

ecosmedia

No. 100 Octubre 2018



NÚMEROS

EDICIÓN ESPECIAL

Por un mundo limpio y participativo



www.ecosmedia.org

info@ecosmedia.org



Ecos voces y Acciones



@ecosmedia

Fotografía de portada
Ecosmedia

La revista Ecosmedia es desarrollada por Ecos, Voces y Acciones, A.C. (ECOS), organización dedicada a fomentar el cuidado, la protección y conservación del entorno ecológico como escenario óptimo para el desarrollo humano.

Director y Editor General

Consejo Editorial

Colaboradores Permanentes

Diseñador

Enlace Comunicación

Edith González

Sofía Mejía

Enrique Ramírez

Alma Estrada

Eduardo Pérez

Héctor Rivas

Anallely González

revista@ecosmedia.org

Ecosmedia, Año 7, Núm. 100 Octubre 2018. Publicación mensual editada por Ecos. Voces y Acciones A.C., calle Atanasio G. Sarabia, 1111, Int 8, Col. Héroes de Churubusco, Delegación Iztapalapa, C.P. 09090, Tel. (55) 4632.2092. [www, www.ecosmedia.org](http://www.ecosmedia.org), info@ecosmedia.org Editor responsable: Edith González Cruz. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo: 04-2015-092313483800-203, ISSN en trámite, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este Número, Unidad de Informática INDAUTOR, Eduardo Pérez Pérez, calle Atanasio G. Sarabia, 1111, Int 8, Col. Héroes de Churubusco, Delegación Iztapalapa, C.P. 09090, fecha de última modificación, 15 de Octubre de 2018.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del Instituto Nacional del Derecho de Autor.

Hecho en México





INTRODUCCIÓN

PG 04

ECOSMEDIA EN NÚMEROS

PG 05 - 06

TEMA CENTRAL

PG 08 - 11

GENTE

PG 12 - 15

OCIO Y VIAJES

PG 16 - 19

CONSUME MÉXICO

PG 20 - 23

DISTRITO VERDE

PG 24 - 25

NOVEDADES

PG 26 - 27



INTRODUCCIÓN

Cuando en el 2010 nos planteamos la idea de publicar una revista de divulgación ambiental dirigida a jóvenes, apostamos por el formato digital, ya que éste iba acorde a nuestro mensaje ambiental de cero residuos, nos permitiría llegar a un mayor número de personas y sería nuestro aliado para transformar, sino el mundo, sí nuestros entornos inmediatos, porque justamente eso es lo que han hecho las nuevas tecnologías de la información: impulsar cambios sociales alrededor del mundo, ya sea para bien o para mal.

A la fecha, tenemos más de 20 mil lectores, entre suscriptores, redes sociales y descargas. Esta proyección nos ha permitido establecer alianzas con instituciones públicas, escuelas y grupos de interés, donde hemos presentado la revista de la mano de especialistas, colaboradores y líderes sociales. Sin duda, esta colaboración para la formación juvenil y ciudadana, ha sido uno de los mejores frutos que hemos tenido en estos años de intenso trabajo y esperamos que en adelante siga creciendo.

Los retos a los que nos hemos enfrentado han sido varios, por ejemplo, a pesar de que cada vez hay más investigación científica y social desde la perspectiva ambiental, ésta no ha sido acorde al número de periodistas dedicados a esta fuente informativa, seguimos siendo pocos; algunas razones son los altos riesgos que corremos al querer profundizar en ciertos temas, la visión fragmentada de concebir los problemas

ambientales disociados de los políticos, económicos y sociales y, más importante, la sensación de desesperanza e impotencia que tiene la gente ante los riesgos y retos climáticos, pero aquí seguimos, informando y divulgando, presentando ejemplos de transformación y personajes que inspiran, tal como lo planteamos en la sección de 'Gente', una de las más entrañables para nuestro equipo, el cual por cierto ha ido creciendo. En nuestras páginas se han formado y profesionalizado diez reporteros ambientales, cinco investigadores científicos y tres diseñadores gráficos, desde aquí les mandamos un fuerte abrazo y esperamos seguir trabajando juntos en los siguientes años.

