

En septiembre aumentará el peaje del Viaducto Elevado de Edomex

■ La Secretaría de Comunicaciones del Edomex prevé un incremento en el peaje del Viaducto Elevado, informó Gerardo Ruiz, titular de la dependencia.

Pese a que no subirá más de 2 pesos por kilómetro recorrido, para mediados de septiembre, “todo peaje corresponde al costo de la obra, hay una cuestión que se llama indización del costo, escalatoria del costo, que viene a ser un incremento en el costo y tiene que reflejarse necesariamente en la tarifa. No le llamo incremento, simplemente es reconocimiento de los costos que van de acuerdo a la inflación del país”.

“Vamos a ver cuando se cierre el costo de la obra a cuánto llega, pero creo que las cosas son muy manejables y no estamos hablando de mayores incrementos, espero que no (llegue a 2 pesos)”, señaló el funcionario.

La semana pasada, el Periférico norte no fue abierto en los horarios contemplados debido a que una grúa se descompuso en los carriles centrales, perjudicando la circulación. Pese a ello, la constructora OHL no fue multada.

“Cuando se incumple una instrucción precisa hay sanción, lo que puede ser gajes del oficio, que en un momento dado, como lo que pasó con la descompostura de una grúa,

no hay un acto de voluntad que sancionar”, dijo Ruiz.

Además, si existen obras inducidas solicitadas por colonos o usuarios, éstas también tienen que ser reconocidas y, por tanto, hay que incrementar el costo por kilómetro.

La dependencia estatal prepara

el llamado a un auditor de obra con el fin de que la empresa encargada de la construcción cumpla con los horarios de apertura de la vialidad, la adecuada señalización y los reembolsos solicitados por las personas se han visto afectadas a causa de las maniobras.

AZUCENA OLIVARES ENTREGÓ UNIFORMES A ELEMENTOS DE LA POLICÍA MUNICIPAL



La alcaldesa de Naucalpan, Azucena Olivares, informó ayer que la Policía Municipal de su demarcación contará con una nueva vestimenta, que permitirá ofrecer a la ciudadanía una imagen digna y generar confianza entre la población. El anuncio lo hizo al entregar 600 uniformes a los primeros 300 elementos, con lo cual paulatinamente dignificará la imagen de la corporación y cumplirá un compromiso que hizo a los uniformados en campaña.

IEEM impartió taller sobre quejas y denuncias en materia electoral

■ En un régimen democrático existe una constante interacción entre el sistema electoral y el sistema de partidos políticos, el primero contiene las reglas y procedimientos a los que deben ajustarse los partidos en la búsqueda del poder, y entre ellas se encuentran las que les permiten un constante desarrollo, actualización y capacitación. Por ello, en cumplimiento a sus atribuciones establecidas en el Código Electoral vigente, y a petición del Partido de la Revolución Democrática, el Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Electoral del Estado de México impartió el Curso-taller “Quejas y Denuncias en materia Electoral”, en el cual se analizó el impacto de las conductas de los partidos políticos, militantes, simpatizantes y servidores públicos en materia de propaganda.

Asimismo, se abordaron los precedentes y tesis jurisprudenciales del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, así como la forma de sustanciación de los procedimientos administrativos sancionadores en el ámbito de competencia del Instituto Electoral del Estado de México, con lo que se coadyuva a fortalecer el correcto funcionamiento del Estado constitucional y democrático de Derecho, para asegurar una justicia accesible, eficiente y previsible.

El taller se impartió en el Centro de Formación y Documentación Electoral del IEEM, por parte del Titular del Órgano Técnico de Fiscalización, Hernán Mejía López, quien indicó que la evolución de nuestro régimen de partidos y la competencia electoral exigen que el organismo electoral responda puntualmente a la demanda de apertura y a las necesidades expresadas por los actores políticos, adaptando sus métodos de trabajo y actitudes a esas nuevas necesidades.

La organización de las elecciones realizadas en forma periódica para renovar los cargos de elección popular, son el mecanismo democrático para que las autoridades electas cuenten con legitimidad en el ejercicio del poder público, y uno de sus componentes lo constituye el sistema de partidos, que es donde se concentran las diferentes expresiones que interactúan en el sistema político, bajo reglas establecidas que son aplicadas por los organismos electorales.

Cada organización política requiere solventar una serie de necesidades para cumplir con los fines para el que fueron creadas y, a su vez, requieren conocimientos actualizados para desenvolverse en un entorno electoral cada vez más competitivo, por lo tanto, al contribuir al fortalecimiento del sistema de partidos, mediante cursos, talleres y otras actividades de capacitación y actualización, el IEEM se encuentra a la vanguardia en materia de formación continua, al mantenerse inmerso en una dinámica constante de profesionalización y mejora, en aras de fortalecer los principios que rigen sus acciones en materia electoral.

En 1998, Josephine Esther Mentzer, mejor conocida como Estée Lauder, fue galardonada por la revista *Times*, como una de las 20 genios comerciales más influyentes del siglo XX y en el 2004 recibiría la Medalla Presidencial de la Libertad, condecoración otorgada por el ultraderechista conservador republicano, George Bush

Nacida en Nueva York, hija de madre húngara y padre checoslovaco, Josephine Esther Mentzer se casó con el magnate Joseph Lauder, con quien fundó en 1930 la empresa de cosméticos Estée Lauder Companies, que tiene presencia en los 5 continentes y es considerada una de las 507 más importantes trasnacionales de EU.

Dicha trasnacional suele hacer mancuerna para efectos de distribución, por ejemplo en América Latina, con MAC Cosmetics, una empresa canadiense fundada en 1985 por Frank Toskan, un maquillador y fotógrafo profesional, y el empresario Frank Angelo.

