

Rivera

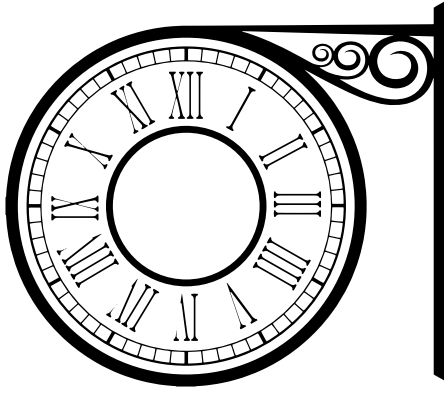
Publicación de participación comunitaria



**CONSUMO
RESPONSABLE
Y ALGO MÁS**

El consumo puede convertirse en un arma formidable para hacer cambiar el curso de la historia; los consumidores, si quieren, pueden imponer a las empresas comportamientos más justos.

F. Gesualdi



panadería DEL RELOJ

LA CRISTALIZACIÓN DE LOS AÑOS



Tomó cursos como chef y fue panadero en Estados Unidos, todo su conocimiento es el resultado no sólo del estudio, sino de una vida itinerante. También de la voluntad de transformar la panadería mexicana en una identidad única, producto de su propio multiculturalismo.

“Por alguna razón que desconozco **Santa María la Ribera** es una colonia que alberga numerosas panaderías. Se vende buen pan, pero nosotros queremos hacer un pan diferente, reinventar la panadería mexicana, aunque tal vez sea una tarea imposible o ingenua.

Hay muchísima competencia en la colonia así que nosotros intentamos innovar cada tanto, siempre buscando ideas, siempre fusionando ingredientes. El pan de chile en nogada, el pan de muerto relleno, el pan de Guadalupe y el pan de navidad que pronto intentaremos crear. Cada semana y cada temporada buscamos moverle algo a nuestros ingredientes, aunque la mitad de las ideas vienen aquí, junto a los hornos, al levantarse temprano y trabajar las masas, componer los insumos”.

Una pregunta que podría parecer necia, ¿cómo se relaciona una panadería con su comunidad? Jorge nos cuenta que Del Reloj es una panadería de barrio en todo sentido, los clientes son más que clientes, son amigos y se vuelven consuetudinarios. Se dan consejos, se intercambian recetas, se procura por lo general que regresen y vean la panadería como un centro de la comunidad. En un pequeño espacio que les queda libre junto a la acera, Jorge ha dispuesto una mesa de picnic junto a un librero pequeño pero rebosante de libros (parte del proyecto Libros contra

la violencia), cualquier persona es libre de sentarse ahí a leer como le plazca.

“No utilizamos conservadores ni ingredientes artificiales, esto es un reto más pues tenemos que tener una producción controlada. Como las panaderías de antes, aquí se hornea el producto diariamente y se espera con los dedos cruzados a que se termine. Es parte del reto, pero también de la satisfacción. Aunque es un término que cualquiera utiliza hoy en día, la panadería artesanal para mí sigue siendo una idea romántica”.

Jorge nos comenta con una sonrisa que acaban de dar a conocer el menú de Navidad, pues el año pasado fueron desbordados por la cantidad de pedidos y ahora pretenden anticiparse. Sonríe con la satisfacción de alguien que, tras muchos años, encontró y pudo tener éxito



en su verdadera y latente vocación.

Del Reloj tiene además té importados, cafés de comercio justo y ofrece talleres de elaboración de masa madre natural y cerveza negra así como diferentes cursos durante todo el año.

“Aquí se hornea el producto diariamente y se espera con los dedos cruzados a que se termine”

Pedidos, dudas y sugerencias en:

Calle Eligio Ancona 104
(a una cuadra del Kiosco Morisco)

<https://www.facebook.com/DelRelojPanaderia>

<https://www.instagram.com/delrelojpanaderia>



REDACCIÓN

Jorge Nuñez, abogado de profesión, es un hombre afable y tiene cierto aire de persona distraída pero a la vez comprometida con su trabajo. El ambiente general de la panadería **Del Reloj** es cálido, acogedor. Cuando el olor de los hornos no llena el pequeño local ubicado en la calle de Eligio Ancona, se puede escuchar cómo platica él con los clientes o con el par de empleados que, junto con Jorge, se dan abasto para atender el negocio. Jorge siempre está dispuesto a hablar de su pan y de su historia, de sus proyectos.

José Trigo en Santa María la Ribera

Fernando del Paso



Y te dicen:

“Si le contamos todo esto es porque nos parece bien que usted sepa dónde vive la madrecita Buenaventura, porque todos alguna vez no lo sabíamos y por eso le diremos cómo llegar al Campamento Oeste de la misma manera que a nosotros nos dijeron por primera vez: pasarán ustedes por las espaldas de las fábricas y si no alcanzan los ojos para ver los nombres en las torres o en las chimeneas no le hace porque ya verán cómo las reconocerán por el olor porque las que huelen a aceite de coco son fábricas de jabón y las que huelen a orines son fábricas de cerveza o quién sabe si de verdad no huelen y es ima-

ginación nada más, nos decían” te dicen y tú dices “Y entonces ustedes pasaban por ellas”. “Sí”, te dicen y te cuentan que no veían sus torres esbeltas y brillantes y sus muros jaharrados y verdinegros porque el sol del Poniente les exprimía en los ojos cazumbre como jugo de naranja, y tú dices “Y entonces ustedes no veían los depósitos de sal y los autotantques y las casetas de los guardacruceiros y las peluquerías y todo eso que hay a lo largo de la **Calle de la Crisantema** y que vio pasar a José Trigo con una caja blanca al hombro y después con cajas grises y negras, de niños y de hombres, con flores de papel y con flores de tela” dices y te dicen “No, no lo vimos porque por la **Calle de la Crisantema** hay que caminar con la vista baja, viendo las traviesas, el balasto, los rieles espejados, porque si no el hollín se le mete en los ojos y porque además estamos acostumbrados porque ha de saber que nosotros somos peones de vía y siempre las estamos viendo y como le decíamos” te dicen “Nos decían: caminarán a todo lo largo de la **Crisantema** hasta llegar a **Río del Consulado**,

y así lo hicimos y al llegar al cruceiro del **Pino** nos dijeron: no, la calle que sigue es **Naranjo**, y en **Naranjo** nos dijeron: sí, **Crisantema** sale a **Río del Consulado**, pero faltan **Sabino, Fresno, Cedro** y otras más” todo esto te dicen los cuatro ferrocarrileros y tú dices: “Y entonces pasaban ustedes por las casitas de adobe y llegaban a la iglesia siempre caminando por las vías como lo hizo siempre José Trigo” y te dicen “Sí” y si te cuentan que vieron los basureros donde se desperdiciaba la luz del sol enrojando la bahorrina y las mondarajas y no vieron en cambio a dos niños que jugaban con un escarabajo blanco encerrado en una jaula de cerillos y a unos pepenadores que juntaban todos sus trapos blancos que el tren había desperdigado como en un remolino, si te lo cuentan, digo, fue porque les habían dicho “Entonces sigan derecho sin despegar los ojos de la iglesia que se ve a lo lejos, no tanto para que no se pierdan sino porque por allí está la pulquería de ‘Los Cuatrocientos Conejos’ y si la ven a lo mejor o a lo peor nunca llegan a la casa de la vieja Buenaventura que como les



decimos, vive en el campamento que se divisa al otro lado de la calzada, más allá del humilladero donde está la milagrosa de Guadalupe que hace muchos años pintó un guardacruceiro y donde una noche se escondió José Trigo entre los gladiolos y las gardenias”, así les dijeron y tú les dijiste “Y ustedes veían el campanario de la Parroquia de San Salvador de las Flores y a una mujer que vendía rebanadas de piña cubiertas de abejas y a un hombre que zurraba detrás de una barda”, y sí, los cuatro ferrocarrileros te fueron diciendo: “No, nosotros no vimos nada”, dijo el primero.

