

CONVIERTE BRUGADA LA CDMX EN AJOLOTLILÁN

● De cara al arranque del Mundial de Fútbol, ajolotes morados se han expandido en puentes peatonales, luminarias, bajo-puentes y el transporte público. Para especialistas, la “ajolotización” carece de una estrategia de imagen urbana y consideran que lo importante es atender la movilidad, más allá de colores. ● **A18**

OSMAR ALVARADO. EL UNIVERSAL



Ven ajolotización sin estrategia en imagen urbana

Especialistas consideran que el color morado y la figura del anfibio en puentes, transportes y mobiliario debe estar soportado en manuales de identidad gráfica

—FRIDA SÁNCHEZ

—metropoli@eluniversal.com.mx

A un mes del Mundial de Fútbol, el color morado acompañado con figuras de ajolotes se ha extendido al mobiliario urbano, como puentes peatonales, luminarias y bajo-puentes, así como al transporte público de la CDMX, infraestructura vial y unidades de servicio. Sin embargo, especialistas consideran que esta *ajolotización* —como la ha nombrado la jefa de Gobierno, Clara Brugada— carece de una estrategia en imagen urbana.

Las grandes ciudades del mundo suelen manejar manuales integrales de imagen urbana y mobiliario que les da identidad y generan arraigo entre su población. No obstante, lo que sucede en la Ciudad de México no parece ir de acuerdo con “ningún tipo de estrategia en materia de imagen urbana”, advierte a EL UNIVERSAL Carlos Corral, secretario de la Asociación Mexicana de Urbanistas.

“Sabemos que el presupuesto está limitado para llevar a cabo obras de mitigación o complementarias en infraestructura, y por otro lado, vemos este gasto, quizá a veces, hasta excesivo en tratar de mantener una imagen; aquí la disyuntiva está en si esa imagen es institucional, corporativa, urbana, que obedece a ciertos lineamientos establecidos en un manual, o es de cierta forma un te-

ma de propaganda política”, indicó el experto en urbanismo.

Bernardo Baranda, director para Latinoamérica del Instituto de Políticas para el Transporte y el Desarrollo (IPTD), considera que lo realmente importante es atender los temas de movilidad y del servicio de transporte público, más allá de colores e imagen que se use para representar a la CDMX.

Señala que cualquier marca en el pavimento y señalizaciones que se pongan en la capital, se debe apegar al *Manual de Dispositivos para el Control de Tránsito de la Ciudad de México*, documento realizado por especialistas en el que se brindan todas las especificaciones en la materia.

Sergio Padilla Galicia, doctor en urbanismo y profesor de la UAM Azcapotzalco, considera que muchas expresiones gráficas que se están colocando en la Ciudad parecen ser un esfuerzo por regresar a los orígenes —por

ejemplo, con los carteles para el Mundial que llevan algunas grecas—, aunque “tenemos que ser coherentes con el tiempo que nos toca vivir, sí, conscientes o asumiendo a plenitud o de manera íntima profunda nuestros orígenes o cultura, pero hay que experimentar manifestaciones que sean acordes a nuestra época, una visión moderna y humanista”.

Este 11 de mayo, la jefa de Gobierno, Clara Brugada, respondió a las críticas respecto a la imagen del ajolote y pintura morada que han invadido la Ciudad.

“Hay quienes dicen desde la ignorancia, el prejuicio o el clasismo, que estamos *ajolotizando* la ciudad. Si *ajolotizar* significa llenar de color lo que antes era gris, construir Utopías, dibujar murales, transformar el espacio público, (...) invertir en movilidad y electromovilidad, modernizar el Tren Ligerero, construir cablebuses, entonces claro que estamos *ajolotizando*”, expresó. ●