Permanecer no ha sido fácil, sin embargo hemos publicado de manera constante desde hace ocho años, porque para nuestro equipo el compromiso y la constancia son sinónimo de profesionalismo; además, los mensajes que ustedes lectores, nos hacen llegar por diferentes vías, son un aliciente para continuar. Por ello, los premios que hemos obtenido los dedicamos a todos ustedes que nos leen, nos comparten y nos estimulan a continuar.

Con mucho cariño

Edith González

Directora editorial

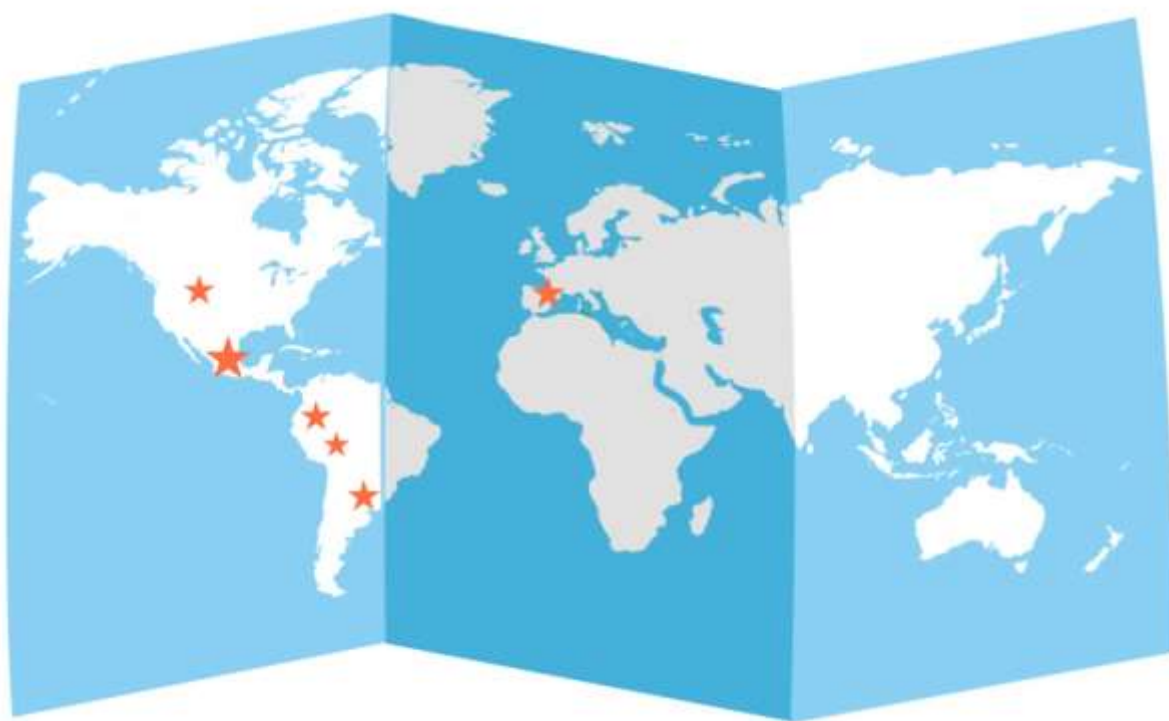
ECOSMEDIA EN NÚMEROS

LECTORES



20,000

entre suscriptores, newsletter mensual,
redes sociales, descargas y lecturas directas



Los países **5**
+ lectores

Estados Unidos
España
Colombia
Argentina
Perú

52

Investigaciones
Propias
publicadas





Ideas por publicar + de 100 temas nuevos por desarrollar y compartir



20

Colaboradores
han sido parte de nuestro
equipo de redacción y diseño



2

Premios

Mención Honorífica al Mérito Ecológico 2017
en la categoría Cultura y Comunicación Ambiental
SEMARNAT

Iniciativas Comunitarias para la Promoción
Cultural y la Comunicación Ambiental 2011
en la categoría nuevas tecnologías de la Información
SEDESOL, Ciudad de México



**Reportes
Internacionales**
publicados

37





TEMA CENTRAL

BIODIVERSIDAD

Bajo esta categoría hemos presentado artículos sobre: bosques, agua, suelos, océanos, fauna, agricultura y turismo de naturaleza. Entre los más consultados por nuestros lectores, tomando en cuenta el número de lecturas y descargas, están los dedicados a los bosques comunitarios (#29), las aves (#51), el turismo sustentable (#65), los parques urbanos (#75) y a Charles Darwin (#92). Paradójicamente, los menos consultados han sido los más impactantes en términos de pérdida de recursos, como son la especies marinas (#27), las áreas naturales (números 48, 74 y 97). Números: 20, 27, 29, 33, 34, 35, 36, 38, 42, 48, 49, 51, 52, 63, 65, 74, 75, 76, 79, 84, 91, 92, 95 y 97).



