

El Corte Inglés y Adolfo Domínguez se visten de verde. Bienvenidos a la CEESPI

Podría servir cualquier otra empresa; hemos elegido estas dos porque su campañas son más actuales, y por la carga mediática que tienen. De todos es conocido, bueno no, que cada español genera al año unos 20 kilos de residuos eléctricos y electrónicos (RAEE), cifra que ha crecido más del 15 % en los últimos 20 años. Pues nada, que el Corte Inglés nos anuncia que gestiona más del 8 % de esos residuos, lo cual, en principio, tiene su parte positiva pero...

Son muchas las empresas que se verdean, unas en broma y otras de verdad. Recientemente nos sorprendió que un icono de ropa, Adolfo Domínguez, lanzase su publicidad con el lema "Piensa. Luego compra", llamando la atención sobre el hecho de que "compremos un 60 % más de ropa que en el año 2000, pero la utilizamos la mitad de tiempo". Otra candidata a pertenecer a la CEESPI (Confederación Empresarial de Ecologistas Suaves Poco Insurrectos). Aunque no me negarán que algo se mueve. Busquen por ahí y encuentren empresas que se lanzan a esta aventura. Frente a ellas, ¿se consideran consumidores y consumidoras críticos? El tema da para muchas conversaciones en casa o con las amistades.

Sobre este asunto nos viene a la memoria "El olivo", la película en la cual Icíar Bollain critica la pretensión de teñirse de verde de las empresas, en este caso una gran eléctrica colocó un olivo centenario –robado al territorio que le dio sustento eterno- en el hall de su sede.

NOTA SIN MALA INTENCIÓN: Mientras *El País* nos informa mucho y bien de cantidad de problemas y acciones ambientales, edita los sábados un magacín ultracoloreado y voluminoso que es, a primera vista, un atentado al buen uso del papel. Nos barruntamos que en muchas ocasiones acabará directamente en la basura, en el mejor de los casos

en el contenedor azul, consejo que podría incluir en su publicidad.