Fernando del Paso. *José Trigo*, México, 1999, Siglo XXI Editores, p. 12-13



El Buen Campo



Rivera

Periódico comunitario de publicación mensual sobre espacio público, empatía ambiental, memoria histórica, economías alternativas, pertenencia, arte y patrimonio.

Impulso a pequeños productores

ALFONSO RICARDI
Vive y trabaja en la colonia

Imagina que fuiste a un supermercado y compraste unos tomates. Te vas caminando a tu casa y en el camino alguien se aproxima a ti y te pregunta “¿sabes de dónde vienen esos tomates?”.

Según subsidiocampo.org.mx uno de cada 7 alimentos en México proviene de algún pequeño productor, sin embargo muchas veces ignoramos esto pensando que nuestra comida viene del supermercado, adicionalmente no somos conscientes de cuánto dinero en realidad le llega a ese pequeño productor.

Los pequeños productores son de gran importancia para el país: aseguran mucha de la alimentación de México, son guardianes de la biodiversidad y en ocasiones tienen técnicas de poco impacto ecológico. El problema es que son prácticamente invisibles, entre tanto intermediario se pierden y no reciben una cantidad justa por su trabajo.

La buena noticia es que hay emprendimientos sociales que están enfrentando estos retos y lo hacen siendo innovadores e impulsando el trabajo de los pequeños productores, como por ejemplo, **El Buen Campo**, una empresa que vende canastas de productos orgánicos provenientes solo de productores mexicanos.

De la cerveza a las canastas

Agustín Ortiz y su socio, fundadores de *El Buen Campo*, se dedicaban a inteligencia comercial en el ramo de cervecería, pero decidieron impulsar su idea de emprendimiento, la cual comenzó con vender café orgánico y al ver que había oportunidad en otros productos, expandieron su oferta.

“Empezamos siendo una tienda en línea que vendía productos empacados (frutas, verduras, carnes, etc...)”, platica Agustín, “y después de un año vimos que lo importante en el tema orgánico era lo que tenían los productores de la cosecha, eso significa que lo que esté disponible es lo que había que vender”.

Esto fue lo que los llevó a cambiar a un modelo de canastas de frutas y verduras, donde mandan lo que el productor tenga cada semana.

El Buen Campo va con el productor con anticipación y le pregunta qué tienen disponible, esto les permite poder trabajar continuamente con los mismos productores, asegurar la cosecha y no generar desperdicio, ya que el producto llega al almacén, se empaca y se manda a puntos de entrega o a domicilio.

¿Cómo funciona?

El modelo se conoce como “agricultura compartida por la comunidad” y beneficia tanto a productores como a consumidores.

Por un lado, no existe ningún intermediario más que *El Buen Campo*, ya que ellos le compran directamente al pequeño productor. Además de esto los productores reciben su pago con anticipación, no tienen que esperar 7, 30, 60 o 90 días para recibir el pago por su cosecha.

Por parte de los consumidores, estos pueden adquirir una suscripción dentro del sitio web de *El Buen Campo*, pedir canastas, granos, entre otros, especificar cada cuánto los quieren y recibir los productos frescos de la cosecha, ya sea en su domicilio o en puntos de entrega de la Ciudad de México (ciudad en la que trabajan).

Aunado al beneficio al productor y consumidor, ellos dan visibilidad y reconocimiento al pequeño productor.

“Como intermediario lo que hacemos es decir quién es el productor”, explica Agustín. “Entonces es una forma diferente de ser intermediario porque si estás ayudando al productor, la gente sabe de dónde viene su comida y ayudamos al productor a distribuir”.

“La gente sabe de donde viene su comida y ayudamos al productor a distribuir”

A aprender sobre agricultura

Uno de los retos principales que tienen es aprender acerca del sector, es decir, aprender acerca de la agricultura, sin embargo, otros retos están en las partes que benefician: productores y consumidores.

Con los productores se tiene que lograr tener el abastecimiento suficiente para crecer, ya que, como menciona Agustín, hay mucho productores que llegan a su límite muy rápido, y aquellos que pueden producir mucho no buscan distribuir en México.

Igualmente se busca que el productor cumpla con estándares de calidad, esté certificado, pueda facturar, pero también que produzca y entregue en tiempo y forma para así asegurar un trabajo a largo plazo con *El Buen Campo* y mejorar la calidad de vida del productor.

Otro proceso es el de educar a los consumidores a formar comunidad, es decir, educarlos en que no es necesario llevarles el producto a su casa, sino que pueden recogerlo en algún punto de entrega y fomentar la convivencia. Por ejemplo, Agustín platica acerca de si un punto de entrega es un lugar donde se dan clases de Yoga, entonces las personas pueden aprovechar para tomar clases o si es en alguna tienda pueden aprovechar para comprar otras cosas, pero el punto central radica en crear comunidad alrededor de los puntos de entrega.

El impacto

Agustín es honesto al comentar que como llevan operando año y medio aún no es tan evidente el impacto que están creando, sin embargo, tienen claro que al poder comprarle a un productor de forma continua, éste produce más productos limpios, orgánicos y tiene un mejor ingreso semanal, lo cual se traduce en una mejor calidad de vida.

Reflejo de esto es el caso de un productor llamado David, que inició dando un pequeño espacio a *El Buen Campo* y hoy en día mucha de su cosecha está asegurada por ellos, lo cual lo ha llevado a moverse para certificarse y buscar una mejor calidad en sus productos.

Lo que es un impacto inmediato es que al trabajar con *El Buen Campo*, los productores reciben entre el 50 y 70 por ciento del precio que paga el consumidor. Además, no generan desperdicio ya que sólo dan lo que piden los clientes, y en caso de que quede algún tipo de merma se dona a la organización *Alimento Para Todos*.

Ahora bien, poder sumar a más pequeños productores, elevar su calidad y producción impacta también al consumidor en obtener productos buenos y frescos a un mejor precio.

¿De qué depende el éxito?

Buena distribución y logística son los factores que Agustín acuña para el éxito de este nuevo modelo.

“Otro aspecto es que tengamos a los productores de nuestro lado, sabiendo que si se suman a *El Buen Campo* no nada más van a ser un proveedor, sino van a ser un productor al que le podemos comprar la cosecha por adelantado y asegurarla casi todo el año”, explica.

