

DEJARON 160 TONELADAS DE BASURA ELECTORAL

CANDIDATOS

SÓLO LOS ASPIRANTES PUNTEROS A LA JEFATURA DE GOBIERNO

generaron
alrededor de
12 toneladas
de pendones
fabricados
en PVC

POR IONÁS LÓPEZ

jonas.lopez@gimm.com.mx

Con los pendones de sólo dos candidatos de los pasados comicios se generaron 12 toneladas de basura electoral, con base en estimaciones del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM).

Sin embargo, en la elección del 2 de junio participaron mil 195 candidatos, si se considera la Jefatura de Gobierno, alcaldías, diputaciones locales y concejales.

Entre todos los aspirantes generaron unas 160 toneladas de propaganda política, principalmente pendones, de acuerdo con estimaciones y un análisis de la consejera electoral Erika Estrada Ruiz.

Sólo las campañas de los dos candidatos a la Jefatura

de Gobierno que quedaron en primer y segundo lugar, Clara Brugada y Santiago Taboada, respectivamente, desplegaron unos 48 mil pendones plásticos.

“Las características de éstos, según algunas de las facturas que obran en los expedientes, median un metro de altura por 50 centímetros de ancho y estuvieron fabricados en tela PVC de alta calidad con una densidad promedio de medio kilo por metro cuadrado, por lo que cada uno pesaba alrededor de 250 gramos. Si este gramaje se multiplica por la cifra preliminar de 48 mil obtenemos que al menos 12 toneladas de PVC fueron colocadas en la ciudad sólo para la promoción de dos personas.

“Sin embargo, para la elección local del 2 de junio participaron en total mil 195 candidaturas, entre inde-

pendientes y partidistas, lo que eleva sustancialmente la cantidad de propaganda”, indicó Estrada Ruiz.

Si los 48 mil pendones utilizados únicamente para las campañas a la Jefatura de Gobierno se extendieran abarcarían una superficie de aproximadamente 24 mil metros cuadrados, lo que equivaldría a tapar completamente más de la mitad del Zócalo capitalino o poco más de tres canchas del Estadio Azteca.

La basura electoral generada en casi ocho semanas de campaña electoral se sumó a las 12 mil 400 toneladas de residuos sólidos y 14 mil toneladas de residuos de la construcción que se generan al día en la Ciudad de México.

Aunque podría parecer una cantidad mínima comparada con el total de



residuos que se generan diariamente en la capital. Estrada Ruiz indicó que la Ciudad de México supera por mucho a otras urbes como Madrid, Buenos Aires, Montevideo o de Estados Unidos en materia de desechos electorales.

Además del impacto ambiental, los efectos de la propaganda política también deben estimarse a través de factores como el daño al patrimonio urbano a causa de su colocación y la contaminación visual, consideró la consejera del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM).

“¿Realmente corresponden los márgenes de victoria entre los primeros y segundos lugares y los costos-beneficios ambientales con la cantidad de propaganda desplegada en el espacio urbano? Si se responde a esta pregunta a través de la relación entre pendones colocados y los porcentajes de votación obtenidos por los contendientes punteros a la jefatura de gobierno se hubiera esperado un resultado más cerrado y no una distancia de más de 11 puntos”, acotó la presidenta de la Comisión de Quejas del IECM.

DISTRACTOR

Estrada Ruiz también señaló que las quejas relacionadas con la colocación de propaganda se han convertido en un verdadero desafío para la autoridad electoral.

Durante el pasado proceso electoral, la Dirección Ejecutiva de Asociaciones Políticas del IECM recibió mil 809 escritos de queja sobre diversos asuntos. De ellos, 265 (14%) estuvieron relacionados con la indebida colocación de propaganda.

“Denunciar estos hechos e imponer sanciones está muy bien, el problema es cuando el volumen indiscriminado de quejas relacionadas con la materia entorpece el trabajo institucional y desvía la atención de otros asuntos que podrían resultar más relevantes, más urgentes y que requieren de investigaciones más especializadas y profundas, como la investigación y análisis del uso indebido de re-

ursos públicos, la compra y coacción del voto o actos de violencia política contra candidaturas”, consideró.

Indicó que las normas y leyes que rigen la propaganda electoral, el uso de plásticos y la publicidad exterior deben armonizarse; crear esquemas de sitios permitidos para la colocación de pendones, lonas u otros materiales políticos; explorar nuevos materiales sustentables, como los textiles reciclados; supervisión y análisis de que son reaprovechables, así como un cambio en la manera en que los partidos buscan promocionar a sus candidatos y utilizar más los medios de comunicación y las redes sociales, entre otras medidas.



¿Realmente corresponden los márgenes de victoria entre los primeros y segundos lugares y los costos-beneficios ambientales con la cantidad de propaganda desplegada en el espacio urbano?”

ERIKA ESTRADA CONSEJERA ELECTORAL



Foto: Cuartoscuro

El gobierno central y los de las alcaldías son los encargados de retirar los pendones.

