

El 'tsunami' de 30.000 toneladas de basura electoral que golpea a Ciudad de México

(2024-04-05), ES El País, Elías Camhaji, (Nota Informativa) - 22:34:00, Precio \$596,000.00

En casi todos los rincones de Ciudad de México, al cruzar la esquina, está la cara o el nombre de un político. En la calzada México-Tacuba los cientos de rostros de plástico de personas que quieren llegar al Senado y a la Alcaldía Miguel Hidalgo son jirones. Rompieron la mayoría, sin distinguir el partido. En el Eje Sur, en la alcaldía Benito Juárez, la pancarta de uno de los candidatos a gobernar la capital tapa una señal de prohibido estacionar. Un puente peatonal de Iztapalapa luce 78 carteles idénticos de la aspirante a ser la jefa de la ciudad sobre el puesto de flores de Lorena de la Cruz. "Yo no veo necesario poner tantos carteles cuando ya sabemos quiénes son y qué van a hacer", explica la mujer de 44 años mientras arregla un girasol.

El arranque de las campañas ha inundado la capital de propaganda electoral. La publicidad cuelga de los árboles y los semáforos, cubre miles de postes y bardas con las promesas de los partidos y tapiza las calles con las caras de los aspirantes a la Jefatura de Gobierno. En plena época de efervescencia política, la pugna no es solo por los votos de los ciudadanos, sino contra los anuncios de los rivales. Es una batalla que ha dejado letreros acuchillados, lonas derribadas y miles de desechos sobre el suelo. Las votaciones del próximo 2 de junio amenazan con dejar alrededor de 30.000 toneladas de basura tan solo en Ciudad de México, según el último cálculo de la Fundación por el Rescate y Recuperación del Paisaje Urbano (FRRPU).

"Estamos hablando del doble que en las elecciones de 2021, advierte Magdalena Trujillo, especialista en procesos de plástico, compuestos naturales y biodegradables de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). El aumento se debe a que esta campaña ha sido más larga que las anteriores. También influyó que los últimos comicios se celebraron en medio de la pandemia por covid-19, señala Jorge Negrete, el director de la FRRPU. El especialista apunta que ha sido una "elección atípica" porque los procesos de los partidos para definir sus candidaturas salieron a las calles, a diferencia de otras contiendas internas. "Ya vimos pintas, mantas, pendones, prácticamente todo lo que vemos en una campaña política normal y eso generó más basura", comenta Negrete.

La promoción que inunda las calles tiene materiales diversos y formas de colocación cada vez más ingeniosas. Alambres que atan maderas sobre las que se pegan las lonas, hilos de nailon para amarrar publicidades de papel a postes de luz, árboles cubiertos de cinta adhesiva. En los cinco metros de altura de un semáforo del Eje Sur está el nombre en color azul de un candidato a alcalde de Benito Juárez. La manta de plástico está amarrada con nailon y tapa la mitad de un cartel que prohíbe cambiar de carril. Muy cerca, en la calle empapelada de arriba a abajo, el puesto de periódicos de Marcelino luce pulcro, sin ninguna publicidad. Solo las noticias y las chucherías cubren su fachada. "Pura basura. Las pancartas las arrancan y las dejan tiradas en el piso. No creo que sea necesario para publicitarse", explica el hombre de 56 años, que no quiere dar su apellido.

Los expertos estiman que un proceso normal deja entre 10.000 y 15.000 toneladas de basura. Las 30.000 toneladas que dejará la elección local superan todos los desechos que se reciclaron en Ciudad de México entre 2019 y 2023, 23.198 toneladas, de acuerdo con el plan Basura Cero de la Secretaría local del Medio Ambiente. La capital genera unas 12.700 toneladas de desechos al día, según datos oficiales. En la calzada México-Tacuba, las banquetas y las jardineras lucen llenas de las propagandas electorales que alguien se preocupó de rasgar para que el mensaje político quedara ilegible. El jubilado de 66 años Manuel Hernández ha visto como los colocan y como los retiran en esa avenida en la que vive. "Los mismos partidos son los que rasgan o tiran la publicidad del contrario. No hay ni respeto. Es un dineral lo que se tira", denuncia.

La propaganda electoral que se ve en la capital está prácticamente acaparada por los candidatos a cargos locales. Esto se debe a que existe una doble legislación. "La federal prohíbe la colocación de propaganda en equipamiento urbano, mientras que la de la Ciudad de México la permite", explica Érika Estrada, consejera del Instituto Electoral de Ciudad de México (IECM). La ley local sí establece prohibiciones para poner anuncios en árboles, edificios públicos, monumentos históricos o en propiedades privadas sin el permiso de los dueños.

