

Piden especialistas otras vías para reforzar educación cívica

# Obsequian balones para atraer votantes

Ven necesario tomar en cuenta realidad de los capitalinos en iniciativas

ALEJANDRO LEÓN

El Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) compró 500 balones para regalarlos a quien se registra para votar en la consulta de Presupuesto Participativo, sin embargo, especialistas advierten que la campaña es un reflejo de la falta de capacidad de la dependencia para hacer educación cívica y evidencia que está alejada de la realidad.

Dos especialistas, quienes hicieron el cuestionamiento, coincidieron en que el Instituto no debe recurrir al espectáculo para que los vecinos vayan a las urnas de manera voluntaria, sino que tendría que procurar comunicarse desde las necesidades de los capitalinos.

El IECM lanzó una campaña para que la población se diera de alta en internet para votar y, a cambio, prometió regalar balones a las personas que les mandaran la captura de su registro.

La vocería del árbitro electoral explicó que los 500 balones han sido entregados a ciudadanos y medios de comunicación que coadyuvaron en la difusión de la consulta.

Sin embargo, no transparentó el costo de la adquisición, pues argumentó que se trata de una estrategia que incluye materiales impresos, por lo que aseguró que el



El IECM señaló que realizó una estrategia para promover el voto con balones en lugares como el Metro.

Especial

temas de participación ciudadana, como no saben o no tienen la capacidad,(...), para que la gente vote tienen que regalar balones. Es alarmante”, dijo.

Héctor Villarreal, profesor del Departamento de Política y Cultura de la UAM, comentó que, si bien el Instituto puede explorar nuevas maneras de atraer votantes, dijo que estas iniciativas deben estar apegadas a la realidad de los capitalinos.

“No tanto en términos de espectáculo, sino, a lo mejor, conectar también en términos de las necesidades más apremiantes de la gente.

“¿De qué te sirve que te den un balón si no puedes salir a las canchas que están ahí cerca de tu Colonia porque no hay luz, está sucio o te arriesgas a que sean víctima de un delito?”, criticó.

Consultado al respecto, el IECM mencionó que la adquisición de los artículos es parte de una estrategia integral de difusión, en la que incluyó el contexto del Mundial de Fútbol para promover el voto.

Acotó que ante la reducción presupuestal les impide hacer campañas masivas y la limitación de recursos les hizo adquirir 500 balones utilitarios.

“Las activaciones que implementa el Instituto Electoral son parte de la difusión y promoción de la democracia participativa, cuyo objetivo es impulsar en la ciudadanía el interés en conocer y utilizar la aplicación de herramientas”, subrayó.

## A unos días

El 3 de mayo se realizará la consulta del Presupuesto Participativo y elección de Copacos.

**7**  
millones  
podrán votar.

**18**  
mil  
candidaturas  
para Copacos.

**22**  
mil  
proyectos para  
ser votados.

gasto desglosado lo tendrá posteriormente.

José Antonio Carrera, profesor del Departamento de Sociología de la UAM, calificó la campaña como preocupante y advirtió que el Instituto es deficiente en promover la educación cívica, desde la cual se le inculca a la pobla-

ción participar en los diferentes comicios que existen en la Capital.

“Los Oples (Organismos Públicos Locales Electorales) tienen la obligación de crear educación cívica y me parece que el IECM (...) no lo han hecho bien.

“Desafortunadamente, en