ECONOMÍA

No podemos aspirar a mejorar el Planeta sin hablar de la relación de la economía y el ‘desarrollo sostenible’ con el uso de los recursos naturales. Por ello, esta categoría tiene –sin proponérselo– la misma cantidad de publicaciones que la categoría de cambio climático. Términos nuevos, que ahora son muy usuales, fueron oportunamente tratados, tal es el caso de ‘desacoplamiento’ (#18), ‘economía verde’ (#24), ‘fuerzas motrices’ (#41) o ‘empresas sociales’. También presentamos varios reportajes sobre el uso irracional de los recursos naturales en nombre del desarrollo, tal es el caso del turismo masivo (#21), el acaparamiento de tierras agrícolas (#28) o el aumento en el consumo de metales raros (números 39 y 68), por mencionar algunos. (Números: 18, 21, 24, 28, 39, 41, 43, 62, 68, 72, 80, 96 y 99).

CAMBIO CLIMÁTICO

En esta sección hemos incluido temas de energía y análisis sobre los riesgos globales de este fenómeno climático en la sociedad, tanto en el pasado, como el futuro. Aquí hemos incluido algunos estudios globales, principalmente de la ONU (números 12, 22 y 90), que aunque pasen los años, no dejan de ser actuales y demasiado esclarecedores sobre lo poco que hemos hecho para evitar el aumento de 2º en la temperatura global. (Números: 12,16,22,23,26,31,44,47,67,71,73,83 y 90).



POLÍTICAS PÚBLICAS

En esta categoría hemos agrupado los artículos que se vinculan a la vida pública y cómo los diferentes gobiernos –globales y nacionales - están implementando estrategias y programas para mejorarla. De tal forma, hay temas de corte internacional como los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la Agenda 2030 y las Conferencias de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (números 3, 10, 58, 85, 88 y 98), así como temas más locales y nacionales como los residuos (números 17, 19, 25, 37, 78), la contaminación visual en la ciudad (#8) o el espacio público (#11). (Números:1,3,8,10,11,17,19,25,30,37,40, 58, 60,66,69,78,85,88 y 98).



SOCIEDAD Y GÉNERO

Uno de los mayores retos a nivel mundial es la obtención de la justicia climática o ambiental, principalmente para las personas que defienden sus tierras, agua, bosques o costas, por ello hemos dedicado siete artículos a este tema (números 14, 50, 59, 61, 64, 87 y 94). Igualmente, otro de los temas pendientes es saber más acerca del impacto diferenciado que tiene el cambio climático entre mujeres, hombres, niños y adultos mayores, por ello desde el 2011 hemos compartido los pocos estudios y análisis que se han hecho a nivel global (números 15,70 y 93), esperamos que en adelante podamos tener mayor información sobre este tema de gran relevancia, no sólo en términos de género, sino de salud. (Números: 2,9,13,14,15,45,46,50,59,61,64,70,77,81,82,86,87,89,93 y 94).





GENTE

MOVILIZACIÓN CIUDADANA

Desde su origen, esta sección fue pensada para dar voz a todas las personas, colectivos, organizaciones y demás actores que están haciendo algo por el cuidado de la naturaleza y todos sus recursos, ya sean denuncias, movimientos, investigaciones u otras formas de acción social. De tal forma, esta categoría es la que más artículos publicados concentra, con 30. Algunos de los más emblemáticos han sido los dedicados a la protección de parques y áreas verdes en la Ciudad de México (números 8,9,14,15, 16,18,31 69, 94) así como los dedicados a otras grandes movilizaciones del país como Wirikuta y Cherán (23 y 26). (Números:8,9,10,12,14,15,16,18,22,23,26,27,29,31,,34,39,42,44,48,69,72,73,78,79,82,83,85,94,96 y 98).