Con esta iniciativa *El Buen Campo* no solo está buscando mejorar la calidad de vida de los pequeños productores y dar mejores productos

EDITORIAL

RAUL ANÍBAL SÁNCHEZ

Amigos colonos, el tercer número de *Rivera Ribera* ya está en circulación: “Consumo responsable y economías alternativas”. Una de las ventajas de vivir en un barrio de tamaño medio, con fuertes raíces pero en el centro del entramado urbano, es que este se vuelve una microesfera de economía, más difícil de penetrar por empresas y comercios de alto calado, aunque nunca invulnerable. Los habitantes de las periferias o de las zonas mayormente gentrificadas ven reducidas sus opciones de consumo a supermercados y minisupermercados o en el otro caso a tiendas especializadas y restaurantes de lujo. Es en este contexto de la Santa María la Ribera, en el que surge la necesidad de impulsar y concientizar el consumo responsable en el barrio, con el objetivo de fortalecer las actividades productivas con las que se podrá incidir en el desarrollo a largo plazo de la colonia. Por “consumo responsable” entendemos la elección de los productos y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental-social, y por la conducta de las empresas que los elaboran. También es muy importante reforzar las fuentes de empleo de familias de la misma comunidad y considerar el origen ético de los productos ofrecidos.

a los consumidores, sino que fomentan el campo y lo acercan a los consumidores y crean una comunidad que permita a todos crecer ☺

Para más información, pedidos, cursos:

Almacén El Buen Campo
Calle Dr. Enrique González M. 62,
Col. Santa María la Ribera

Tel. 55 5271 0099

<http://www.elbuencampo.com/>

<https://www.facebook.com/elbuencampo/>



Numa Gamaa Sky Yu Me Phaa

JULIO MORA
Socio de El Buen Campo
trabaja en la colonia

Uno de los recientes proveedores con los cuales estamos trabajando es la Cooperativa Agrícola Numa Gamaa Sky Yu Me Phaa, ubicados en la montaña alta de Acatepec, Guerrero. Algunos puntos importantes que la comunidad Me Phaa menciona son:

- La producción orgánica es una forma de recuperar la economía y nuestras raíces.
- Su aislamiento dificulta conseguir agua y alimentos. Por eso recurrimos al autoconsumo de lo producido en nuestras tierras.
- Con la organización de la Cooperativa, garantizamos la autosuficiencia de las 11 comunidades (más de 2,000 indígenas en la región) y un precio justo para los productores.
- Desde 2007 hemos recibido ase-

oría para desarrollar nuestros productos y ser capaces de proveer con deseables estándares de calidad y servicio.

- Logramos obtener el reconocimiento por la ONU como programa ejemplar para el combate a la pobreza.

Objeto social

- Recuperar y conservar el minifundio, porque significa rescatar la cultura indígena.
- Llegar a más clientes para colocar nuestros productos y dar a conocer a la cooperativa.
- Recibir un pago justo por la comercialización de nuestros productos orgánicos.
- Integrar a más beneficiarios, año con año, en este proyecto.

Principales cultivos y productos

- Nuestro producto estrella es la Jamaica (Orgánica y de Transición).

- Miel orgánica.
- Frijol negro orgánico.
- Fruta (entrega regional por tener poca caducidad).
- Hierbas medicinales como té limón y yerbabuena.

Cabe recalcar que con esta cooperativa se benefician 228 productores ☺



IMPULSANDO UN CONSUMO RESPONSABLE EN SANTA MARÍA LA RIBERA



Información proporcionada por **MARTÍN SÁNCHEZ IBARRA** Trabajó en la colonia durante 5 años

La mayoría de la información sobre consumo responsable que encontramos cotidianamente está dirigida al consumidor final, esto de parte de compañías de alto nivel que se han dedicado el consumo responsable como negocio altamente redituable, así como de asociaciones sin fines de lucro, instancias gubernamentales o proyectos microeconómicos que desde que ven la luz están enfocados la distribución de estos productos. Sin embargo, la mayor parte del consumo urbano de materias primas se sigue dando a través de intermediarios tradicionales, pequeñas y medianas empresas: mercados, tiendas y ofrecedores de servicios, quienes muchas veces no ven los productos sustentables como un negocio a corto plazo o que temen dar un paso hacia ellos por cuestiones de logística y de clientela. ¿Cómo podemos incentivar que los intermediarios tradicionales consuman y distribuyan una mayor cantidad de productos sustentables?

Para ejercer un consumo responsable podemos hacernos una serie de preguntas:

Por consumo responsable entendemos la elección de productos y servicios no por su calidad y precio, sino sobre todo por su im-

pacto ambiental-social, y por las condiciones de su producción y distribución.

Realizar un consumo responsable implica realizar un cambio radical en nuestros hábitos de consumo. Requiere información sobre los flujos de los productos y la naturaleza social de sus productores. Temas como producción local, beneficio mayoritario a los productores directos, reciclaje, bajo impacto ecológico, productos de temporada, veto a lo modificado genéticamente y rechazo a distribuidores de cadenas mayoristas; son fundamentales para hablar de responsabilidad en el consumo.

- Debes hacerte la pregunta, ¿lo que vas a comprar va a satisfacer realmente una necesidad o deseo, o bien lo compras compulsivamente?
- Piensa si es al productor directo a quien vas a favorecer. No olvides que consumir productos locales, productos ecológicos, de comercio justo, productos naturales, productos reutilizados y reciclados, son sin duda las mejores opciones medioambientales y sociales.
- Infórmate acerca de las repercusiones sociales y medioambientales de los bienes y servicios que te ofrecen. Te recomendamos que solicites y compruebes la información.

- Asegúrate de la condición orgánica de lo que compras, es importante adquirir productos más saludables.

¿Qué queremos lograr con una promoción del consumo local en Santa María la Ribera?

Cuando añadimos el calificativo de *responsable* a nuestro consumo estamos significando la importancia que tiene el consumidor en un tipo de elección de responsabilidad cívica y política. Cuenta qué tanto valoramos la justicia social, la ética, la solidaridad, y la protección del medio ambiente. También es muy importante considerar si en la distribución y la venta de los productos estamos reforzando las fuentes de empleo de familias de la misma comunidad. Saber si con nuestra elección brindamos más oportunidades de empleo a colectivos desfavorecidos (discapacitados, personas excluidas o en riesgo de exclusión, etc.). Un ánimo de solidaridad social y de responsabilidad con el medio ambiente debe de redefinir lo que entendemos por "ganancia".

¿Como intermediarios, cómo lo queremos lograr?

Aquí planteamos algunas estrategias para promover el consumo responsable en Santa María la Ribera.

Calidad en el servicio

Para lograrlo es necesario una formación y capacitación en el mejoramiento de la calidad en el servicio y los productos de cada iniciativa, esto ayudará a que éstas sean competitivas y así sustentar la promoción del consumo responsable, teniendo como último fin proporcionar una relación más estrecha con la gente de la comunidad, incrementando su nivel de satisfacción.

Mayor cobertura del mercado local

Buscar ampliar la cobertura de mercado mediante la implementación de nuevos canales de distribución local.

Alianzas Estratégicas

Concertar alianzas estratégicas con productores directos y servicios y espacios de distribución y venta de la localidad.

Expansión y cobertura de mercado

Contar con un esquema para analizar las preferencias de los clientes y su comportamiento en el uso de productos y servicios, buscar los medios para el mejoramiento de éstos ✓

“Lo que haces crea una diferencia, y tienes que decidir qué tipo de diferencia quieres crear”

Jane Goodall



¡Compra local!

