

Elecciones dejan más de 30 mil toneladas de desechos

Pandemia. La digitalización no impidió que los partidos políticos generaran miles de toneladas de basura electoral, la cual deben recoger a más tardar el próximo 14 de junio. **Pág. 05**

Pandemia no frena la basura electoral de las campañas

Se estima que la propaganda electoral de las elecciones 2021 pueda alcanzar las 30 mil toneladas de basura a nivel nacional

El próximo 14 de junio deberán quedar limpias las calles de todo el bombardeo de propaganda electoral de los últimos tres meses previos a las elecciones.

Así lo prevé la *Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE)*, que establece que una vez concluida la jornada electoral, los partidos cuentan con siete días para retirar el material promocional.

Al respecto, el presidente de la Fundación por el Rescate y Recuperación del Paisaje Urba-

no (FRRPU), Jorge Negrete, estimó que esta basura podría ser similar a las 30 mil toneladas de las elecciones de 2018.

Explicó que, a medida que se acercaba el 6 de junio, los espectaculares se multiplicaron y se tapizaron las paredes, así como las lonas en parques, pendones en postes y cada espacio de la vía pública del país.

“En esta ocasión vimos una situación muy atípica. Al principio no vimos tanta basura y lo atribuimos al tema de la pande-

mia, pero conforme se acercó la fecha de votación se fue incrementando. Todavía no sabemos el dato exacto, pero estimamos que serán decenas de miles de toneladas de basura”, dijo.

Ante esta situación, lamentó que esta basura termine en rellenos sanitarios, cuando se tendría que estar reciclando al 100%, pues –por ley– debe ser material reciclable, biodegradable y que no sea tóxico.

“Lo que vimos es que la mayoría de los pendones y lonas

sí son de plástico para reciclar, aunque no se sabe si es biodegradable”, dijo.

Además del impacto ambiental por la basura física se suma la contaminación visual, lumínica y audiovisual que conlleva la promoción de partidos y candidatos.

En una entrevista con *Publimetro*, consideró que es un impacto muy alto, por lo que se debería reformar la ley para mejorar los lineamientos y los espacios en donde sí se permita su colocación.

A pesar de estas toneladas de materiales, la propaganda política no sirve para llegar a la gente, por lo que se debe pensar qué hacer frente a este problema de cultura política.

“Tapizar las ciudades de ban-

derines con la imagen de un candidato y partido ya no permea en la sociedad”, abundó.

En este punto coincidió también el ex consejero del INE y del IECM, Javier Santiago, quien explicó que lo que se vio en la mayoría del material que circuló son fotos y logos.

Con lo que se ha perdido, dijo, un poco la esencia de este material que debía servir para ubicar a un candidato y sus propuestas, no sólo una foto y los logos de partidos.

“Lo que vimos fueron muchos espectaculares, folletos y lonas, pero sin propuestas hacia la ciudadanía y sin solución a sus principales problemas, sólo fotos con logos y hasta ahí”, explicó.

JENNIFER ALCOZER





Elección. No hay propuestas en la propaganda. / CUARTOSCURO