DERECHOS HUMANOS Y/O JUSTICIA AMBIENTAL

El derecho humano a tener un medio ambiente sano cada vez es más conocido por la gente, así lo indica el aumento de acciones colectivas de comunidades, ciudadanos e instituciones que lo ejercen y promueven. Por ello, esta

categoría es la segunda más numerosa (18 artículos) en nuestros primeros años de vida, y eso, lejos de ser negativo, es un aliciente para seguir defendiendo este derecho. (Números:13,17,19,20,25,30,36, 38,41,49,59,64, 66, 71,76,89,93 y 99).

Del ecologismo radical al eco-humanismo virtuoso: el lema es denunciar

Decía María Zambrano que "todo extremismo destruye lo que afirma". Gran verdad, demostrada en este tiempo por tanto extremismo (político, religioso, etc.). Pero el Amor, no es Amor si no es extremo. ¿Tiene sentido hablar de un ecologismo moderado, entendiendo ese ecologismo como Amor, Amor a la Naturaleza pero también Amor al hombre, porque el hombre es parte de Ella y porque, como dijo Joaquín Araújo, periodista y escritor ganador del Premio Nacional de Medio Ambiente España, "un verdadero humanista es un ecologista".

Zambrano como digna humanista y discípula de Ortega y Gasset (1883-1955) era una enamorada del Amor, crítica con la guerra y con los extremismos (como los que generan todas las guerras). Y seguramente, también Zambrano sustentaría las afirmaciones de

GENTE

Excmo. / Excmo. No. 20. Mayo 2014

"Si todo te da igual: estas haciendo mal las cuentas"

(Albert Einstein)

Preguntas del mismo tipo que la anterior hay muchas: ¿Cuánta carne puedo consumir sabiendo lo que contamina producir carne y el sufrimiento que provoca? ¿Cuánta energía puedo consumir sabiendo que se produce de forma poco respetuosa con nuestro medio ambiente? ¿Cuánta ropa puedo poseer sabiendo que esos bienes, como todos, han requerido energía y se han obtenido explotando la Naturaleza y posiblemente al hombre?

Encontrar respuestas es, en general, complicado. Más aún si tenemos en cuenta que esas respuestas no sólo afectan a nuestro modo de vida

CAMBIO DE HÁBITOS



¿De que serviría toda la información contenida en nuestros primeros 100 números si no hiciéramos un llamado a nuestros lectores y público en general, a cambiar sus hábitos de vida para tener una menor huella ecológica y conservar mejor los recursos naturales? Por ello, en esta sección hemos incluido ideas y sugerencias para un cambio interior (números 21, 74, 92 y 95), así como formas alternativas para ser menos contaminantes en nuestro paso por esta vida (números 2, 24, 46, 47, 51 y 86). (Números: 2,11,21,24,35,43,45,46,47,51,74,81,86,92 y 95).



PERSONAJES



En estos años han existido figuras públicas dignas de aparecer en nuestras páginas tanto por su mensaje ecológico, como por el impacto que sus palabras pueden tener en el mundo, tal es el caso de Leonardo Boff, Vandana Shiva, el Papa Francisco (números 3,40,62) o muchos otros pensadores, activistas y organizaciones que por su trabajo merecen una mención especial. (Números: 1,3,28,33,37,40,60,61,62,65,70,91 Y 97).



CAMPAÑAS INTERNACIONALES

En consonancia con las iniciativas globales para cuidar los recursos naturales -que por cierto, son finitos- y adheridos al lema internacionalmente famoso 'Actúa global, piensa local', hemos sido eco de varias campañas mundiales para proteger los suelos, reducir el desperdicio de alimentos y en general a reflexionar sobre nuestro impacto en el mundo. (Números:50,52,58,63,67,68,75,77,84,87,88 y 90).

GENTE

EL RETO DEL HAMBRE CERO

Todos	100%	Cero	100%	Cero
Los países desarrollados han comprometido a reducir el desperdicio de alimentos en un 50% para el año 2030.	El desperdicio de alimentos en la cadena de suministro debe reducirse en un 50% para el año 2030.	El desperdicio de alimentos en la cadena de suministro debe reducirse en un 50% para el año 2030.	El desperdicio de alimentos en la cadena de suministro debe reducirse en un 50% para el año 2030.	El desperdicio de alimentos en la cadena de suministro debe reducirse en un 50% para el año 2030.

Existen dos categorías a combatir: el hambre extrema y el hambre oculta, ésta última referente a la insuficiencia de vitaminas, hierro y otros minerales.