MERCADO LA DALIA
Sabino 225
8 am – 6 pm

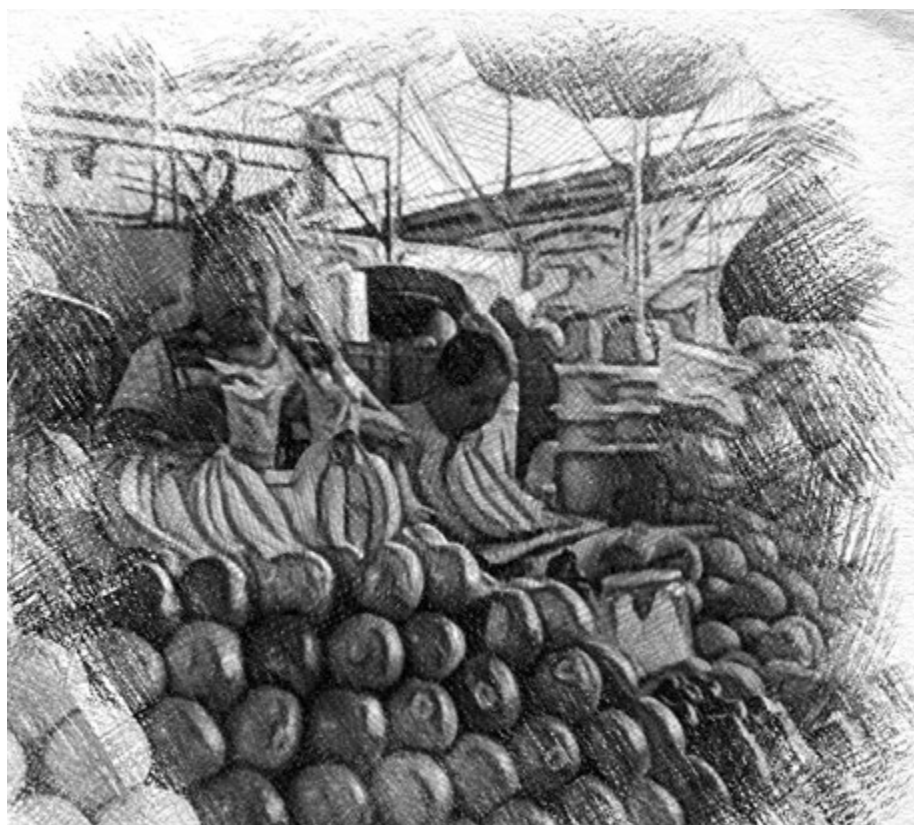
MERCADO LA BUGAMBILIA
Bugambilia 163
9 am – 5 pm

PASAJE SANTA MARÍA
Santa María la Ribera 22
11 am – 8 pm

Si te interesa colaborar en este periódico, tienes propuestas gráficas o escritas, puedes contactarnos en:

www.facebook.com/riveraribera01

riveraribera01@hotmail.com



GREEN-WASHING DEL “CONSUMIDOR RESPONSABLE”

JOSÉ JARDIM
Trabaja en la colonia

“Podrás engañar a los votantes, pero no al medio ambiente”

Lema ecologista

Someter a la víctima, convertirla en su contrario usando su propio lenguaje y sus propios íconos, quizá proviene de la iniciativa jesuita de “insertarse”, de camuflarse al interior del conquistado, como un acto de colonización cultural “apacible”. Esta herramienta de sometimiento mental se ha sofisticado. Hoy, el capital, con sus estamentos de control político, usa este mismo camuflaje de “apropiación lingüística” como un medio de simulacro y de opresión. Y funciona: son los pobres enfocados en el consumo de baratijas y de marcas, acumulando en deudas su propia miseria; son los mestizos obsesionados con los pupilentes azules, la werez y las operaciones de nariz, reforzando así el racismo que los apabulla; son los políticos provenientes de entornos precarios, abocados a la malversación de lo público y a la acumulación de gadgets de status, como única vía de “movilidad” social. Los valores morales instigados desde el capital —como garantía de un progreso entendido como agandalle individual— son un chip bien instalado en nuestros modos de actuar y de pensar. La colonización cultural, mantenida a través de sucesivos “lavados de cerebro”, sigue aquí...

La ecología, como un campo de concientización masiva, de activismo solidario y de búsqueda de alternativas al sistema socio-económico imperante, ha sido el blanco más reciente de esta operación de vaciado de contenidos, y de la proliferación de simulaciones dizque en nombre de “el medio ambiente”. ¿Cómo funciona eso que llamamos *Green-washing* [lavado verde]? Usas sus propios términos, banalizas sus temas, diluyes las preocupaciones, y articulas esta emergencia ecológica que es real, como una puesta en escena novedosa o como un ornamento a la moda, precisamente para fortalecer las estructuras que son la causa misma de su expresión más vulnerable. Como si el consejo de comer espinacas a diario para bajar de peso y vemos como un maniquí fuese una acción ecologista. O como si un partido por

auto-denominarse verde fuera realmente ecologista. El neoliberalismo, las corporaciones, el poder, camuflan su responsabilidad en el devenir humano al seno de la catástrofe ecológica, banalizando su emergencia y usando su terminología y sus íconos para hacernos creer que hay un beneficio social posible en la gestión del capital. Como si las ideas de consumidor responsable, economías locales, solidaridad, trueque, permacultura, beneficio común, reciclaje, equidad... fueran compatibles con un Estado incapaz de defender el contrato social, enfocado en liberalizar la lógica del mercado, promoviendo la competencia sin regulaciones y el provecho individual como finalidad del desarrollo y garante del tejido cívico.

En nuestro país, es patético oír a los di-

PIENSO, LUEGO CONSUMO



putados “verdes” enmascararse en el repertorio del medio ambiente para legislar a favor de la explotación corporativa de los recursos naturales sin control ni beneficio social; ver la proliferación de productos cancerígenos ahora con etiquetas verdes, agregados “vegetales” y nombres “naturistas”; etiquetados nutricionales que evaden una transparencia necesaria al consumidor; leyes blandas —hechas por una clase política blanda— que propician el chantaje mayorista y el monopolio en la distribución, limitando las ofertas disponibles y arruinando a los pequeños productores. Todo el sistema está montado para que la idea de “consumidor responsable” sea un eufemismo. Sin clase política responsable no habrá leyes que acoten y regulen la voracidad del capital. Y al seno de esa

voracidad no puede haber un consumidor responsable. Más bien estaríamos hablando de un consumidor dócil, que colabora con el mismo sistema que lo condena a sus ofertas más rentables.

No podemos alentar la idea de “sostenibilidad” o de “productos en sintonía con el entorno”, si por otro lado estamos persiguiendo un estímulo a la ganancia individual y a la expansión productiva —sin comprobar su impacto sobre las ecologías locales, sin verificar que no endosan un modelo de desarrollo que ha depredado el ambiente del planeta, o a favor de un cambio radical de este paradigma de desarrollo.

Si el propósito de esas consideraciones al “consumo responsable” es alentar la ganancia empresarial y asociar la idea de desarrollo a la concentración y acumulación, o el uso de tarjetas, los pagos a plazos, el manejo renegociado de intereses; sólo estamos haciendo *Green-washing* como coartada a un sistema nefasto.

Las estrategias de expansión distributiva que ahogan lo local, deprimen el poder adquisitivo de los más necesitados, terminan desautorizando las iniciativas comunitarias no-empresariales.

Las estructuras de negocios en nuestra actualidad financiera y sus programas de crecimiento estratégico, aún cuando a veces contemplen nichos amables de “responsabilidad social”, no por ello dejan de constituir, *per se*, el motor generador de lo que reconocemos como vulnerabilidad social. La consideración de ciertos paliativos de ayuda —al seno de la economía neoliberal— no puede acomodarnos en una “responsabilidad” cumplida, en tanto consumidores-ovejas.

