

**EL OBJETIVO ES REDUCIR EL IMPACTO AMBIENTAL EN LA CAPITAL DEL PAÍS: CLARA**

# PROPONE RECICLAR LA PROPAGANDA

**Hasta el momento, los candidatos a la Jefatura del Gobierno local han gastado más de 32.9 mdp en publicidad en la vía pública**

**HÉCTOR QUEZADA**

GRUPO CANTÓN

Con el objetivo de reducir el impacto ambiental provocado por la propaganda electoral colocada en las calles de la Ciudad de México, la morenista Clara Brugada, candidata a la Jefatura de Gobierno capitalino, propuso que los pendones, lonas y otros materiales sean reciclados, lo que permitiría reducir la cantidad de basura.

De acuerdo con el Instituto Nacional Electoral (INE), en lo que va de las campañas proselitistas, los aspirantes al Gobierno de la Ciudad de México han gastado más de 32.9 millones de pesos solamente en la publicidad colocada en la vía pública.

De los tres contendientes, el panista Santiago Taboada es el que más presupuesto ha destinado, con un monto mayor a los 15.9 millones de pesos, mientras que la abanderada de Morena, PT y PVEM es la que menos ha invertido en este tipo de propaganda, con apenas 8.1 millones de pesos.

Por su parte, Eduardo Santillán, representante de Morena ante el Instituto Electoral capitalino (IECM), señaló que la propuesta de reciclaje se emitirá cuando se entregue el desglose de los gastos de campaña, donde se detallará la cantidad de publicidad.

También dio a conocer que la propaganda del partido guinda se colocó conforme lo establecido en el artículo 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, acerca de que la publicidad debe fabricarse con materiales reciclables, no tóxicos, ni nocivos para la salud y el medio ambiente.

En abril pasado, ante la cantidad de basura electoral que se produce en este proceso, la organización internacional Green Peace hizo un llamado a los partidos y candidatos de México a evitar el uso de plásticos de un solo uso, así como a elaborar un plan de reciclaje para que ésta no llegue a los rellenos sanitarios o espacios naturales.

## GASTO



En lo que va de la campaña, el candidato de "Va por la CDMX" ha destinado más de 15.9 mdp para su publicidad en las calles, mientras la morenista apenas invirtió 8.1 mdp





• Pese al derroche, el panista Santiago Taboada no avanza en las encuestas

