



## MAGACÍN CDMX



ALEJANDRO LEÓ DE  
LARREA

# Brugada prohíbe hacer campaña

Para aquellos altos funcionarios del Gobierno de la Ciudad de México, sean secretarios, subsecretarios, directores generales, hay una advertencia contundente de su jefa, Clara Brugada: el que quiera hacer campaña porque aspira a otro cargo que renuncie. Todos en su gobierno tienen que dedicarse en tiempo completo a cumplir con su responsabilidad.

"Todos los funcionarios de la ciudad no hacen campaña y tienen prohibido hacer campaña. Así que, por ahí no tengo ningún problema, porque no hay uno solo que quiera ser candidato a algo. A lo mejor en su momento y quien quiera, tendrá que salirse del Gobierno".

Eso me respondió Brugada en su conferencia de prensa, al solicitarle "sin aludir a los presentes" su postura respecto de que altos funcionarios anden en fin de semana haciendo una inminente campaña, promoviendo su imagen personal en actos públicos, regalando cosas a la gente.

Andan muy inquietos algunos hacia las próximas elecciones, aunque falta más de un año. Se distraen de sus responsabilidades, también en el futurismo 2030, cuando faltan más de cuatro años y medio para el relevo de Brugada. En el extremo, se creen las encuestas que ellos mismos pagan.

"¿Qué mensaje les da a estos altos funcionarios de su gobierno? ¿Les da permiso de hacer campañas el fin de semana? ¿O usted cree que deben dedicarse hasta el fin de semana, a estar pendientes de su responsabilidad?", fueron mis preguntas a Brugada. Su contundente respuesta ya la he escrito.

Uno de los funcionarios de Brugada que de manera más evidente anda

en campaña es el director general del Metro, Adrián Rubalcava, quien durante los últimos fines de semana ha realizado eventos en Cuajimalpa, acompañado del diputado federal del PVEM, Carlos Madrazo, a quien quiere impulsar como candidato de la 4T para esa demarcación, de la que se siente dueño, a pesar de que la perdió feo en 2024. Rubalcava trae el sueño guajiro de ser candidato a la Jefatura de Gobierno en 2030.

El problema no sólo es que Rubalcava ande en campaña -él mismo difunde los eventos en sus redes sociales-, sino que evidencia que trae bastante dinero, sin que se sepa el origen, ya sea de empresarios patrocinadores o recursos públicos. Suelen regalar juguetes cuyo costo es de unos 400 o 500 pesos por pieza. A sus eventos acuden más de 200 personas, lo que significa que en erogan al menos 200 mil pesos en cada evento.

También hay recursos públicos desviados. En redes sociales circula un video en el que el coordinador de Seguridad Ciudadana de la Alcaldía Xochimilco, Marco Antonio Hernández Hernández desciende de una patrulla de la Alcaldía para entregar juguetes en un evento de Rubalcava y Madrazo en Cuajimalpa. El coordinador policial vio que lo estaban grabando y salió corriendo, pudo verse en el video.

Hernández Hernández no es ajeno para Rubalcava, trabajó con él cuando fue alcalde y jefe delegacional. La alcaldesa de Xochimilco, Circe Camacho, debería poner orden para que un funcionario responsable de la seguridad en una demarcación tan insegura no se distraiga y desvíe recursos públicos para campañas.

Los eventos de Rubalcava y Madrazo han causado

enorme molestia en los militantes históricos de Morena en Cuajimalpa. No ven

bien que se les esté tratando de adelantar con dinero de dudosa procedencia y uso de recursos públicos. Algunos ya analizan la posibilidad de presentar una queja ante el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) para que investigue si los eventos pueden enmarcarse como actos anticipados de campaña o al menos documentarse para que en una eventual contienda interna en Morena quede el precedente de pudieron tomar ventaja de manera ilegítima. ¿Rubalcava le hará caso a su jefa y cesará de hacer campaña en Cuajimalpa con Madrazo? Lo veremos.

A MUCHOS NO LES GUSTÓ lo que propuso la jefa de Gobierno, Clara Brugada, de que "sería bueno bajarle a la nota roja" en la televisión, y hasta lo tergiversaron como si hubiera pedido un "pacto de silencio", lo que nunca ocurrió. El tema es que algunos noticieros y canales de televisión llegan a difundir una misma noticia roja más de 30 veces un mismo día. O sea, más que informar, generan morbo para ganar rating y dinero de publicidad. Las televisoras son concesiones públicas obligadas a una responsabilidad social, por lo que moralmente sí deberían bajarle a la sobreexposición de la nota roja, porque además las transmiten en horarios de niños y adolescentes, a quienes les van formando la idea de la normalización de la violencia. La televisora que prácticamente es la dueña del Mundial debería hacerlo, al menos por estrategia para su negocio.

*El contenido de esta columna es responsabilidad exclusiva del columnista y no del periódico que la publica.*

**"Todos los funcionarios de la ciudad no hacen campaña y tienen prohibido hacer campaña. Así que, por ahí no tengo ningún problema, porque no hay uno solo que quiera ser candidato a algo. A lo mejor en su momento y quien quiera, tendrá que salirse del Gobierno"**