

Voces

'Metro' pregunta:
¿Quién te gusta más, Obama o McCain?

Jorge, 25 años, comunicación:
"Obama, porque puede aportar nuevos aires al panorama político internacional".

Dani, 20 años, estudiante:
"Creo que Obama está más capacitado que McCain para hacer frente a la crisis".

Inma, 24 años, comunicación:
"Cualquier alternativa a Bush y a su política mejora la situación, y no sólo en EE UU".

Mi nombre es Action, Oxi Action



Ignacio Páez
Publicista y periodista

El problema de la señora Ulrika Örtengren-Kärjenmäki es que se llama como se llama. Nunca resultó un inconveniente en su país, la bella Suecia, pero las tres diéresis de su apellido hicieron enloquecer el sistema informático de Ryanair. La compañía aérea no la dejó subir a uno de sus aviones en Inglaterra, porque el nombre no se había imprimido completo en la tarjeta de embarque. Ahora doña Ulrika ha armado un gran escándalo y la aerolínea deberá indemnizarla por haber tenido que comprar un billete para el día siguiente. Nuestro nombre es nuestra marca en la vida. En el caso de las empresas no viene decidido por un padre y una madre, sino que lo escoge el departamento de Marketing. Así que compadezco al detergente Kalia Vanish Oxi Action Cristal White, que se debe sentir muy desgraciado por esos cinco apéndices que le han añadido. Lo de inventarse nombres pirotécnicos es algo muy típico de los limpiadores y los cosméticos. Tienen que abrumarnos con que son el mejor desengrasante o desincrustante o desmaquillante del supermercado. Cuanto más se tiran el moco mejor, ahí están los Age Re-perfect Pro Calcium (es un antiarrugas, no una leche), la Neutrex Futura (los viajes en el tiempo se usarán para alertar a amas de casa de qué lejía deben comprar) y las megaperlas (si su ropa brilla más tiene que ser radioactiva). Pero admitirán que esta vez ha ido demasiado lejos la fantasía del fabricante de Kalia, Reckitt Benckiser (otro nombre que se las trae). Lo fácil es llamar a la marca como al dueño, como los ordenadores de Michael Dell, los pastelillos de los hermanos Martínez o, claro, los aviones de Christy Ryan.



Seguro que la señora Örtengren-Kärjenmäki está muy orgullosa de llamarse como se llama. Aunque a veces le conlleva algún contratiempo en los aeropuertos. Y que si se tercia, usará su apellido para la marca de algún producto que le apetezca vender. Yo, por si acaso, a mis hijos no pienso bautizarlos ni Oxi ni Action. No sea que cuando crezcan se les ocurra montar una empresa.

- ↑ El nombre de muchas empresas es el de la persona que las funda.
- ↓ Los fabricantes de detergentes abusan de la fantasía al inventar marcas para sus productos.

El doble rasero de la economía

ECONOMÍA. El déficit del Estado se sitúa en 1,31 % del producto interior bruto (PIB) a fecha de agosto de 2008. El volumen de endeudamiento de las Comunidades Autónomas alcanza el 5,9 % del PIB, con un ritmo de crecimiento de un 9%. Ambas informaciones han sido publicadas por medios de comunicación afines a la derecha. Sin embargo, el PP insiste en el despilfarro de Zapatero, mientras Aguirre se gasta 3,7 millones en el patrocinio de la Copa Davis y 1,2 millones en la celebración de la inauguración del Teatro Canal de Isabel II. Saquen ustedes sus propias conclusiones.

LUIS MIGUEL RODRÍGUEZ

Zapatero y la Champions

ECONOMÍA. No entiendo a nuestro presidente, José Luis Rodríguez Zapatero. Si afirmar que estamos en una crisis es antipatriota y catastrofista... ¿Por qué no cesa al vicepresidente Solbes? Si Zapatero aseguraba que la crisis de las subprime en EE UU no iba a afectar a España. ¿por qué ahora se intenta culpar a la economía de EE UU de todos nuestros males? Si estamos en la Champions League de las economías, ¿por qué generamos más paro que nuestros vecinos? ¿Podríamos repartir el próximo año otros 400 euros? Compensarían, en parte, a los ciudadanos por el IPC disparado.

ALFREDO GARCÍA

"Alonso ha demostrado de nuevo que es un campeón de pura raza. Espero que el año que viene pueda aspirar a la victoria del Mundial"

Juancho Ibás

Privatizaciones en el Canal

POLÍTICA. Si los hilos de los intereses políticos no son vistos por la gente de la calle, me es fácil imaginar la maraña tejida de intereses cuando día a día puedo leer en los medios de comunicación cómo la Comunidad de Madrid va acaparando todos los sectores sin ocultarlo, de modo que me pregunto que si esto nos lo dan a conocer, cuánto no sabremos. Se puede leer que quieren privatizar el Canal, quieren privatizar la televisión pública, quieren entrar en Caja Madrid. Uno de los pasos que se han ido dando poco a poco es ir privatizando los servicios y el personal de la sanidad pública, es un objetivo ya casi logrado puesto que se está permi-

tiendo que los nuevos hospitales tengan una gestión privada, y poco a poco vamos viendo como entra todo lo privado sin poder hacer absolutamente nada, y más cuando, aún no todo el mundo es consciente de esta situación, ya que esta información no se recoge en todos los medios de comunicación. Llega el asalto a la salud y día a día de las personas y, ¿qué podemos hacer?