Para ser consumidores responsables necesitamos verificar el proceso productivo y de distribución que subyace a cada producto; y sobre ello ser conscientes de su costo real, social y ecológico. No se trata de comprar “mejores” productos, “políticamente correctos”, por su leve impacto sobre el entorno, sino de desempeñarnos y apoyar modelos productivos que se opongan y a contradigan la maquinaria económica que genera polarización social y depredación ecológica. Lo demás es *Green-washing* ✘

A partir de 2016 se celebrará todos los años el
Día nacional de la gastronomía mexicana



En 2010, la comida mexicana fue declarada “Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad” por la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), logro que sólo comparte con la dieta mediterránea y los usos sociales de las cocinas tradicionales francesa y japonesa.

De acuerdo con la UNESCO, la cocina tradicional mexicana es “un modelo cultural completo que comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias y costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales”.

En ese sentido, hay un valor histórico, social, cultural y económico de suma importancia en la gastronomía mexicana, que hace necesario su rescate, promoción, difusión y salvaguarda; y corresponde al Estado impulsar acciones y políticas que cumplan estos propósitos.

Esperemos que la medida, instaurada mediante decreto presidencial el 16 de noviembre, no sea exclusivamente una manera más de promocionar el turismo en México, sino que se dediquen verdaderos recursos a la investigación y preservación de nuestra gastronomía, variada y en constante cambio, pero también con muchos ingredientes y procedimientos en peligro de extinción ✘

EL ABC de las compras verdes

Texto donado por laspaginasverdes.com

Ser un consumidor sustentable es mucho más fácil de lo que parece, sólo debes reflexionar acerca de las compras que realizas e integrar opciones verdes en éstas. Las Páginas Verdes es una guía para lograrlo, pero depende de ti qué tan lejos puedes llegar para hacer un cambio en tus hábitos de consumo. Un consumidor sustentable es aquel que compra productos y servicios que realmente necesita y lo hace de manera informada, consciente de los impactos y la huella ecológica que deja el producto en

su ciclo de vida. Además, usa sus adquisiciones de forma eficiente y dispone de forma responsable los desechos que genera. A continuación te presentamos los 10 puntos más importantes al tomar una decisión de compra, para que involucres al consumo sustentable en tu día a día.

1. Pregúntate de qué está hecho el producto. Al conocer cuáles son sus materias primas, sabrás si provienen de recursos naturales bien aprovechados y si se recuperarán en cierto plazo.
2. Investiga cómo fue hecho el producto; los procesos productivos y los materiales usados durante su creación muchas veces son sumamente agresivos con el medio ambiente. Busca productos que sustituyan a los tradicionales por otros con menor impacto ecológico.
3. Escoge productos que consuman menos energía al momento de ser utilizados.
4. Adquiere aquellos productos y servicios que promuevan procesos sociales responsables y de comercio justo.
5. Compara la procedencia de un producto, elige las alternativas locales para fomentar la economía de tu comunidad.
6. Elige productos que se hayan hecho

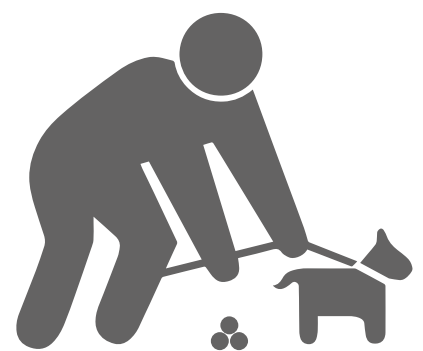
cerca de donde vives, así tu compra tendrá una menor huella ecológica por el transporte.

7. Toma una decisión inteligente y verde. Usa estas recomendaciones y tu conocimiento para comparar las opciones que tienes en el anaquel.
8. Pregúntate si realmente lo necesitas. Si preparas una lista de compras antes de ir a la tienda, puedes evitar la adquisición de elementos redundantes o innecesarios, lo que también trae como consecuencia reducción los residuos.
9. Al final, separa correctamente los residuos reciclables de los no reciclables; deséchalos correctamente.
10. En medida de lo posible, ¡reutiliza!



VECINO

Recoge las cacas de tu perro



GRACIAS

Por un barrio más limpio

Cuestionario para nuestros lectores

Vecinas, vecinos, estudiantes y trabajadores de Santa María la Ribera. Para conocer el impacto de nuestro periódico así como el uso del comercio y servicios que hace el santamariense promedio, nos permitimos plantearles el siguiente cuestionario.

Las primeras cinco personas en contestar se llevarán un paquete de libros y publicaciones del fondo de RiveraRibera y serán publicadas con firma (a menos que se especifique lo contrario) en el cuarto número, aunque se recibirán con aprecio la honestidad, la concisión y la brevedad. Sugerimos leer el cuestionario de antemano y concentrarse en un caso concreto.

1. Al de salir de compras, ¿llevas bolsas de tela, canastos o recipientes de uso común?
2. Durante la compra, ¿tienes en cuenta el lugar de procedencia y las condiciones de producción?
3. Cuando has dejado de utilizar algún artículo, ¿acostumbas donarlo para que otra persona lo aproveche?
4. Según la respuesta a la pregunta anterior ¿cuáles son las dificultades con las que te encuentras a la hora de ceder un producto para su reutilización (falta de intermediarios, desinterés de la población, desconocimiento de medios para hacerlo, desconfianza)?

Favor de dirigir sus respuestas a riveraribera01@hotmail.com

Profesiones, quehaceres y trabajos en Santa María la Ribera

CARTOGRAFÍA DEL OFICIO

Inspección de secundarias

Mi nombre es Rosalinda G. Tengo 47 años, mi nivel de estudios es licenciatura y mi trabajo es inspección de secundarias desde hace quince años. Antes trabajé diez años como maestra de español nivel secundaria en turno vespertino. Tanto como rutina no tengo una en específico. Pero, por ejemplo, un día entro a las siete y media de la mañana a una ceremonia en alguna de las 17 escuelas que manejo, luego regreso a mi oficina a las diez u once de la mañana para checar el trabajo administrativo, logística de eventos, concursos.

“No hay personas capacitadas que den la actualización a los maestros”

En automóvil hago cinco minutos de mi casa al trabajo y me gasto aproximadamente 20 pesos de gasolina. ¿Cuánto gano? ¿Con impuestos o sin impuestos? Es horrible eso de los impuestos. Pero como 8 mil pesos a la quincena. Depende de los parámetros que tengas para vivir bien, pero creo que me alcanza porque no tengo hijos, no soy casada, no pago renta, entonces ese dinero lo invierto en mi persona, en mi casa y en mi carrito.

Mi trabajo es muy diverso y eso es lo que más me gusta. Un día puedo hacer logística para un concurso de ortografía y al otro día estar en una escuela en una ceremonia de un colegio judío o en una escuela confesional en una feria de libros católicos o en fin, eventos de la cultura de cada escuela, porque cada una es diferente y necesita atención diferente. Hago de todo: oficios, hablo por teléfono, hablo con maestros, con los padres de familia, con directores. Por ejemplo, si preparo una junta con los directores debo pensar desde cómo hacer los folders o si es enero para iniciar el año elijo una lectu-

ra, hasta la coordinación con los lugares donde se va a realizar la reunión.

