât și în peștele și fructele de mare pe care le consumăm noi.<sup>11</sup>

Ca societate, ne zbatem în chinurile a ceea ce oamenii de știință numesc Era Plasticului. Am produs în ultimii trei-sprezece ani atâta plastic pe cât am produs în ultimul secol. De cât plastic vorbim mai exact? Un articol din *The Telegraph* prezintă sinteza studiului unor cercetători de la Universitatea din Georgia și de la Universitatea din California în felul următor: „Din 1950 încoace am produs plastic cântărind echivalentul unui miliard de elefanți... Până în 2015, oamenii au produs 8,3 miliarde de tone de plastic, din care 6,3 miliarde de tone au devenit deșeuri. Doar 9% din plasticul devenit deșeuri a fost reciclat, 12% a fost incinerat, iar 79% s-a acumulat în depozitele de deșeuri și în mediul înconjurător. Dacă această tendință se menține, în jur de 12 miliarde de tone de reziduuri de plastic vor ajunge în depozitele de deșeuri sau vor polua oceanele până în 2050.”

Putem vedea în același articol și alte comparații. Dacă îți este greu să concepi imaginea unui miliard de elefanți, încearcă cu imaginea a 25 000 de zgârie-nori precum Empire State Building sau a 822 000 de Turnuri Eiffel, respectiv cu imaginea

a 80 de milioane de balene albastre. Acestea reprezintă cantitatea de plastic produs de oameni până în 2015, din care cea mai mare parte a devenit deșeuri.<sup>12</sup>

## **O alternativă ecologică**

Odată ce am devenit dureros de conștiente de cât de mult plastic toxic a fost aruncat pe plaja noastră, ne-am făcut o misiune din a crește gradul de conștientizare a celor din comunitate cu privire la acest fenomen. Am ținut discursuri în școli și am condus activități de auditare a deșeurilor, invitându-i pe tineri să se implice în găsirea de soluții pentru a reduce consumul de plastic, începând cu al lor propriu, în propria gospodărie și la propria școală. Mulți dintre aceștia ne-au însoțit pe plajă pentru a aduna deșeurile. La început ne-au contrazis, susținând că plasticul nu ar fi de mult acolo, crezând că pe plajele unde crescuseră ei nu fusese plastic până atunci. Un elev a cules un ghem de alge și și l-a întins pe mână; apoi aproape l-a scăpat, dezgustat, când și-a dat seama că era o pungă de plastic făcută zdrențe și amestecată cu alge verzi. Alții au fost surprinși să vadă că tuburile negre lungi de trei picioare (cca 90 cm), aparent alge brune gigant, erau țevi de PVC. Dar ce căutau pe plajă? Ceea ce aducea a cochilii de scoici negre ovale erau rămășițe ale unor capsule din plastic din petardele folosite la sărbătoarea din 4 Iulie (Ziua Independenței SUA). Formele albe rotunde asemănătoare unor schelete nu erau vertebre de pești, ci filtre de țigări. Ceea ce părea iarbă-de-mare erau de fapt bețișoare și tuburi din plastic de la pixuri și stilouri cu cerneală. Capace de flacoane din plastic puteau trece drept scoici, iar încâlcite printre firele de iarbă-de-mare care se revărsau de-a lungul ruinelor se

întindeau panglici de la baloanele cu heliu înălțate în timpul celebrărilor și al comemorărilor din zonă. Aceste acțiuni educative de informare și de sensibilizare cu elevii de la școli au fost cathartice pentru noi, dar știam că era nevoie să facem mai mult decât atât, la nivel local, cât și să ne extindem orizonturile.

Era necesar să facem ceva pentru a găsi răspunsuri, respectiv pentru a fi parte din soluție, iar nu din problemă, astfel încât am trecut la abordarea cauzei problemei: consumul. Cea mai bună soluție consta în refuzul de a cumpăra plastic, în primul rând. Am început să facem asta noi înșine, în familiile noastre, iar în câteva luni am devenit experți, apropiindu-ne de zero-deșeuri rezultate din ceea ce cumpăram.

