

2024-02-01

Utopías de Clara Brugada son promocionadas en bardas y Metro de la CDMX

Autor: David Santiago

Género: Nota Informativa

<https://politica.expansion.mx/cdmx/2024/02/01/utopias-clara-brugada>

En pleno periodo de intercampañas rumbo al proceso electoral del 2 de junio , el partido Morena en la Ciudad de México inició una campaña para promocionar la construcción de Utopías, proyecto de infraestructura insignia de la aspirante a la Jefatura de Gobierno, Clara Brugada.

Sin mencionar a Brugada, por toda la ciudad ha comenzado un despliegue de carteles y anuncios para destacar estas Utopías como un logro de la "cuarta transformación" en la Ciudad de México.

Consultado al respecto, el presidente de Morena en la Ciudad de México, Sebastián Ramírez, reconoció que la propaganda sí es del partido en la Ciudad, pero resaltó que se trata de una campaña institucional de carácter informativo, sin mencionar personas que supongan una violación a las normas electorales.

"Vamos a hacer una campaña informativa para que la gente sepa los beneficios que tiene que gobierne Morena. Nosotros no andamos buscando cómo darle la vuelta a la ley", argumentó.

Además del despliegue de promocionales pegados en bardas, el proyecto Utopías también se "presume" a manera de exposición por parte de la alcaldía Iztapalapa en el túnel de transborde de la estación Tacuba de las líneas 2 y 7 del Metro.

Según una publicación en la cuenta del Metro, la exposición apenas fue instalada el 24 de enero; en esa difusión se resalta el trabajo en Iztapalapa.

Campaña en la intercampaña

Un ejemplo de esta propaganda se detectó en los carriles laterales del Viaducto Miguel Alemán, entre Dakota e Insurgentes, perímetro de la colonia Nápoles, así como en otras calles de la alcaldía Benito Juárez y Cuauhtémoc, zona en la que fueron pegados carteles del partido Morena en los que resalta la frase: "En la CDMX se crearon las Utopías".

Sin mencionar explícitamente a la aspirante a la Jefatura de Gobierno, el cartel contiene los colores institucionales de Morena y la silueta de un edificio de Utopía; este proyecto es el que Brugada ofreció que lo llevaría a toda la ciudad en caso de ganar en las elecciones del 2024.

Otro cartel contiene la frase "En la CDMX empezó la transformación", acompañada de la imagen del Monumento a la Revolución.

A decir de Sebastián Ramírez, la estrategia de promoción apenas iniciará oficialmente en próximos días y contempla la instalación de anuncios en vía pública, carteles y bardas y estará enfocada en resaltar proyecto de la llamada "cuarta transformación" y no a una candidatura en específico.

Al ser cuestionado por Expansión Política sobre si esta campaña informativa no está pensada para que, de manera implícita, se promocionen las Utopías en favor de la exalcaldesa de Iztapalapa, el dirigente aseguró que no trata de una "trampa" a las leyes electorales.

"En este periodo de intercampanas la legislación electoral nos permite realizar actividades institucionales del partido, nosotros (en Morena) sí tenemos qué presumir. Si el PRIAN hiciera una campaña, ¿qué informaría? ¿El Fobaproa?, ¿la guerra de (Felipe) Calderón?, ¿el cartel inmobiliario?", cuestionó.

De acuerdo con el Instituto Electoral de la Ciudad de México, el periodo de precampañas rumbo a la Jefatura de Gobierno culminó el pasado 3 de enero, y del 4 de enero al 29 de febrero se realiza un periodo de intercampanas, donde ningún aspirante puede promocionarse públicamente.

La consejera electoral Sonia Pérez Pérez explicó que durante el periodo de intercampanas, la propaganda utilizada en los actos de precampaña deberá ser retirada por el Gobierno de la Ciudad de México y las autoridades de cada demarcación territorial, para enviarla a centros de reciclaje.

Enfatizó que las personas aspirantes a candidaturas deben suspender toda clase de promoción de su imagen, sus nombres y, también, de sus propuestas políticas durante el periodo de intercampanas que corresponda a la elección del cargo en que planean participar.

En dicho periodo, los partidos políticos sólo pueden difundir mensajes genéricos; es decir con contenido institucional sin pedir el voto ni promocionar a alguna persona candidata.

Utopías en el Metro

El pasado 24 de enero, autoridades de la alcaldía Iztapalapa y del Sistema de Transporte Colectivo Metro (STC) inauguraron una exposición denominada "Iztapalapa, ciudad en transformación", demarcación que gobernó la aspirante a la Jefatura de Gobierno, Clara Brugada.

En el túnel de transbordo de la estación Tacuba de las líneas 7 y 2 del Metro, fueron colocados anaqueles con información sobre la alcaldía Iztapalapa, destacando los proyectos culturales como murales y el proyecto Utopías.

Una decena de personas, promotoras de la alcaldía Iztapalapa, se encargan de repartir folletos que contienen la frase "Conoce las Utopías" y un mapa de todas las instalaciones deportivas y culturales.

Otro folleto contiene el logotipo de la alcaldía Iztapalapa y el de las alcaldías. Al momento en que son entregados los folletos, el personal se encarga de invitar a los usuarios del Metro a conocer las Utopías y dan una breve explicación sobre el proyecto, remarcando que todas las actividades ahí ofrecidas son gratuitas y son para todos los habitantes de la Ciudad de México.

Tan solo el primer trimestre de 2023, la estación Tacuba de la Línea 2 del Metro registró 2.4 millones de usuarios, mientras que la misma estación de la Línea 7 fueron más de 660,000 usuarios, por lo que la colocación de estos módulos de promoción a las Utopías tienen un alcance importante.