

Empezamos por lo básico, como dijo *Cantinflas* en su show de dibujos animados dedicado al agua: "Olvíden eso de que agua que no has de beber, déjala correr, no joven, agua que no has de beber cuidala, y no la dejes correr porque se desperdicia".



La OMS marca un estándar de consumo de agua de 150 litros diarios *per capita*, en la mayoría de los países de AL se consumen 300 litros. FOTO: SHUTTERSTOCK

Día Internacional de la Madre Tierra

La fiesta de Pachamama

Alan Amper Ajzen
Colaboración especial

Es Día Internacional de la Madre Tierra y platicué con Paulo Petry, científico *senior* de Agua de América Latina de The Nature Conservancy, acerca de la situación del agua en México; además, en estos días el conejo protagonista del cortometraje *Save Ralph*, de Humane Society International, volvió a poner el tema de maltrato animal en la agenda pública de México, y conversé con Antón Aguilar, director ejecutivo de Humane Society International-México, al respecto.

Dignos temas para tratar en el contexto de la pachanga de Pachamama.

Curiosamente –o no–, ambos coincidieron en que ecosistemas sanos, biodiversidad plena, y salud, calidad y disponibilidad de agua, están intrínsecamente relacionados con el cambio climático y con consecuencias sociales, de salud pública, económicas y culturales.

–**Dr. Petry, el Día Internacional de la Madre Tierra...**

–Es muy importante que la gente entienda las conexiones, cómo todo está interrelacionado y cómo es que una parte de la cadena influencia a las otras. Si los ecosistemas se pierden, todo colapsa.

–**Mtro. Aguilar, ¿cuál es la importancia de llevar una vida y relación sana con los animales?**

–La relación que tenemos con los animales y con el medio ambiente se hizo muy patente con la pandemia actual, en donde la economía se ve afectada por un virus que se origina en un mercado húmedo, que son mercados de fauna silvestre donde reúnen a muchos animales en espacios reducidos con condiciones insalubres; es un foco de infecciones, y de ahí viene el problema de la pandemia.

Ambas respuestas resonaron en una reflexión que nos devuelve inequívocamente al inicio de todo: la naturaleza y sus conexiones sistémicas. Si queremos ser conscientes y tratar de reducir nuestra huella ecológica entonces debemos entender desde los fundamentos, dejando los billetes verdes de lado.

–**Dr. Petry, ¿cuál es la situación del agua en México?**

–La Ciudad de México tiene una situación peculiar porque es un sistema endorreico donde el agua dreña hacia adentro; para mantener a la población actual el agua disponible de la cuenca no es suficiente, entonces hay que acarrear agua y eso genera estrés tanto en la cuenca como en el lugar de donde se extrae.

–**¿Cómo es la calidad del agua en la Ciudad de México?**

–Varía bastante, pero diría que en general el agua que llega a los sistemas de tratamiento no es de mala calidad, simplemente por la tecnología que está utilizando, pero el agua pasa por un proceso de remoción de sedimentos y desinfección.

–**¿Qué podemos hacer? Más allá de bañarnos en menos de dos minutos, no lavar el coche...**

–Todo es una cadena de custodia del agua desde el momento en que empieza a llover; debemos presionar a los gobiernos para que empiecen a invertir en el origen del agua. Es muy importante hacer consciente a la gente que el agua no aparece por arte de magia, y que lo que ellos reciben es su último estadio de custodia. Hay que adecuar la infraestructura cotidiana, ahí cada ciudadano puede reducir su consumo.

–**¿Cómo está relacionado el estrés hídrico con pandemias o desastres naturales?**

–Son conexiones sistémicas. Si tienes un cambio en la disponibilidad de agua, hay mecanismos de ajuste que van a ocurrir, y gene-

ralmente están relacionados con el desplazamiento de la fauna, flora, y de los vectores de enfermedades. Todo eso se traduce en efectos que no tenemos cómo estimar, como Covid-19 y muchos otros que puedan surgir en función del desbalance y la expansión de ocupación del paisaje por gente.

Hablando de animales –los monos, no los políticos–, *Save Ralph* es un cortometraje creado en *stop motion*, que fue *trending topic* en México apenas hace unos días, y es parte de una campaña global llamada *Be cruelty free*, que promueve la prohibición de la experimentación cosmética en animales. Antón Aguilar habló al respecto:

–**¿Qué hace especial a esta historia?**

–La narrativa es paradójica. *Ralph* se trata de convencer a sí mismo y a quienes lo están viendo, que tiene sentido pasar por todas esas experiencias dolorosas, cuando es evidente que no. Un color distinto de labial no es un fin superior, cuando ya llevamos décadas experimentando con animales y hay toda una serie de alternativas tecnológicas para no seguirlo haciendo.