Paradójicamente, está permitido ponerla, pero no quitarla, según la legislación de la capital. La Comisión de Quejas, encabezada por Estrada, ha recibido 31 denuncias por el retiro ilegal de propaganda, que ascienden al mismo ritmo que la publicidad en las calles. "Hay fuego cruzado, en Benito Juárez se quitan unos y en Iztapalapa se quitan otros, es donde más nos han hecho referencia", comenta la consejera, sobre las denuncias ciudadanas.

Se trata de los bastiones de los dos principales contendientes por gobernar la capital, el panista Santiago Taboada (exalcalde de Benito Juárez) y la morenista Clara Brugada (exalcaldesa de Iztapalapa). La ley contempla sanciones que llegan hasta la pérdida de la candidatura, aunque es un castigo difícil de aplicar porque se necesita demostrar que el aspirante esté participando de forma activa en el retiro de la propaganda y que se trate de una destrucción masiva, entre otros supuestos y elementos de prueba que tienen que ser valorados por el Tribunal Electoral local.

En la calle es difícil encontrar a alguien a quien las publicidades le resulten útiles. Marcelino es claro sobre que le gustaría que fuera la campaña electoral. "Lo que debería haber son más propuestas, más realidad. Más que poner una cara y un nombre", dice en su puesto de venta en Benito Juárez. En Iztapalapa, para de la Cruz, hay problemas más acuciantes que colgar 78 pendones de un puente peatonal. "Es dinero tirado a la basura. En vez de que se pongan a gastar, usarlo para invertirlo en las calles que están mal pavimentadas o para ayudar a la gente. Como a nosotros, que no tenemos mucho", explica mientras espera a alguien que quiera comprar flores.

La cantidad de basura electoral que ya se ha visto puede, incluso, ser peor en las próximas semanas. Las campañas al Congreso local y a las Alcaldías comenzaron el 30 de marzo, lo que incrementará el número de candidaturas que buscarán hacerse notar entre la población. "A partir de abril estará la puerta abierta para el tsunami", asegura Estrada. La consejera reconoce el derecho de los aspirantes a darse a conocer, pero llama a la mesura y a buscar un equilibrio. "En el pasado hablábamos mucho de propaganda, de campañas políticas, pero conforme hemos avanzado como sociedad, hay otros derechos que pueden verse afectados, como los derechos a vivir en un espacio libre de saturación visual y de contaminación ambiental", afirma.

El problema no es solo la cantidad, sino el tiempo en que los residuos tardan en descomponerse. Trujillo explica que algunas empresas publicitarias aseguran que sus materiales son biodegradables, cuando en realidad solo lo es una parte. Las lonas, por ejemplo, suelen estar hechas de PVC, un compuesto que puede tardar cientos de años en degradarse, pero a veces se promocionan como amigables con el medio ambiente porque se utilizan tintas que no son contaminantes. El polipropileno, presente en muchos anuncios, no es biodegradable. "Se intenta tapar la realidad, por así decirlo", zanja la experta.

Trujillo ha propuesto que se utilice un tipo de poliácido láctico para la propaganda electoral, que tarda sólo un año en biodegradarse, o una combinación de papel con materiales a base de almidón, que son completamente biodegradables. Este tipo de alternativas, sin embargo, aún no han sido certificadas. Estas materias primas también son más costosas. "En 2021 eran cinco veces más caras, en 2024 se ha bajado a que sean tres veces más caras, siguen siendo caras, pero ya no tanto como antes", añade la experta de la UNAM. "Las redes sociales han ido avanzando de manera sustancial, la propaganda electrónica parece mucho más viable".

Negrete no solo ha puesto en la mira los residuos sólidos, también la contaminación visual y las concesiones irregulares de espectaculares. "Son los propios políticos quienes ocupan muchas veces estos espacios para promocionarse y después las empresas publicitarias les cobran el favor, para que ellos volteen a otro lado durante años, y no pasa absolutamente nada", lamenta.

Hace un año, una actualización a la Ley de Publicidad Exterior prohibió la colocación de espectaculares en azoteas. De 1.200 anuncios de este tipo que había en la ciudad, se han retirado unos 700, de acuerdo con Negrete. Muchos de los que quedan son irregulares o se han transformado en anuncios autosoportados con

enormes tubos de metal, que tampoco suelen cumplir con las medidas de seguridad. "¿Cómo vas a aplicar la ley si la violas desde la campaña?", cuestiona Negrete.

"En México hay tres clases de basura: orgánica, inorgánica y electoral", dijo Juan Villoro. Aunque el escritor se refería a las irregularidades que denunció en las votaciones de 2012 y a las papeletas que no llegaban a las urnas, la frase cada vez es más común entre los ciudadanos hartos del tsunami de desechos que aparece cada tres años, después de cada elección en la capital.

Suscríbase a la newsletter de EL PAÍS México y al canal de WhatsApp electoral y reciba todas las claves informativas de la actualidad de este país.