VISTAZOS AL EXTERIOR DESDE LA RENDIJA

PAULINA JIMÉNEZ AGUILAR RESPONSABLE DE MAPEO DE SOLUCIONES

espacios virtuales.

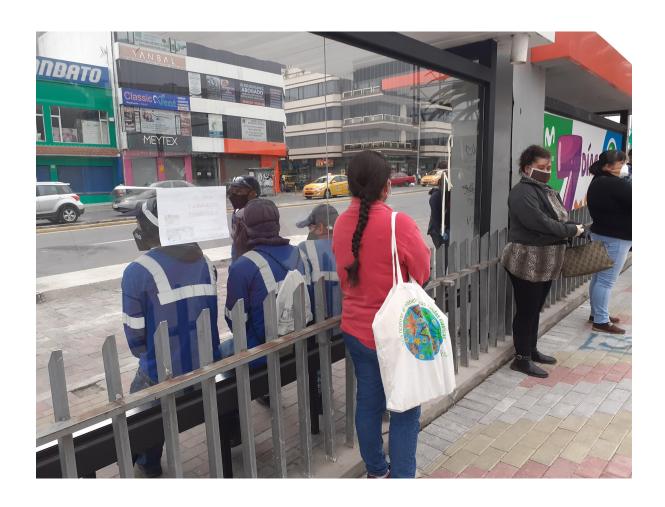
El flujo de noticias y datos se ha convertido en un océano de información, a veces angustiante. Hemos llegado a conclusiones comunes, como la de que el mundo dejó de ser el que conocíamos, o que hay que vivir el presente porque el futuro es incierto. Más allá de lo que cuentan los telediarios, ¿qué percibimos que está sucediendo? ¿Qué signos tenues hay que nos ofrecen otras narrativas? Estas son algunas observaciones realizadas desde las ranuras del confinamiento, que permiten divisar

Las primeras dos semanas de confinamiento fueron efectivas; Quito lucía vacío, con apenas movimiento. Al cabo de dos semanas, el ajetreo empezó a aumentar.

el exterior: el ciberespacio, los sonidos, la calle y el

supermercado cuando toca la compra, los chats y

LABORATORIO ACELERACIÓN ECUADOR



LA FALTA DE ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS

Se formaron largas filas en las afueras de los bancos. La población sin cuentas bancarias está expuesta al contagio por tener que salir para hacer pagos y transacciones. Para tener una cuenta bancaria se necesita un mínimo capital que no siempre se dispone y pasar a la modalidad en línea, requiere teléfonos inteligentes o internet en casa. Estas son las filas que realizan las personas no bancarizadas o sin banca digital.



FOTOGRAFÍA: PAULINA JIMÉNEZ

Tumbaco, parroquia del Distrito Metropolitano de Quito, ahora tiene movimiento. Los vendedores ambulantes se han especializado en guantes y mascarillas y cubre rostros algo más sofisticados. A 25 centavos se vende el par de guantes de látex, así como también se ofrecen naranjas y limones.

Todas las tiendas de barrio han vuelto a la modalidad de antaño: ofrecer la atención al cliente, manteniéndolo afuera. En mi infancia no se entraba a las tiendas porque estas eran la extensión de la casa y las ventas se llevaban a cabo tras una rejilla de madera, mientras atendían a la vez los quehaceres del hogar. Ahora, el paso está bloqueado por mesas, neveras, cajas de frutas u otros ingenios.



Tiendas del barrio de Tumbaco crean soluciones para la prevención del contagio.





Fotografías: Paulina jiménez

Los comercios cerrados alternan con nuevos servicios. Destacan las costureras que ofertan mascarillas y prendas de protección. En algunos negocios reza elnúmero de celular para ofrecer atención a domicilio.





