

Deveras que este país es generoso: si ya elevaron el *gansito* a la categoría de sello postal, ya mero naturalizarán a Mickey Mouse.



Sincronizan Tv Azteca y Televisa ataques para evitar competidores: GE

■ Queremos operar una tercera cadena televisiva "sin privilegio alguno": Díaz Granados

ROBERTO GONZALEZ AMADOR ■ 29

Cárdenas Jiménez: enfocaré mi labor en el campo sobre los más rezagados

■ Ofrece revisión del tema agropecuario en el TLCAN

MATILDE PEREZ ■ 12

Alianza del frente de izquierda con la UNT y otros grupos sociales

■ Proteger el patrimonio nacional y conquistas laborales, entre sus objetivos

GEORGINA SALDIERNA Y CAROLINA GOMEZ ■ 23

columnas

ASTILLERO • JULIO HERNÁNDEZ LÓPEZ	4
DINERO • ENRIQUE GALVÁN OCHOA	6
NAVEGACIONES • PEDRO MIGUEL	48
ANTROBIOTICA • ALONSO RUVALCABA	9a

opinión

LUIS VILLORO	6
OCTAVIO RODRÍGUEZ ARAUJO	26
MARTÍ BATRES GUADARRAMA	26
SOLEDAD LOAEZA	27
ADOLFO SÁNCHEZ REBOLLEDO	27
ORLANDO DELGADO SELLEY	30
ANGEL GUERRA CABRERA	37
OLGA HARMONY	6a
SERGIO RAMÍREZ	7a

El gansito Marinela, presente en sello postal

■ DAVID CARRIZALES

CORRESPONSAL

MONTERREY, NL, 13 DE DICIEMBRE. Intelectuales de Nuevo León repudiaron la emisión de un timbre postal con una viñeta del *gansito Marinela*, emblemático producto de Grupo Bimbo, empresa que de común acuerdo con el Servicio Postal Mexicano (Sepomex) decidió conmemorar en esa forma que el pastelillo cumplió recientemente 50 años de estar en el mercado.

El escritor regiomontano David González Cantú consideró como "una burla" que en la estampilla, donde aparecen los rostros de cinco niños y la frase "la niñez, el futuro de México", se haya colocado la figura del *gansito* como si fuera derecho de los niños consumir comida chatarra.

Expuso que no sería descabellado que la decisión de promover uno de los principales productos de Bimbo, "como si fuera motivo de fiesta nacional", fuera un "pago de facturas" de Felipe Calderón al empresario Lorenzo Servitje, quien fue uno de sus principales impulsores en la campaña por la Presidencia de la República.

Afirmó que es lamentable que desde el gobierno federal se promueva este tipo de valores, en lugar de promover el conocimiento y la apreciación de la historia, la cultura y el arte nacional e internacional.

"¿Qué sigue ahora; van a hacer una estampilla con el bebé Gerber o los pañales desechables de una marca amiga?", cuestionó el también activista social por la ecología, quien reconoció ser aficionado a la filatelia.

El historiador José Jaime Treviño Villarreal señaló que los sellos postales deber ir enfocados más hacia la cultura, para dejar constancia de hechos y personajes de la historia, ciencia o el deporte, más que dar publicidad a un emblema comercial.

Sostuvo que la producción del sello es aún más deplorable, porque los timbres son emitidos por una entidad pública. Acotó que si una empresa privada tiene alguna celebración o aniversario,

Intelectuales de NL califican de burla la emisión: "ligan a la niñez con comida chatarra"

"cuenta con medios y recursos suficientes para hacer llegar su mensaje a todos los mexicanos, porque su canal de distribución es enorme.

"Al rato harán un billete de la Lotería Nacional; creo que no hay que perder el rumbo en ese sentido. Ya lo han hecho con figuras de la tele-

visión comercial. Por eso creo que hay que poner un hasta aquí a esta situación; que no se desvíen los propósitos de una institución como el Servicio Postal Mexicano", indicó Treviño Villarreal.

El administrador local de Sepomex, Daniel Coronado Bustos, defendió la emisión de los sellos, ya que, aseguró, "no están promocionando un artículo de consumo; hasta donde sé están celebrando el aniversario de un producto de una empresa mexicana muy grande (con presencia en 14 países) y que es ejemplo internacional. Si la gente quiere ver el lado negativo, pues escucharemos cualquier cantidad de historias".

El responsable de la oficina de correos que se localiza en el antiguo Palacio Federal, en el centro de Monterrey, José Luis García, señaló que el emblema del *gansito Marinela* no tiene impreso el valor de porte y no es obligación que los usuarios de correos lo adhieran en los sobres o los paquetes que remiten.

También rechazó que se promoció el producto de Grupo Bimbo. "La empresa hace un homenaje a los pequeños, y en la estampilla sobre los derechos de la niñez adhiere la imagen del *gansito*, que no lleva ninguna marca o emblema comercial", señaló.

Comentó que el nuevo timbre llegó a Monterrey el 5 de diciembre y durante dos o tres meses estará a disposición de los coleccionistas; en febrero o marzo se pondrá a la venta para las personas que requieren los servicios de correos.

Reconoció que en 28 años que tiene en Sepomex no recuerda que haya aparecido otro sello que fuera acompañado por una viñeta que careciera de valor de porte, como es el caso del *gansito Marinela*, lo cual podría determinar que incrementalmente o disminuya el interés de los coleccionistas por adquirir el timbre postal, cuya emisión nacional fue de 250 mil estampillas.



Unas 250 mil estampillas de correos fueron emitidas para conmemorar al emblemático producto de Grupo Bimbo