Dar poluarea solului și a apelor este doar o parte a problemei plasticului. Cealaltă parte sunt emisiile de gaze cu efect de seră. Un studiu despre consumul din gospodării, cuprinzând patruzeci și trei de țări, publicat în 2016 în *Jurnalul Industriei Ecologice (Journal of Industrial Ecology)*, evidențiază faptul că peste 60% dintre emisiile de gaze cu efect de seră de pe glob erau cauzate de consumatori și imputabile acestora. Și mai surprinzător este faptul că patru cincimi din impactul asupra mediului care poate fi atribuit consumatorilor nu este un „impact direct” – cum este, de pildă, combustibilul pe care îl ardem când mergem cu mașina sau când ne încălzim locuințele –, ci este un „impact secundar”, constând în efectele pe care le are asupra mediului producerea bunurilor pe care le cumpărăm<sup>13</sup>.

Am găsit răspunsul pe care îl căutam: dacă individual am consuma mai puțin, am reduce substanțial amprenta de dioxid de carbon (emisiile totale de gaze cu efect de seră). În 2014<sup>14</sup>, un nord-american a produs în medie 16,4 tone de dioxid de

carbon, care reprezintă echivalentul emisiilor de dioxid de carbon provenit din arderea a 8 965 kg de cărbune per persoană<sup>15</sup>. Ori de câte ori găsim o alternativă la a cumpăra un lucru nou-nouț, reducem impactul propriei acțiuni asupra mediului în două moduri: este emis mai puțin dioxid de carbon pentru producerea și transportul unui obiect pe piață și avem cu un lucru mai puțin care se îndreaptă spre groapa de gunoi sau spre cursurile de apă și oceane. Mulți cercetători renumiți din domeniul protecției mediului ne-au avertizat că este absolut necesar ca încălzirea globală să nu depășească 1,5 grade Celsius în chiar anii următori, că actuala tendință crescătoare trebuie oprită<sup>16</sup>. Dincolo de aceste valori, la o încălzire și numai cu jumătate de grad, crește alarmant riscul de secetă, de inundații și viituri, de fenomene atmosferice extreme precum canicula, uraganele și incendiile, toate fiind fenomene cauzatoare de sărăcie pentru sute de milioane de oameni.

Știm că sună înspăimântător, dar există o soluție simplă, de natură să înlăture cea mai mare parte a problemei: micșorarea consumului este poate cel mai important pas pe care fiecare dintre noi îl poate face pentru a depăși prezenta criză ecologică. Ar fi fără îndoială benefic să-l scădem cât de mult posibil, adoptând o filosofie de viață bazată pe a oferi și a primi mai mult și pe a cumpăra mai puțin.

## **Psihologia consumului în exces**

Desigur, nu este ușor să-nu-cumperi-nimic, cel puțin la început. Noi, oamenii, părem să avem adânc înrădăcinată pornirea de a cumpăra. Dar de ce?

Am petrecut foarte mult timp discutând cu membrii proiectului nu-cumpăra-nimic și explorând obsesia noastră comună pentru *lucruri*. De ce ne este atât de greu să ne despărțim de obiecte, chiar de cele pe care le folosim foarte rar sau de care nu mai avem nevoie? De ce ne simțim permanent constrânși să cumpărăm tot mai multe lucruri, mai mult decât avem nevoie? Ce forțe ascunse ne întrețin dorința de a avea cât mai multe lucruri?

Pornind de la observarea îndeaproape a oamenilor și a lucrurilor lor, în grupurile nu-cumpăra-nimic s-au conturat câteva teorii care urmăresc să răspundă la întrebările de mai sus. Da, ni se adresează reclame tot mai personalizate, ca niciodată în trecut, și, da, pe platformele de socializare se perindă cascade de fotografii care arată lucruri aranjate artistic și vieți aparent perfecte care gravitează în jurul lor și cu siguranță aceste influențe explică o parte din consumul nostru. Dar se întâmplă ceva mai profund. Oamenii par să vadă propriile lucruri ca fiind aspecte tangibile ale identității lor, ca dovadă a valorii lor, a existenței și a importanței lor în univers. Este ca și cum ar trăi după o logică de tipul „Am lucruri, deci exist”. Numeroși psihologi care au studiat relația oameni–lucruri au emis ipoteze care converg cu observațiile noastre.