CARLOS CORRAL

Secretario ejecutivo de la Asociación Mexicana de Urbanistas

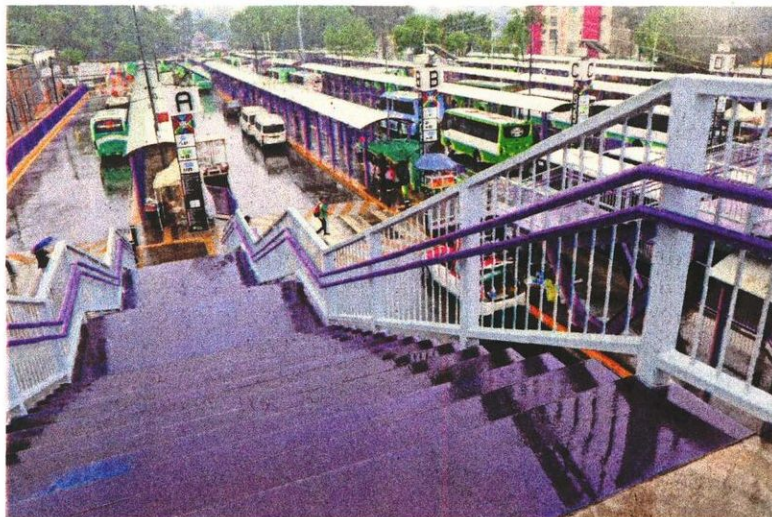
Aquí la disyuntiva está en si esa imagen es una imagen institucional, corporativa, urbana, (...) o un tema de propaganda política”





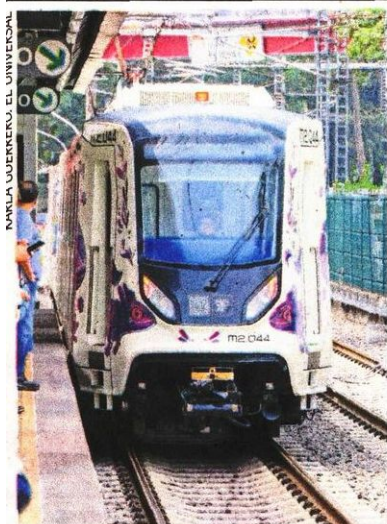
DIEGO SIMÓN SÁNCHEZ. EL UNIVERSAL

Urbanistas explican que no todos los sitios son adecuados para ciertas intervenciones.



FERNANDA ROJAS. EL UNIVERSAL

El paradero de Huipulco, frente al Estadio Azteca, también recibió el color morado en los puentes de acceso.



MARLA UERREKUN. EL UNIVERSAL

El Tren Ligero pasó del azul al blanco con imágenes del ajolote.



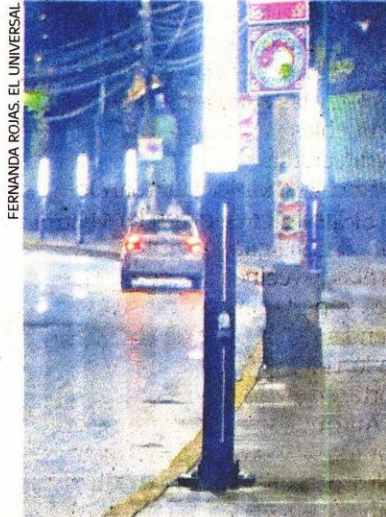
CARLOS MEJÍA. EL UNIVERSAL

El Centrobús, operado por RTP que tiene unidades verdes, es morado.





El programa de agua Bienestar Atlitic también usa el color.



Así lucen las luminarias del circuito Estadio Azteca y Tlalpan.