A veces los directores son muy cuadrados, su tipo de pensamiento va sobre una línea, les propones cambiar algo y te responden que ellos lo han hecho así durante no sé cuánto tiempo y les ha resultado. Entonces no aceptan que pueden mejorar cosas y eso por desgracia impacta en los maestros que repiten lo mismo: yo doy mi clase desde hace treinta años así. Pero no entienden que los niños no son iguales a los de hace treinta años y siguen con la misma línea, lo que hace que las situaciones se les vayan de las manos.

Las autoridades ponen unos días para actualización magisterial, pero no hay personas capacitadas que den la actualización a los maestros. Entonces ¿qué hacemos? A veces organizamos talleres donde platicamos nuestra experiencia, pero en realidad una capacitación o actualización, como debe ser, no existe. Los maestros no tienen todas las herramientas necesarias y se convierte en una cadena: los chicos vienen con problemas de su casa y los padres tie-

nen una imagen equivocada del maestro. Los padres quieren que los cuiden, los eduquen y les enseñen hasta a comer y ellos se lavan las manos. Los problemas vienen desde casa, porque si en casa no damos la primera educación ¿a dónde va a ir nuestro país? La falta de valores en casa, la falta de valores en la escuela, los maestros que muchas veces no tenemos los valores que se necesitan para enfrentar la situación, todo eso forma una cadena con eslabones muy débiles ✖



Ilustración: José Ventura

LAS RUTAS DEL TÉ

Una manera diferente de gustar

MARISOL GARCÍA WALLS
Vive y trabaja en la colonia

Las rutas del té comenzó como un proyecto individual que buscaba encontrar un equilibrio entre dos mundos distintos: el té y los objetos en su relación con la cultura material.

Desde comienzos de 2016, el proyecto arrancó con catas de té priva-

das en las que, durante un espacio de tres horas, hablamos sobre los procesos que transforman la *Camellia sinensis* y aprendemos sobre su historia, las leyendas sobre su origen, los modos de preparación, y conversamos sobre la evolución histórica de los blends, así como sobre tazas, teteras y otros contenedores en los que se preservan las hojas.

“Cada bebida que preparo es una nueva parada en el marco de una travesía”

Mi primer acercamiento con esta bebida milenaria fue a partir de una certificación que tomé como diseñadora de té en Cocoyoc, en la Escuela Mexicana de Té. Más tarde, a partir de dos viajes que hice a China, pude profundizar en el tema y me di cuenta de que no estaba del todo desligado de mi práctica como escritora: la idea de *Las rutas del té* ha sido, desde el principio, combinar el conocimiento teórico con el conocimiento sensible que se adquiere, justamente, probando distintos tipos de tés: cada bebida que preparo es una nueva parada en el marco de una travesía en la que he aprendido a cultivar lo imperfecto que reside en cada taza, como decía Kakuzo Okakura. El té es, a fin de cuentas, una manera de lograr lo

posible en el medio del mar de imposibilidades que se presentan de manera cotidiana: accedemos a esta bebida desde una suma de tradiciones, tanto orientales como occidentales, que han contribuido a formar su historia.

En las catas probamos entre cuatro y seis tipos de té (el programa siempre cambia, no sólo por la disponibilidad de ciertos tés, sino porque cada cata está pensada especialmente para el público que la pide). Normalmente elijo tres tés puros —un Bai Mu Dan, que es un té blanco, un Sencha (verde), y un té negro (Darjeeling, Kosabei o St. James)— y tres blends para que los asistentes puedan conocer una gama amplia tanto de tés puros como lo que se puede hacer en términos de mezclas. Acompañamos las bebidas con comida dulce y salada. Y hablamos sobre té. No más, pero tampoco menos: todo lo que pasa en medio —la sensación de hundir la nariz en el cuenco humeante, escuchar el crujir de las hebras y saborear las últimas gotas en el fondo de la taza de vidrio— son las pequeñas cosas que hacen que la cata sea una experiencia agradable para la gente a la que, como a mí, le gusta viajar, conocer, leer.

Las catas cuestan \$350 pesos por persona y para reservar hay que mandar un correo a marisol.gwalls@gmail.com para acordar los horarios ✖



CONSUMO RESPONSABLE Y COOPERATIVO

SISTEMA MULTITRUEKE

1 **Cómo funcionan los vales multitrueke, facilitadores de intercambio o Moneda Comunitaria**

Luego de apuntarte en el registro de productores y prestadores de servicios y de haber tomado el taller introductorio

2 Estas listo para recibir una dotación de facilitadores o vales, es decir Dinero Comunitario. Este dinero tiene equivalencia con el peso, pero nunca será intercambiado por pesos

3 Fija el valor de lo que ofreces con honestidad. El precio será cubierto total o parcialmente con los vales (debes aceptar por lo menos un 20%)

Al recibir tu dotación de Dinero Comunitario te comprometes a usarlo en los intercambios con los otros miembros de la comunidad: la darás en pago de lo que compres y la aceptarás a cambio de lo que vendas.

4 Las Monedas Comunitarias consolidan su credibilidad con su uso. En cada intercambio la moneda es firmada por quién la entrega, confirmando su confianza en la comunidad y sumando valor al sistema.

Hay muchas Monedas Comunitarias diferentes en el mundo

5 La moneda comunitaria tiene que circular, no es para guardarse. Procura mantener un equilibrio entre los vales que recibas y los que gastes considerando que al final del ejercicio tendrás que devolver la misma cantidad que se te entregó al inicio

6 Al final del ejercicio se hará recuento de la cantidad de firmas que cada vale exhiba. A mayor cantidad, se demuestra la posibilidad de generar MAS VALOR DIGNO Y SOLIDARIO sin necesidad de usar dinero convencional

En este sistema QUIÉN ACUMULA, PIERDE.

<http://multitrueke.blogspot.com>

Feria Multitrueke

feriamultitrueke@gmail.com

¿Qué pasó con Danzaportando?



El pasado 21 de septiembre las integrantes de Danza portando, la propuesta holística de danza de Karina Miranda, se reunieron en el Monumento a la Madre para intentar romper el record mundial de baile y babywearing, resultando en segundo lugar de entre todos los países participantes.



Para más información sobre Danzaportando®, clases, costos, lugares:

<http://danzaportando.com/>

Facebook @Danzaportando

Teléfono 5532682917

Correo contacto@danzaportando.com

“Para disfrutar de un buen café no hace falta que termine molido nadie”

Coordinadora estatal de comercio justo

Los cambios de hábitos necesarios para integrarse a una nueva forma de pensar el consumo pueden parecer complicados, especialmente tomando en cuenta el reto que siempre implica el rompimiento con rutinas ya establecidas. Afortunadamente, existen recursos que pueden ayudarnos en esta ruta. Ya sean plataformas digitales de acceso a información relevante, o comunidades congregadas en torno a la producción y el intercambio, estos espacios ofrecen la ventaja de hacer accesibles los productos e ideas de una economía más justa y local. Aquí un par de ejemplos:

BANCOS DE COSAS

Si alguien necesita de un taladro para un arreglo doméstico, la lógica consumista sería la de ir a la tienda a comprar uno, aún si dicho taladro no se volviera a usar nunca. Los miembros de comunidades con lazos de comunicación y cooperación sólidos tienen otra alternativa: hablar con el amigo o el vecino y pedir un préstamo. ¿Pero qué pasa si no se conoce a nadie que tenga el objeto requerido? En este tipo de situaciones, las apps de economía compartida pueden resultar sumamente útiles.