Cercetările pe această temă pe care le-am parcurs, datând din 1932 înapoi, explică conexiunea noastră foarte profundă cu lucrurile; vedem această conexiune în fiecare economie bazată pe daruri la a cărei înființare am contribuit. Înainte de a fi receptivi la marketing, înainte de vârsta de doi ani, manifestăm un puternic simț al proprietății asupra multor lucruri, iar relația noastră cu ceea ce ne aparține se perpetuează de la certurile noastre de copilași pentru jucării la legăturile profunde cu unele animale de pluș, la aflarea consolării în



obiectele noastre în adolescență, când putem suferi de o stimă de sine scăzută, la construirea conștientă a identității noastre prin intermediul obiectelor noastre, prin tot ceea ce avem. La anii maturității, posesiunile noastre câștigă în importanță, exprimând felul în care ne raportăm la noi înșine și servind totodată ca suport al unor amintiri legate de evenimente importante, de rituri de trecere sau de persoane iubite. Pe măsură ce înaintăm în vârstă, lucrurile continuă să ne țină companie, ca mărturie a unor vremuri demult trecute și pentru a păstra vie amintirea unor oameni pe care i-am pierdut. În fiecare stadiu al vieții, o stimă de sine scăzută, lipsa conexiunilor sociale și sentimentele de neajutorare sunt legate de o tendință crescută de a acorda o importanță mare propriilor obiecte. Această conexiune între sentimentul propriei identități și propriile obiecte pare a fi înrădăcinată în noi: imagistica creierului arată că regiunea responsabilă de perceperea propriei identități este și ea activată atunci când ne gândim la obiectele pe care le avem.<sup>17</sup>

Relația noastră cu lucrurile, foarte complexă și importantă din punct de vedere psihologic, și ușurința cu care putem obține alte și alte lucruri fac ca gospodăriile noastre să fie ticsite cu lucruri, iar aceasta nu este sănătos nici pentru mediul înconjurător, nici pentru noi.

## **Când ne înecăm în lucruri**

Este atât de ușor să acumulăm lucruri încât descoperim că nu mai avem unde să le punem în locuințele noastre. Foarte mulți americani aleg, în fiecare an, să închirieze spațiu de stocare pentru obiectele în exces. De aceea, astăzi există cel puțin patruzeci și cinci de mii de centre de auto-depozitare în Statele

Unite, unde 9,4% dintre americani închiriază spațiu. Cu douăzeci de ani în urmă, numărul acestora era de două ori mai mic.<sup>18</sup>

Între 2001 și 2005, o echipă de arheologi de la Centrul pentru Viața Cotidiană a Familiei din cadrul Universității din California a condus primul său studiu pe această temă, în care au fost cuprinse treizeci și două de familii din clasa mijlocie, cu venit dublu, din zona orașului Los Angeles, studiu al cărui obiect era „cultura materială” a acestor familii, lucrurile de care se serveau în viața curentă.<sup>19</sup> Arheologii Jeanne E. Arnold, Anthony P. Graesch, Enzo Ragazzini și Elinor Ochs au făcut tururi înregistrate video ale caselor acestor familii, în care au fost conduși de fiecare dintre membrii mai mari de șapte ani ai familiilor din acele gospodării. Au întocmit inventare sistematice ale obiectelor din fiecare încăpere, cartografiindu-le, fotografiindu-le și numărându-le. A fost o sarcină monumentală. Au documentat fiecare obiect vizibil din cele treizeci și două de gospodării și au făcut peste douăzeci de mii de fotografii.

Într-una dintre gospodării, au găsit 2 260 de obiecte distincte în doar trei dintre încăperi (două dormitoare și sufrageria), fără a include „numărul nedefinit de obiecte care nu se văd din dulapuri și sertare, mese de birou și cutii, sau obiecte plasate în spatele altor obiecte”. Cea mai mare parte a acestor obiecte dorite în casele noastre sunt din plastic, iar această constatare a contribuit la una dintre concluziile studiului, respectiv aceea că în locuința americană standard se găsesc mai mult de 300 000 de obiecte. O observație interesantă a fost corelația direct proporțională dintre numărul de magneți de pe frigider și cantitatea de obiecte din gospodărie.

---

## Într-o gospodărie americană obișnuită se găsesc peste 300 000 de obiecte.

---

După cum explica coordonatoarea studiului, Jeanne E. Arnold, într-un interviu, „în locuințele americane contemporane se găsesc mai multe obiecte per gospodărie decât în orice altă societate în istoria globală. Iar hiper-consumul este evident în multe locuri precum garajele, colțurile birourilor din locuință, iar uneori în colțurile sufrageriilor și ale dormitoarelor, dar și în bucătării, pe mesele din sufragerie, în cabinele de duș. Am găsit o mulțime de lucruri, grămezi de lucruri, care, în unele locuințe, sunt cauzatoare de stres semnificativ pentru acele familii, în special pentru mame.”<sup>20</sup>