Silva, luego de terminar los dos mandatos del gobierno de Lula da Silva, se incorporó como titular de la FAO, el máximo órgano internacional en temas de alimentación.

GENTE

Slow Food

MENÚ PARA EL CAMBIO

Preparan "Menú para el Cambio"... Climático

Según el informe, los alimentos que más contribuyen al calentamiento global son la carne de res, el cerdo y el pollo. El informe también destaca que la producción de alimentos es responsable de aproximadamente el 25% de las emisiones de gases de efecto invernadero.

El informe también menciona que la producción de alimentos es responsable de aproximadamente el 25% de las emisiones de gases de efecto invernadero.

OCIO Y VIAJES

TURISMO DIGITAL

En los últimos años el uso de las tecnologías de la información y de las redes sociales han sido aliados importantes como medio de comunicación digital, pero sin duda su uso más importante ha sido como motor de cambio. Muchas comunidades rurales con enormes recursos naturales, pero recursos económicos limitados, han sido testigos fieles de cómo el uso de las redes y medios digitales pueden mejorar su calidad de vida, al atraer a una mayor cantidad de turistas. En reconocimiento, hemos establecido esta categoría en la cual ya contamos con cuatro ediciones que desde el 2012 se suman a este nuevo movimiento global. (Números: 35,46,47,51 y 59).



El Quetzal fue para las culturas mesoamericanas símbolo de fertilidad, abundancia, bienestar, vida, prosperidad y libertad.

OTROS

En esta categoría hemos incluido eventos turísticos especiales como festivales o fiestas tradicionales que involucran a varios estados como son la Semana Santa, el Día de Muertos o la Navidad. Además también incluimos a los jardines botánicos, aunque a decir verdad, esperamos que en un mediano plazo éstos formen una categoría propia, ya que tenemos 43 jardines en todo el país y sólo hemos hablado de tres: el de Puerto Vallarta, Jalisco, Tlaxcala, Tlaxcala y Culiacán, Sinaloa. (Números: 35,46,47,51 y 59).

