

Ecología de camiseta; las marcas se apuntan a la preservación de la biodiversidad

Lacoste, sí la marca que porta el caimán gigi verde desde hace 85 años, acaba de acercarse a UICN y ha decidido que a la mítica silueta la acompañen, o sustituyan, otras diez especies en peligro de extinción. Una buena idea, al margen del márketing que sirvió para que las camisetas con los nuevos logos se agotasen en 24 horas, que podrían emplear otras grandes marcas para hacerse más ecológicas. Incluso esta moda se podría extender a las televisiones y otros medios de comunicación, que si obrara un milagro se podían convertir en conservacionistas. Aunque es una pena que las especies señaladas y otras muchas que se encuentran amenazadas no puedan verse retratadas, o ni siquiera vean que sus semejantes siguen vivos. Por cierto, atentos los consumidores: no todo se limpia con logos ecológicos o proteccionistas.