Peerby es una de estas apps. Se trata de una plataforma de préstamos originada en Holanda, cuya idea surgió cuando se quemó la casa del que sería su fundador, Daan Weddepohl y éste tuvo que pedir prestadas muchas cosas a sus amigos. Al principio esto lo hizo sentirse dependiente, pero después se dio cuenta de que a la gente le agrada poder contar con este tipo de gestos, pues el compartir refuerza los lazos entre las personas. Basado en esta experiencia, creó Peerby en 2012 y a la fecha cuenta con más de 500,000 personas registradas en varios países.

En esta plataforma, los usuarios tienen acceso a una base de datos de lo que otros cerca de ellos pueden ofrecer en préstamo. El algoritmo de la aplicación ayuda a hacer las conexiones, pero el encuentro y entrega se acuerda en un chat privado entre las personas involucradas, que pueden ser vecinos de su misma cuadra. Todo esto es completamente gratuito, pues el recurso que se pone en circulación son las pertenencias que de otra manera estarían siendo sub-utilizadas por sus dueños. La propuesta detrás de todo esto es que compartir nos ayuda a hacer un mejor uso de los recursos y ahorrar dinero, y es además una manera de conectarnos con nuestros vecinos y otras personas de nuestro entorno.

REDES DE MULTITRUEQUE

Multitrueke Mixiuhca es una red mexicana que enlaza a productores y consumidores, fomentando la construcción de una economía alterna y local, en la que más que la competencia, lo que prevalezca sea la solidaridad y el intercambio, generando vínculos humanos entre productores, distribuidores y consumidores. Los participantes de la red, denomina-

dos prosumidores, pueden integrarse con su producción de alimentos, productos de higiene personal y salud, actividades de recreación, servicios profesionales y medios de transporte

Realizan una feria los primeros domingos de cada mes, en la que los prosumidores participan llevando bienes o servicios para ser intercambiados entre ellos o adquiridos por personas externas a la red, mediante el uso de las monedas comunitarias que esta red ha desarrollado, el Mixiuhca y el Cacao. En sus propias palabras: “La Feria Multitrueke es un laboratorio de economía social, donde se ensayan las posibilidades de reproducción material de la vida cotidiana.”

La información sobre esta red y los emplazamientos de sus ferias se encuentra en <http://vida-digna.org.mx/multitrueke>

CAFÉS COMPARTIDOS

Otra iniciativa que existe en nuestro país y con la que todos podemos colaborar es Café Pendiente. El gesto es muy simple: se trata de que cuando uno acude a un café, se deje pagada una bebida o alimento extra, para que cualquier persona que acuda al mismo establecimiento y lo solicite, pueda recibirlo sin necesidad de pago.

Esto proviene de una antigua costumbre de los cafés de la ciudad de Nápoles, que



CAFÉ PENDIENTE

gracias a las redes sociales se ha viralizado hasta llegar en años recientes a nuestro país. Los locales participantes se identifican con un logo común, que colocan en algún punto de su establecimiento, así como con una pizarra en la que van registrando la cantidad de bebidas y alimentos que están ya pagados dentro de este sistema.

La base de esta actividad es la confianza y el deseo de tener un gesto de apoyo para con alguna persona que venga después de nosotros, que quizás no tenga los fondos suficientes para poder pedir un café, o algún otro alimento o bebida que necesite. En nuestra colonia existen algunos cafés que participan en esta iniciativa, sólo es necesario buscar el logo, o bien informarse de todos los establecimientos que se han sumado en el sitio cafependiente.org.mx

Préstamo de películas y libros en Casa Gallina / Sabino 190 / Teléfono 26 30 26 01 / Facebook @casa.gallina

La pequeña semilla en el asfalto

DVD, MÉXICO 2009

Pedro D. López

El mundo indígena y el mundo “kaxlan” (mestizo) son mundos muy distintos. Los jóvenes mayas de hoy desafían estos mundos y están dispuestos a reinventar otro con justicia, dignidad y sin tener que llamarse “indio”. Es la historia de Dolores Santiz, Pascuala Díaz, Floriano Enrique Ronyk y Flavio Jiménez, provenientes de diferentes pueblos indígenas de Chiapas y que impulsan un largo recorrido que incluye la salida de la comunidad de nacimiento, la instalación en



la urbe y en ella la lucha —el sueño— actual para una vida digna y justa; así como la búsqueda del reconocimiento de una nueva comunidad.

Súper engórdame (Super Size Me)

DVD, ESTADOS UNIDOS.

2004

Morgan Spurlock

Un filme destinado a causar agruras y otros malestares a las grandes cadenas de comida rápida del mundo, este documental da respuesta a una pregunta que nos concierne a todos: ¿puede una persona vivir sólo a base de cajitas felices y papas extra-grandes? Morgan Spurlock, el director, guionista y productor de la película, decidió prestarse como conejillo de indias a tan apetitoso experimento y se dedicó, durante un mes entero y con el apoyo de médicos y nutriólogos, a desayunar, comer y cenar exclusivamente en una conocida cadena de



restaurantes, poniendo en peligro con ello no sólo su salud o su esbelta figura, sino su vida misma. Una aterradora pero informativa película que demuestra que uno es lo que come...

El guerrero ecológico

Cómo proteger el planeta con sabiduría

ED. OCÉANO AMBAR

2009

Dominic Muren

Sí...Puedes decir que eres una persona que se preocupa de la salud del medio ambiente, que compra en comercios de precio justo y que usa pañales desechables. Pero... ¿Sabes cuánto contamina el lavado de unos pañales no desechables? ¿Y cuánto carbono añade a la atmósfera un café justo? ¿Tienes la información que necesitas? El guerrero ecológico es un libro para pensar en las consecuencias de todos tus actos, y que te prepara para formar parte de un futuro lleno de cambios, descubriendo cómo mejorar



el balance ecológico de nuestra vida sin dejarte manipular por el marketing creado sobre el entorno ecológico, o sin conocer todas las opciones.

RESTAURANTES SUSTENTABLES

Se impone la gastronomía responsable



“Enseñar a los niños cómo alimentarse y cómo vivir en comunidad responsablemente es el centro de la educación”

Alice Waters

CRISTINA RUIZ SÁNCHEZ
Vive en la colonia

Hablamos de restaurantes sustentables o sostenibles cuando nos referimos a aquellos especialmente responsables con el medio ambiente y la sociedad, a través de buenas prácticas en su política de personal, la utilización de productos de km0, la aplicación de criterios de eficiencia y productividad, así como de una política de residuos responsable.

Existen asociaciones tanto locales como internacionales que se ocupan de promocionar y evaluar

la sustentabilidad en el mundo de la restauración. Un buen ejemplo de ello es la “Sustainable Restaurant Association” (SRA), creada en 2010 en Reino Unido. Entre otras actuaciones, la SRA ha creado un sistema de verificación que puntúa la sustentabilidad de los restaurantes otorgándoles 1, 2 o 3 estrellas a través de la evaluación de 14 áreas entre las que podemos señalar: bienestar animal, gestión de residuos y de recursos, eficiencia energética y marketing responsable.

“Negocios, familias y empresarios tiran diariamente toneladas de productos”

Además, también ofrece un buscador de restaurantes sostenibles, publica una lista con los 50 restaurantes más sostenibles del mundo y cuenta entre sus filas con Michael Pollan, reconocido autor y activista entre cuyos títulos destaca “The Omnivore’s Dilemma” (“El Dilema del Omní-

voro”), y que es abanderado del “movimiento de la comida sana”.