Estée Lauder México y Latinoamérica, y MAC Cosmetics, acaban de cometer una canallada que ofende y ultraja la dignidad de las mujeres mexicanas, al utilizar perversamente en sus campañas publicitarias, fotos de mujeres fantasmagóricas y noctámbulas, en clara referencia a las muertas de Juárez, barbarie que exhibe a los mexicanos ante el mundo como un país salvaje.

Ambas trasnacionales crearon una línea de cosméticos con nombres como: Fábrica, Juárez, Pueblo fantasma, Del Norte, Sonámbula, a la deriva, Páramo, Ciudad fronteriza y Quinceañera, aludiendo claramente a las muertas de Juárez.

¿Cómo es posible que si la señora Josephine Esther Mentzer, fue galardonada en 1998, como una de los 20 genios comerciales más influyentes del siglo XX, su empresa haya tenido tan poco tacto en cometer semejantes agravios contra las mujeres de México?

DE PE A PA POR ALBERTO VIEYRA G.

Trasnacionales de la belleza

¿Estée Lauder y MAC Cosmetics, pensarán que el macabro fenómeno que se vive en Juárez es por culpa de las mujeres noctámbulas? Por supuesto que no. Lo que ocurre en Juárez es una catástrofe de barbarie que evidencia la presencia de grandes mafias que viven del tráfico sexual, de órganos, estupefacientes y tal y tal. Esa es la realidad social en Juárez. No es por gusto de las mujeres. La necesidad las empuja a desafiar todos los peligros que sobre ellas se ciernen y las hace más vulnerables en sitios donde operan las grandes mafias, como en ese conflictivo punto fronterizo con EU.

Pero, esa terrible realidad social no le da derecho a ninguna trasnacional de lucrar al más puro estilo del bajo mundo. Ello, exhibe a ambas trasnacionales, además de muy poco creativas, de insensibles e irrespetuosas. Vale la pena recordar a nuestro Benito Juárez García, quien en 1867, al triunfar la República ante el Imperio de Maximiliano, pronunció aquella inmensa frase que hoy y siempre será válida para aplicárselas a quienes olvidan los más elementales principios de convivencia humana: “Entre los individuos, como entre las naciones, el respeto al derecho ajeno, es la paz”.

Esa colosal falta de respeto contra las mujeres de México, les ha valido el repudio generalizado y a través de la cancillería de México, varias organizaciones a favor de la mujer, han protestado enérgicamente y exigido que Estée Lauder y MAC Cosmetics den marcha atrás en esas infames campañas publicitarias y entierren lo más hondo posi-

ble sus productos con los nombres ya mencionados.

También, se han dado a la tarea de boicotear los productos de ambas líneas comerciales. Creo que es lo mejor. Habrá otros cosméticos femeninos que no incurran en semejante barbarie y total, si miles o millones de mujeres mexicanas no usan esos polvos de tlapalería no pasa nada, de todos modos se ven hermosas y más lo son solamente con aroma de jabón y con mucha seguridad para triunfar, pues finalmente esos productos de Estée Lauder y MAC Cosmetics ni las hacen más hermosas, ni más feas, sino todo lo contrario.

Las protestas mexicanas han tenido ya reacciones de las irrespetuosas trasnacionales de la “belleza” y por principio de cuentas, Estée Lauder y MAC Cosmetics se comprometieron con la Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres –Conavin- y la cancillería mexicana a ofrecer una disculpa pública con las mujeres mexicanas. Aceptan que fue un error la campaña publicitaria inspirada en las mujeres de la ciudad fronteriza.

Incluso, los directivos de las empresas firmaron ya, un acuerdo ante la cancillería mexicana para que MAC se disculpe con todas las mujeres y especialmente las de México y Ciudad Juárez por su campaña.

MAC también anunció que se sumará a la lucha de la Conavin para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres a través de una campaña internacional sobre este tema, asimismo, MAC-

Rodarte donará las ganancias internacionales que obtenga su nueva línea de cosméticos a una organización de la sociedad civil con amplia trayectoria en el tema de Ciudad Juárez y pedirá información al Consejo Consultivo Ciudadano y a expertos en el tema.

Miguel Franco, gerente de la marca MAC en México, aseguró “queremos pedir perdón de verdad, sabemos que dañamos que ofendimos y lo reconocemos” y destacó que esta polémica que se generó los dañó también a ellos porque la ayuda social siempre ha estado en la marca.

“La convivencia con la gente es la esencia de MAC y como muestra tenemos campañas como ‘belleza sin crueldad’ y ‘Back to Mac’ con el fin de hacer conciencia social y ecológica”.

Por su parte, Juana Lanis, directora general de Estée Lauder reiteró que “fue un error y nos avergüenza. Nosotros reaccionamos inmediatamente cuando se dio el lanzamiento en Nueva York y notamos nuestra falta de sensibilidad. Fue un error estúpido. El día de hoy queremos construir junto con ustedes Conavin”.

Bueno, pues suena bien que en principio ambas irrespetuosas trasnacionales se disculpen públicamente. Ojalá que ese estúpido error les sirva en el futuro para no hacer belleza con crueldad, como ellos lo están haciendo todavía, porque sus productos siguen en el mercado y basta con acudir a cualquier tienda departamental de esas de primer mundo para que se los ofrezcan los promotores.

Pero, la falta de respeto no es sólo contra las mujeres mexicanas. En próxima entrega le hablaré de esos irreverentes empresarios mexicanos que están haciendo su agosto con las cervezas conmemorativas de la Revolución Mexicana, utilizando a los principales caudillos revolucionarios.

Se trata de una cerveza carísima y de un horripilante sabor.