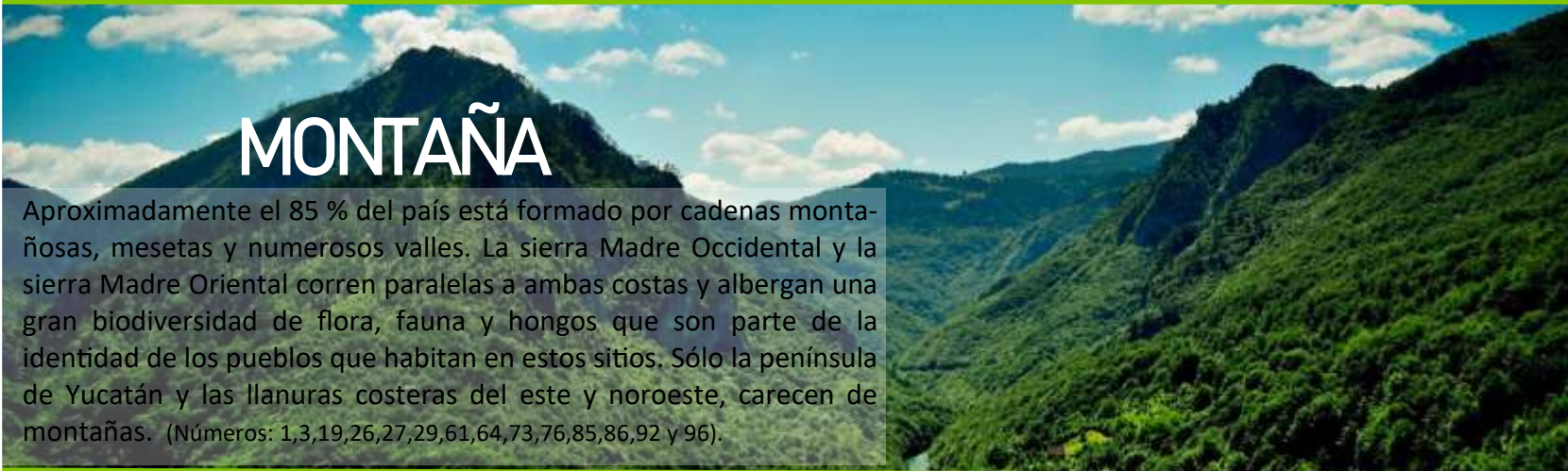
CIUDAD

Decir 'turismo' casi siempre nos remite a destinos de sol y playa, casi nunca pensamos en las ciudades, pero vaya que albergan incontables puntos de interés, como son los 111 pueblos mágicos y las 11 ciudades patrimonio de la humanidad. Por todo ello, esta categoría ha sido la más numerosa con 42 números, y aunque no hemos completado ni la mitad de los pueblos mágicos, nos alienta saber que tenemos mucho trabajo por delante. (Números: 2, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 33, 34, 36, 37, 38, 40, 43, 45, 48, 49, 50, 63, 65, 69, 72, 75, 77, 80, 81, 82, 83, 84, 87, 88, 90, 9 y 99)



MONTAÑA

Aproximadamente el 85 % del país está formado por cadenas montañosas, mesetas y numerosos valles. La sierra Madre Occidental y la sierra Madre Oriental corren paralelas a ambas costas y albergan una gran biodiversidad de flora, fauna y hongos que son parte de la identidad de los pueblos que habitan en estos sitios. Sólo la península de Yucatán y las llanuras costeras del este y noroeste, carecen de montañas. (Números: 1, 3, 19, 26, 27, 29, 61, 64, 73, 76, 85, 86, 92 y 96).



DESIERTOS

Se trata de uno de los ecosistemas más importantes de México, incluso más de la mitad del territorio nacional son zonas áridas o semiáridas y, sin embargo, apenas hemos dedicado cuatro números a este hermoso hábitat, todos ellos del norte del país -Sonora, Durango y Coahuila-, sin duda en nuestra siguiente época abordaremos más este destino de naturaleza extrema. (Números: 31, 42, 74 y 95).



AGUA

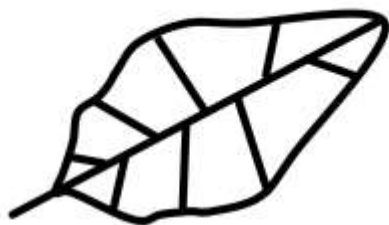
Nuestro país tiene 11,122 km de litoral continental bañado por dos grandes océanos: el Pacífico y el Atlántico, de ahí que tengamos innumerables destinos turísticos relacionados al agua, ya sea en forma de aguas subterráneas o superficiales, tal es el caso de los ríos, lagos, lagunas, cenotes, humedales, costas, mares y playas. Por ello, en esta categoría hemos agrupado destinos como Cuatrociénegas, en Coahuila; las Grutas de Tolantongo, en Hidalgo, la Huasteca Potosina, en San Luis Potosí o el avistamiento de la ballena gris, en Baja California (números 30, 52, 62, 68), por mencionar algunos ejemplos. Recordemos que el país tiene 17 estados con litoral y 15 sin él. (Números: 10, 12, 17, 30, 52, 60, 62, 67, 68, 78, 89, 93 y 97).





CONSUME MÉXICO

Esta sección nació en el 2016 por la necesidad de apoyar y difundir el trabajo que miles de artesanos y emprendedores sociales están haciendo en el país para mejorar nuestro entorno ecológico, ya sea con productos ecológicos o con plataformas de comercio justo, por mencionar algunos ejemplos. A la fecha hemos apoyado a 30 productores o emprendedores y esperamos seguir así. Todo sea por cambiar nuestros hábitos de consumo y dejar el menor impacto posible en nuestro paso por la Tierra.



Verdemanía

TIPO DE PRODUCTOS

ALIMENTOS

Salsas, xoconostle, hongos, helados, dulces y tés.
(Números: 68,74,75,86,87 y 95).

ANIMALES

Jaboterapia (Número: 77).

COSMETICOS

Nopalmita (Número: 69).

HOGAR

Feeltex, Carboneat, Cerámica O-Lab, Divina Semilla, Ye'ii textil, Kami, Ceramica Contreras.(Números: 81,83,84,89,91,94 Y 99).

HOMBRE

Tetzauhyo (pulseras) y corbatas
(Números: 73 y 85).

MUJERES

Moi Moi bolsa artesanales, Parákata diseño textil, Herbal Natural Colour, Copa Menstrual y Verdemanía. (Números: 78,80,82,90,93 y 98).