Antón Aguilar publicó en *Animal Político* que anualmente más de 500 mil animales, incluidos ratones o conejos, son utilizados para este fin, provocándoles –sin analgésicos– irritaciones, convulsiones, ceguera, inflamaciones e incluso la muerte.

–**El ruido que generó el conejo Ralph, ¿cómo se traduce en acciones que ayuden a los animales?**

–Los senadores Ricardo Monreal y Jesusa Rodríguez presentaron una iniciativa para reformar la Ley General de Salud y prohibir las pruebas cosméticas en animales. En marzo de 2020 pasó por unanimidad en el Senado; estamos en espera de que la Cámara de Diputados apruebe también el dictamen y la iniciativa correspondiente. El periodo legislativo concluye este mes, así que tenemos poco tiempo para que la Comisión de Salud, que preside la diputada Miroslava Sánchez, haga este dictamen y lo aprueben –, respondió, invitando a la gente a apoyar firmando la petición digital en *Change.org*.

–**¿Qué puede hacer la gente en su rutina diaria para vivir en armonía con los animales?**

–Hablamos hace un momento de consumo responsable, si reducimos nuestro consumo de productos origen animal también contribuimos a su bienestar. No comprar fauna silvestre y mucho menos como mascota. En el turismo no nadar con animales, no retratarse con grandes felinos. Si tenemos mascotas, darles los cuidados necesarios.

Pachagueemos con Pachamama en el Día Internacional de la Madre Tierra, pero es algo que debemos hacer con acciones responsables todos los días. The Nature Conservancy y Humane Society International están generando diferentes acciones, involucremos.

Texto completo: eleconomista.mx



Showbiz

Antonio Aja
acaja@marielle.com

Televisa y Univisión, una larga y exitosa relación

A lo largo de su historia, una de las empresas más emblemáticas de México, Grupo Televisa, se ha caracterizado por su habilidad para adaptarse a los tiempos y sobre todo tener una visión política con respecto a los distintos escenarios que el cambiante mundo tecnológico presenta conforme los tiempos cambian.

La semana pasada, Televisa y Univisión anunciaron la creación de una nueva empresa Televisa-Univisión que pretende ser el grupo de contenido en habla hispana más relevante del mundo. Ambas empresas mantienen una madura relación desde hace años a través de la cual han aumentado y consolidado sus compromisos y sociedades.

Ahora, ambas empresas llevan su relación un paso más lejos para ofrecer una nueva empresa en el mundo del contenido de habla hispana a nivel mundial. Como fue dado a conocer, la transacción implicaría una fuerte inyección de capital a Televisa por parte de Univisión y Televisa aportará su súper poderosa maquinaria de creación de contenido así como el contenido mismo. Asimismo, la naciente empresa recibirá mil millones de dólares de financiamiento por parte de 4 interesantes socios estratégicos que tendrán intereses en el negocio, Softbank, Raine Group, ForgeLight y Google.

Raine se especializa en servicios de asesoría, que incluyen fusiones y adquisiciones, desinversiones, captación de capital privado y asesoramiento estratégico en el mundo de telecomunicaciones y medios. ForgeLight, fundada y dirigida por David Wade, el nuevo CEO de Televisa-Univisión es una empresa recientemente creada especializada en invertir en negocios de medios, la cual compró Univisión a principios de 2020.

Televisa-Univisión tendrá la mayor oferta de contenidos en español en el planeta, incluyendo 300 mil horas de programación de largo metraje de archivo, que podrán ser distribuidos a través de diversas plataformas (TV abierta, paga, streaming, entre otras).

Televisa suma a la nueva empresa, su capacidad de producción de 86 mil horas anuales promedio de contenidos.

Con esta combinación de activos, se elevará la capacidad de producir contenidos, principalmente en México.

Televisa-Univisión tiene un mercado potencial de 600 millones de personas que hablan español. Además, se aprovechará que los contenidos de Televisa ya están posicionados en más de 70 países y han contribuido a que Univisión sea líder de audiencia hispana en EU.

Televisa-Univisión alcanzará ventas conjuntas estimadas en el orden de 4,000 millones de dólares y un EBITDA por 1,600 millones de dólares, con un margen cercano al 45% post-sinergias derivadas de la operación.

La operación ya fue autorizada por los respectivos Consejos de Administración, se espera que concluya en 2021, al obtener las autorizaciones oficiales respectivas, en México y los Estados Unidos.

Tras el anuncio de esta nueva empresa, las acciones de Televisa han aumentado 15 pesos.



La ONG Te Protejo tiene un directorio de marcas libres de crueldad animal en el siguiente link:



<https://ongteprotejo.org/mx/marcas-cruelty-free/>



Save Ralph



<https://youtu.be/cml1tg5x1b0>