Otra asociación reseñable podría ser “Fish2Fork” encargada de evaluar la sostenibilidad de restaurantes especializados en pescado y mariscos.

Pero un caso que merece la pena destacar es el Restaurante Danés RUB & STUB, en la ciudad de Copenhague, que lleva la sustentabilidad al extremo. El restaurante nace con el ánimo de combatir el desperdicio de comida utilizando las “sobras” de mercados y negocios cercanos para crear sus menús. Que utilicen sobras no quiere decir que sirvan “basura”, sino que aprovechan los productos de las tiendas cercanas, panaderías,

“La asociación ‘Fish2Fork’ evalúa la sostenibilidad de restaurantes especializados en pescado y mariscos”

fruterías, pescaderías... que no se han vendido, y que, de no consumirse de forma inmediata, acabarían irremediablemente en la basura.

Rub & Stub, nace en el seno de la asociación RETRO, y es un restaurante sin ánimo de lucro, servido por voluntarios, que dedica sus beneficios para el desarrollo de proyectos humanitarios.

Croquetas, empanadas, albóndigas, migas, macedonia... son comidas tradicionales que surgen para aprovechar las “sobras” de la comida del día anterior, o para evitar tirar productos que deben consumirse de forma inminente, y ejemplos como estos podemos encontrar en la gastronomías locales alrededor de todo el mundo. Hoy en día estas comidas siguen cocinándose, pero han perdido su raíz para elaborarse con productos comprados *ex profeso*. Seguimos comprando a manos llenas y tirando diariamente a la basura comida, mientras niños se desmayan en los colegios por no haber desayunado y los comedores sociales se ven desbordados. Y esto sucede nuestras ciudades, a nuestros vecinos.

Por supuesto la situación en los países subdesarrollados es mucho más aterradora. Estamos acostumbrados a ver niños y mayores literalmente muriendo de hambre. Este hecho adquiere

tintes siniestros ante noticias que hacen sospechar que el encarecimiento de productos básicos alimentarios, como son el maíz o el arroz, está provocado de una forma en parte artificial por la actuación especulativa de fondos de inversión con fines puramente financieros.

La alimentación es una necesidad básica, placentera en muchos casos, y desgraciadamente utópica en otros. Por ello, en la medida de lo posible, debemos intentar que se convierta en un derecho. Merece la pena tomarse un momento para reflexionar sobre el uso de la comida en el mundo desarrollado. Fomentar un consumo responsable, promover prácticas sustentables y, ante todo, evitar y condenar actuaciones arbitrarias que dificultan el acceso a la misma, sin duda nos beneficia a todos.

Ya lo decía mi abuelo: “Con la comida no se juega”

DIRECTORIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTENTABLES

AMAR HIDROPONIA

Capacitación construcción y comercialización de hidroponía. Benito Juárez, Distrito Federal. (55) 46-33-19-26.

contacto@amarhidroponia.com
www.facebook.com/rodrigo.domenzai

LA SALUD INTERIOR

Asesoría en nutrición, tienda de productos orgánicos, escuela de cocina. Benito Juárez, Distrito Federal. (55) 55792525.

informes@lasaludinterior.com
www.lasaludinterior.com

ALACENA DE MÓNICA

Productos orgánicos y de máxima calidad hasta la puerta de tu casa. Distrito Federal. (55) 50257120.

sugerencias@alacenaademonica.com

VER-D SANTA MARÍA LA RIBERA

Hortalizas y aderezos para ensaladas a domicilio. Impartimos talleres. Cuauhtémoc, Distrito Federal. (55)20396785.

claudiachj@hotmail.com

AALTERMEX

Huertos de traspatio y capacitación en agricultura orgánica. Texcoco, Estado de México. (595) 95-49-314.

aaltermex1@yahoo.com
www.chapingo.mx/aaltermex

GREEN BEAT

Cursos de permacultura, huertos urbanos y caseros, estanques, etc. Miguel Hidalgo, Distrito Federal. (55) 55-40-55-44.

cxavier@greenbeat.org
www.greenbeat.org

ENCUENTRO COMERCIAL SUSTENTABLE TAMEME

Tianguis de productos y servicios orgánicos, ecológicos, alternativos. Blvd. Atlixco 4303, 72154, Puebla, Puebla. (222) 4666069.

tameme.ecos@gmail.com
www.tianguistameme.org.mx

El directorio más amplio de negocios sustentables en México puede ser consultado y descargado en

http://laspaginasverdes.com/version-en-linea/

CONTRA EL DESPILFARRO

ROSA ELBA CAMACHO
Vive y trabaja en la colonia

En un mundo en el que casi 800 millones de personas viven cotidianamente en condiciones de hambre, el desperdicio de comida se vuelve un grave problema ético. ¿Qué tan grave? Bueno, de todos los alimentos que se producen, una tercera parte se estropea o tira antes de ser consumido. Así de grave.

¿Quiénes son los responsables de este desperdicio de recursos? Uno pensaría que son principalmente los países más ricos, esos que no conocen la pobreza ni el hambre y que se pueden dar el lujo de tirar los alimentos. Pero en realidad, este problema es una combinación de malos hábitos y prácticas que atañe a todos los países, incluyendo por supuesto México.

Cuántos de nosotros no hemos comprado descuidadamente algún alimento, fruta o verdura, para después olvidarlo en el fondo del refrigerador y no volverlo a ver hasta que ya es momento de tirarlo. O cuántas veces, cuan-

do estamos escogiendo la fruta en el mercado, preferimos las manzanas rojas y brillantes, y evitamos esas pequeñas y nada fotogénicas manzanas de Chihuahua. O quizás, en un restaurante y con demasiada hambre pedimos demasiados platillos, de manera que al final de la comida los platos se van a la cocina con todo y porciones completas, que acabarán en el bote de la basura.

Claro, la responsabilidad no sólo es del consumidor. Los mismos distribuidores de frutas y verduras desechan gran cantidad del producto que les llega, todo porque tienen formas extrañas, son demasiado grandes o demasiado chicos, o tienen más manchas que las que les parecen aceptables. Además, las fechas de caducidad impresas en los productos perecederos generan confusiones, pues no siempre quieren decir que el alimento deja de ser apto para el consumo. A esto podemos sumarle que las grandes cadenas de supermercados proponen paquetes cuyas dimensiones no siempre son las adecuadas para los diferentes tipos de familias, y algunos restaurantes sir-

ven porciones que son excesivas, pues están más preocupados por el efecto de abundancia que por los requerimientos nutricionales de los comensales.

¿Y nosotros qué podemos hacer? Una primera propuesta es comenzar por reflexionar acerca de nuestro propio consumo, tanto en el momento de adquirir alimentos como en la preparación, buscando aprovechar al máximo cada producto. Una segunda puede ser el informarnos acerca de lo que significan las fechas de caducidad, y aceptar que una fruta o verdura “imperfecta” tiene las mismas cualidades nutricionales y de sabor que sus contrapartes más “agradables”. En una escala mayor, podemos apoyar las iniciativas enfocadas en la reutilización y redistribución de alimentos que aún pueden ser consumidos, y estar al tanto de las propuestas legislativas que se realicen en nuestro país para regular e impedir el desperdicio de los alimentos. Son diferentes escalas de impacto, pero cada una tiene su valor para la solución de este problema. Cuestión de escoger por cuál empezamos