EVA YUSTE

Deberían cesarlo antes o ahora

ECONOMÍA. Cuando leía el otro día el titular: *Solbes reconoce que la crisis es profunda* no lo creía. Pero leyendo el breve periodístico: "El ministro de Economía, Pedro Solbes, admitió que España atraviesa una crisis profunda, la peor que recuerdo", dijo, aunque aseguró que hay análisis todavía más negativos. "Si fuera banquero haría unas previsiones más pesimistas", afirmó. Ante este reconocimiento de la realidad, pero no por ello menos antipatriota, espero que Rodríguez Zapatero, si es coherente, lo destituya del cargo por antipatriota y mentiroso, antes o ahora.

JOSÉ MORALES

Las soluciones del Partido Popular

POLÍTICA. Se ha criticado la falta de concreción de medidas económicas del Gobierno y en especial el déficit público en que está incurriendo. Sin embargo, lo que subyace y lo que no gusta al PP no es el

La carta del día

¿A qué se refiere la ministra Aído?

ABORTO. La ministra Aído dijo el otro día que no hay motivo de queja porque todos los grupos parlamentarios tendrán la opción de expresar sus distintas opiniones, como si eso significase una graciosa concesión del Gobierno. Y añadía que el Gobierno quiere que el debate parlamentario que se avecina sea serio, sosegado, con altura y sin dogmas. Eso, sí, ella ha nombrado un sectorio comité de expertos que elabora ya un proyecto de ley. ¿Pero va a tener en cuenta Aído la opinión también del comité independiente formado por 16 científicos, juristas, médicos y mujeres víctimas del aborto, que forma parte de la iniciativa Derecho a Vivir, que se presentó ayer en Madrid? ¿Va a tener en cuenta la encuesta publicada recientemente de si se considera necesaria una ampliación del aborto, en la que a día de hoy ya va superando el 74% el no?

JOSEFINA GALÁN

desequilibrio de las cuentas públicas, sino el destino de ese dinero. La derecha preferiría que se empleara en la bajada de impuestos, es decir, de los impuestos de los que más tienen. Al PP no le gusta que se paguen subsidios de desempleo, ni se aumenten las pensiones. Para ellos ese dinero pertenece a las empresas.

JOSÉ MARÍA RODRÍGUEZ

Hipermetropía

por Asier y Javier



LAS MODELOS SON COMO LA BOLLERÍA INDUSTRIAL: PARA LOS NUTRICIONISTAS DAN UNA IMAGEN POCO SALUDABLE ... PERO ESTÁN RÍQUISIMAS

metro

Plaza Cervantes, 6, planta 2
13001-Ciudad Real
926 20 04 05
Web: www.diariometro.es

COMUNICACIÓN RADIAL DE NOTICIAS
Administrador: V. Cuevas.
Director general: Javier Delgado.
Directora: Cristina Vives.
Redactores: Jose de Abajo y Antonio Ortiz.
Editora gráfica: Prado S. Velázquez.
Contáctenos: redaccion@corano.es

METRO NEWS, S.L.
Director General
Alberto Díaz García.
Contáctenos:
comunicacion@metrospain.com
distribucion@metrospain.com
cartas.mdr@metrospain.com
rrhh@metrospain.com

Director editorial: Carlos Salas. **Subdirector editorial:** Roberto López. **Redactores Jefe:** Javier Sánchez y José Luis García. **Editor Online:** Luis Resola. **Jefes de sección:** Marcial Muñoz (Coordinador de ediciones), Ana G. Arias (Local), Ignacio García (Deportes), Lydia Vidal (Ocio). **Directora Comercial:** Irene Marín. **Director Financiero:** Javier Vieta Borés. **Director de Marketing:** José Manuel Cosío. **Director de Distribución:** Kenny Otero. **Directora de Recursos Humanos:** Fina López. **Director Legal:** Agustín Conde Viñuelas.

Metro Directo es un periódico independiente y gratuito, distribuido de lunes a viernes, editado por Metro News, S.L., filial de Metro International, S.A. Prohibida su reproducción total o parcial. © Metro News, S.L.

año 3 número 840

Metro es el periódico global de mayor alcance mundial en cuanto a lectores. Más de 21 millones de personas leen a diario alguna de las 71 ediciones que se publican en más de 100 ciudades de 21 países en 18 idiomas. Metro no tiene ningún tipo de vinculación política o religiosa y sus ingresos proceden exclusivamente de la venta de espacios publicitarios y de la publicación de anuncios clasificados. www.metro.lu / www.metropoint.com

Tirada controlada por P.G.D.
(Información y Control de Publicaciones)

227

AEPP

Impreso en Integral Press S.A. y en Calprint S.L.
Dep. Legal: TO-1290-2001.
ISSN: 1578-3863