NIÑOS

Cosmosito, pañales; Kamoch, juguetes y Morenita mía, muñecas de trapo. (Números: 70,71 y 97).

OTROS

Porqué consumir México, Robin Food, TgMexico y Decrepit, patinetas. (Números: 79,88,92 y 96)

Morenita mía

Para los mexicanos las muñecas de trapo son una tradición nacional. Piezas elaboradas a mano por mujeres artesanas con la idea de dar a conocer al mundo las distintas etnias del país y sus indumentarias tradicionales, quienes crean el proyecto social, artesanal y cultural Morenita Mía, muñecas de trapo con vestimenta tejida en telar de cintura y bordadas a mano por artesanas locales, provenientes de once etnias de México.

La vestimenta de cada muñeca está elaborada de manera tradicional, respetando el estilo de tejido local, los colores y el diseño que las artesanas de Chiapas, Oaxaca, Oaxahuatl, Michoacán, Hidalgo, Querétaro y Guerrero.



Guadalupe:

Raramuri significa "comedores a pie". Esta morenita se llama Guadalupe y es de Tabasco, Oaxahuatl.



Las muñecas de Morenita Mía cuentan con cédula de identidad, con el nombre de la artesana que la realizó, la comunidad donde nació, su ocupación, su lengua y trae dos pulseras, una para ti y otra para la muñequita, simbolizando un nuevo lazo de unión.

Gradualmente la marca cuenta con parejas morenitas (niño y niña) y de mamá con su bebé. Además de ser un juguete, también es objeto de colección adorable.



Pareja Chanuk

Los dos nos llamamos Chanuk, que significa "Pequeños Gigantes". Somos una pareja de la selva en Lacanja, Oaxaca. Mi lengua es Maya Lacandon, hijo floraz y recolecto semillas para hacer textiles y artesanías. Mi novio trae sus arcos y flechas pues es cazador.



Ita

Significa Rer Sagrada. Soy artesana tejedora de Santa María Zacatepec, Oaxaca. Mi familia y yo recuperamos el uso del coyotli (tipo de algodón tejado) para mantener viva nuestra tradición. Mi mamá que usamos en telar de cintura para hacer nuestras fajas y resistentes telas.

morenita_mia@yahoo.com
https://www.facebook.com/morenita.tarumba/

TQM

MX

®

TQMÉXICO



Lo que empezó como un grupo de personas con ganas de dar a conocer a diversidad de frutas que se cultivan en Michoacán - más AU del Aguacate -, terminó siendo un negocio que ya se encuentra en la Ciudad de México.

Se trata de Urani, en honor a Urupet, ciudad donde nació la AU, empresa mexicana productora de gelatinas hechas elaboradas con frutas de la región, 100% naturales y altamente nutricionales, pero que la "gelatina" no también un almidón.

Con 15 años en el mercado, exportan 3 sabores en México y ya están una franquicia más, en la ciudad de México, a través de la Coreana. Además de la gelatina para de aguacate con manzana, también hay de aguacate con piña, aguacate con cítricos, entre otros, además, mango, melón y si se quiere, todo de temporada, con y sin azúcar.

Otro plus para ir a la sucursal es que son pet-friendly. Susana González
Lorena El Cárdena
Héctor Hernández
Facebook: Urani Condesa



DISTRITO VERDE

NOVEDADES

Este espacio lo hemos dedicado a la difusión de eventos o publicaciones especiales, todo bajo la óptica del medio ambiente y la naturaleza. Exposiciones, cine, muestras fotográficas, bazares y festivales han encontrado su lugar en este espacio. Parecería increíble, pero desde que nacimos, esta sección nunca ha quedado en blanco, lo cual indica que existe una actividad cultural y artística bastante movida.



Los arrecifes de coral son ecosistemas formados a lo largo de millones de años y ocupan menos de una décima parte del 1% de la superficie del océano, sin embargo, representan

En el inicio del Año Internacional del Arrecife, el Primer Ministro y Presidente de la COP23, Frank Bainimarama, anunció la nominación de grandes extensiones del Gran Arrecife Marino

del mundo. Según la convención, los humedales están ampliamente definidos generalmente son las zonas de transición entre aguas saladas y dulces) e incluyen áreas tales como los



12º Día Nacional de los Jardines Botánicos