Studiul a cuprins și analize medicale. S-a observat că femeile care participaseră la studiu aveau un nivel foarte ridicat de cortizol, un hormon al stresului produs de glandele suprarenale. S-a mai constatat că, deși avem numeroase modalități și ritua-uri pentru a acumula obiecte, avem foarte puține pentru descărcarea și descotorosirea de ele. Avem o industrie orientată spre a ne încuraja să cumpărăm lucruri. Și întrucât am găsit modalități mai ieftine și mai eficiente de a produce mai multe lucruri, ele există în număr foarte mare la vânzare. Adăugând la aceste concluzii faptul că niciodată nu a fost mai ușor să cumperi, observăm că acum acumulăm lucruri mai mult ca niciodată în trecut.

## **Bucuria neașteptată de a descoperi că poți să-nu-cumperi-nimic**

Desigur, la supraabundența de lucruri au condus, pe lângă ușurința cu care cumpărăm, și alți factori, dar credem că dorința de a cumpăra nu este un factor primordial, ci primordiale credem că sunt dorința de statut social și de bogăție – ceva mult mai vechi decât campaniile de marketing care se află în spatele obsesiei noastre de a avea lucruri. Credem că pornirea de a cumpăra își are rădăcinile în nevoia de a împărtăși cu alții poveștile pe care lucrurile ne ajută să le spunem.

În vreme ce studiam asiduu istoria plasticului și a obiectelor din plastic, am aflat despre Proiectul Etnografiei Obiectelor, fondat de Max Liboiron, pe atunci student la Universitatea din New York. Acest proiect examinează relațiile dintre oameni, obiectele lor și istoria lor. Oameni obișnuiți contribuie la acest proiect trimițând obiecte pe care voiau să le doneze, împreună cu povestea lor despre acele obiecte. Alți oameni pot solicita să le fie donat unul sau altul dintre acele obiecte, oferind în schimb o nouă poveste despre acel obiect.<sup>21</sup>

Aflând despre acest proiect, am avut un moment de revelație. Poveștile împărtășite devin pietre de temelie care unesc oamenii în comunități. Ele țes legături între oameni, ajută la formarea unor identități de grup și ne ajută să ne simțim importanți în grupul nostru. Pe măsură ce am devenit mai puțin conectați unii cu ceilalți, depozitarii poveștilor noastre au devenit propriile lucruri, ele reamintindu-ne că suntem importanți. Aceasta explică în mod esențial unde ne aflăm ca societate: izolarea noastră crescândă ne-a împins să acumulăm mai mult decât putem gestiona și tot ea face să ne fie greu să renunțăm la acele lucruri. Ca mame, cercetători cetățeni și

creatoare ale mișcării nu-cumpăra-nimic, credem că faptul de a ne conecta și de a împărți și împărțși lucruri și povești cu cei din jur dă mai multă semnificație despărțirii de unele obiecte și ne conectează la o conștiință colectivă care de altfel a existat și a fost cu noi de la începuturile umanității. De-a lungul istoriei, oamenii au supraviețuit în vremuri grele cooperând în ceea ce privește împărțirea resurselor. Impulsul de a ne ajuta unii pe alții prin daruri și împărțirea de lucruri este încă prezent și vizibil astăzi, atât în culturile indigene bazate pe daruri, care au rezistat presiunilor colonizării și celor ale capitalismului, cât și în felul în care oameni care aparțin unor culturi din cele mai diverse se solidarizează și trec energic la acțiune în timpul dezastrelor naturale cum sunt seceta, uraganele sau alunecările de teren. Odată ce vedem tot mai multe schimbări climatice, înclinația noastră naturală de a avea grijă unii de alții își va găsi noi căi de exprimare.

Avem de asemenea convingerea fundamentală că o viață bună este trăită urmărind atât realizări extrinseci, cât și intrinseci. Visăm să trăim în abundență, un scop extrinsec pe care sperăm ca fiecare dintre noi să-l poată atinge. Dar credem de asemenea în scopul mai înalt, intrinsec, al creșterii personale, conectându-ne cu alții, simțindu-ne în siguranță și apreciați și alimentând comuniunea dintre noi. Aceste categorii de scopuri nu se exclud unele pe altele. De fapt, putem satisface ambele tipuri de scopuri ne-cumpărând-nimic. Când oferim, primim și împărțșim unii cu alții, putem acumula ce avem nevoie (extrinsec) și totodată putem consolida legăturile cu cei din comunitatea noastră (intrinsec).