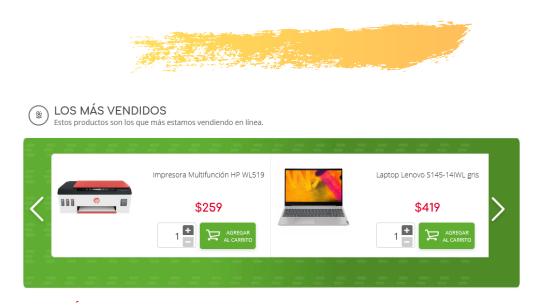
LOS MÁS VENDIDOS Estos productos son los que más estamos vendiendo en línea.



LAS PERCHAS

Los más vendidos de un supermercado en Ecuador

Han emergido las aplicaciones de venta en línea o el servicio de compra virtual ofrecido por supermercados. En un intento de hacer una compra de víveres, quedé atónita al ver que la categoría comestible se limita a la venta de alcohol. En las ventas de un supermercado, despunta entre los "más vendidos" la cerveza y el whisky, junto con las computadoras portátiles. Este ranking, nos habla de la venta del alcohol con un mayor crecimiento de adeptos, al igual que la necesidad del medio tecnológico que responde al imperativo de los deberes en línea.



CUIDADOS COMUNITARIOS

El campo más cerca a la ciudad

En este contexto, en el que la crisis sanitaria profundiza la desigualdad social y agudiza la crisis económica con pérdidas de trabajo y cierres de emprendimientos, parece surgir una nueva fuerza proveniente del campo, las personas dedicas a la agroproducción.

Este grupo ha cobrado mayor visibilidad. Para quienes no eran consumidores de canastas de la agroecología, esta opción ha sido la que les ha llenado la alacena. Tanto es así que, iniciativas de la agroecología con sistemas de distribución sin intermediarios. han cobrado mayor Un protagonismo. ejemplo el grupo agroecológico, Los 7 Paraísos del Quinche, quienes previamente a la crisis sanitaria distribuían 50 cestas semanales, pasando a distribuir 150.

Este aumento se debe a una mayor demanda, a la cual han dado respuesta junto con sus aliadas en Cayambe, quienes, por el contrario, tenían sobreproducción por no lograr acceder a su mercado. Esto revela que la proximidad entre productores y consumidores aumenta sostenibilidad. Las productoras de Cayambe se vieron afectadas por las restricciones de movilidad, pues su principal mercado se encuentra en Quito. Con esta alianza, la cesta de Los 7 Paraísos cobró mayor diversidad, incluyendo en ella los productos de sus socias vecinas.



FOTOGRAFÍA: FECOAL

ACCIONES DEL CAMPESINADO

El campo más cerca a la ciudad

El movimiento nacional campesino del Ecuador (FECOAL), con el objetivo de combatir la especulación en los precios de alimentos, organizó la distribución masiva de productos agrícolas con destino a las provincias más azotadas por la pandemia. Además, organiza y ejecuta trueques de alimentos, uno de éstos, entre mil familias montubias e indígenas. Ahora, se encuentra instalando mil boticas comunitarias con plantas medicinales en diferentes partes del país. Es quizá un momento, donde los procesos autogestionados puedan cobrar mayor protagonismo y fuerza.



EL PODER DEL ANONIMATO

Ayuda Humanitaria al ras del suelo

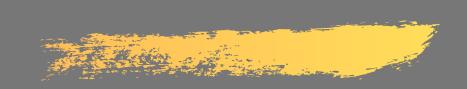
Abundan las iniciativas de donaciones. ya sean públicas, privadas, ciudadanas y combinadas. Entre ellas, llama la atención esta forma de donación anónima en la provincia amazónica, Napo, la cual se refleja en la fotografía. En ella se promueve la eliminación de cualquier posibilidad de capitalización interés distinto a la ayuda humanitaria en sí. En épocas de pérdida de confianza en la política, existen formas creativasy revolucionarias de aproximarse a los necesitados.



FOTOGRAFÍAS: BAEZ NARVTV



ESTOS APUNTES TOMADOS DESDE LA RENDIJA, PRETENDEN RESUMIR GESTOS, INICIATIVAS Y CREATIVIDADES CON FUERZA PARA PROPULSAR LA VIDA.



Mayo 2020