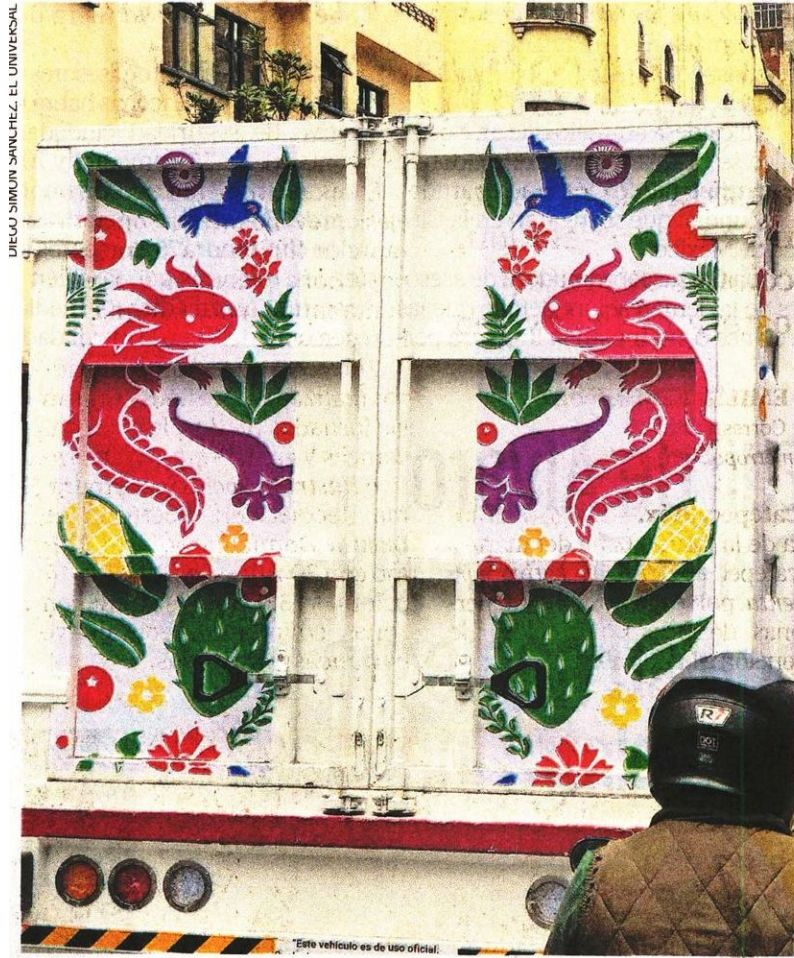


En el contexto del Mundial de Futbol, 316 canchas son habilitadas o renovadas en la Ciudad. En ellas se encuentra la imagen del ajolote.

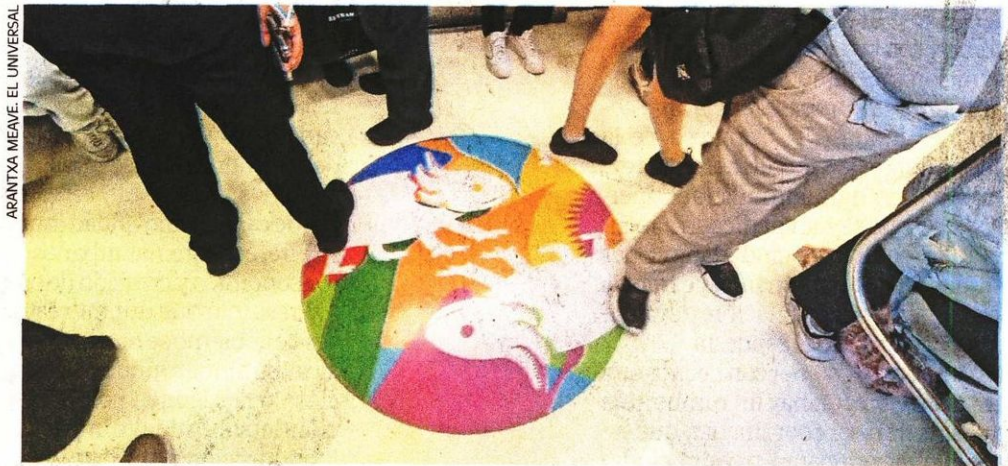


Puentes peatonales son pintados de color morado. Es el caso del ubicado en Eduardo Molina al cruce con San Antonio Tomatlan en V. Carranza.





Los camiones de basura, así como las patrullas que recorren las calles de la CDMX, también fueron balizados con la imagen del ajolote.



En el piso de los vagones de la Línea 2 del Metro se colocaron figuras de ajolotes y flores.





FERNANDA ROJAS, EL UNIVERSAL

La figura del ajolote ha invadido inmobiliario urbano en casi todo el territorio de la Ciudad de México.