Am văzut în repetate rânduri în grupurile nu-cumpăra-nimic cum membrii inițial fericiți că și-au atins scopuri extrinseci au continuat să participe pentru beneficiile intrinseci. De fapt, aceste beneficii intrinseci ar putea fi chiar mai

valoroase decât scopul extrinsec de a acumula mai multe *lucruri*. Numeroase studii au descoperit că atunci când oamenii acordă prioritate scopurilor intrinseci, lăsându-le să conteze mai mult decât cele extrinseci, s-au înregistrat niveluri mai crescute de vitalitate și satisfacție și totodată niveluri mai scăzute de depresie și anxietate.<sup>22</sup>

Ca bonus, aceia care își organizează viața în jurul valorilor intrinseci, cum sunt conectarea cu alții și o conștientizare mai profundă a sinelui, tind să-i trateze pe ceilalți cu bunătate și practică stiluri de viață mai sustenabile ecologic. În felul acesta, planul nu-cumpăra-nimic este o situație de tipul win-win.

Unii membri ai acestor grupuri sunt luați prin surprindere de bucuria pe care le-o aduce conectarea cu alți oameni și faptul de a face parte dintr-o mișcare socială. Anumiți oameni ajung în sfârșit față în față cu comportamente ascunse și obiceiuri vechi și înrădăcinate, între care pot descoperi dependența de cumpărături. Unii oameni descoperă că au acumulat lucruri ca și cum Marea Depresiune interbelică nu s-ar fi încheiat încă. Alții resimt un mare disconfort când vine vorba să ceară ceea ce ar avea nevoie; pentru ego-ul unor oameni aceasta reprezintă o mare provocare. În multe moduri, aceste probleme merg direct spre esența mișcării nu-cumpăra-nimic: analizarea nevoilor ascunse care ne împing spre consumul în exces și acumularea de lucruri ne ajută să ne identificăm acele nevoi mai profunde și să ni le satisfacem, ne ajută să observăm acele nevoi intangibile cum sunt definirea identității, conexiunile și stima de sine, de care avem nevoie mai mult decât de lucruri noi. A pune capăt unui obicei dăunător sau dependenței de a cumpăra ar putea fi unul dintre cele mai dificile lucruri pe care încerci să le faci, iar pentru unii aceasta este partea cea mai grea din a-nu-cumpăra-nimic. Dar necumpărând lucruri nu înseamnă în sine că renunți la a

obține lucruri; economiile bazate pe daruri abundă de lucruri la care renunță vecinii. Beneficiile care decurg din a împărtăși și a împărți constau în a consuma mai puțin la nivel colectiv, și astfel în a economisi bani, în a reduce dezordinea și îmbăcseala, în a preveni poluarea cauzată de plastic în oceanele noastre și în a reduce emisiile de gaze cu efect de seră, toate deodată.

*Planul nu-cumpăra-nimic-primește-totul* oferă o fereastră spre toate aceste aspecte din viața noastră. Pe măsură ce vei parcurge pașii indicați în această carte, vei ajunge să înveți unele lecții neașteptate și să dobândești o nouă perspectivă asupra propriei persoane. Lecțiile care urmează ne pot face să ne simțim inconfortabil, ajungând să ne confruntăm cu nevoile ascunse care ne-au împins spre obiceiuri nesănătoase, sau ne vor pune într-o postură aparent vulnerabilă: aceea de a cere ce avem nevoie. Dar acest efort ne va fi răsplătit. Pe lângă faptul că te vei simți mai sănătos și mai eliberat și vei economisi bani adoptând stilul de viață nu-cumpăra-nimic, comunitatea din care faci parte va fi mai puternică practicând vechea artă, renăscută, de a da, a împărți, a împărtăși și a primi mai mult. Împărtășirea va aduce cu ea mai multă cunoaștere de sine și mai multă reziliență.

Dar iată că anticipăm prea mult. În primul rând, dorim să ajungi să cumperi mai puțin, iar atunci când cumperi să faci asta pe deplin conștient. Procedând astfel, ne examinăm propria relație emoțională cu obiectele și motivele pentru care consumăm, cât și motivele pentru care risipim lucruri, acum mai mult ca niciodată în istoria umanității. Te invităm să ne însoțești în călătoria nu-cumpăra-nimic, începând cu provocarea în 7 pași pe care ți-o lansăm.