El Sol de México Sección: Portada,Normal 2021-06-16 01:33:59

2,679 cm2

Página: 1,1,-4 \$123,772.75

1/6

NATURAL

Amontonan la basura electoral

Casi 90% de la propaganda que contrataron los políticos terminará en la basura. En la CdMx se calculan unas ocho mil toneladas de desechos. Normal





El Sol de México Sección: Portada,Normal

2021-06-16 01:33:59

2,679 cm2

Página: 1,1,-4 \$123,772.75

2/6

BASURA ELECTORAL:

Una avalancha que persiste

Los candidatos olvidan la vida verde y se saltan las reglas, tanto de los espacios de colocación de su propaganda, como de los materiales con los que la fabrican

SARAHI URIBE

as elecciones intermedias que culminaron este 6 de junio, dejaron tras de sí un cúmulo de basura electoral en las calles y avenidas de la Ciudad de México. Flyers, lonas, mantas y estampas que utilizaron los candidatos para su promoción personalizada y que adornaron postes, vallas, fachadas, puentes peatonales y hasta árboles, generaron ocho mil toneladas de basura, tan solo en la Ciudad de México, según estimaciones de la Fundación para el Rescate y la Recuperación del Paisaje Urbano (FRRPU).

En entrevista con El Sol de México, Jorge Negrete Vázquez, presidente de la organización, señaló que esta cantidad es menor a la de 2018, pues explicó que hace tres años se eligió al Titular del Ejecutivo y la propaganda fue mayor, por lo que en ese año se generaron 10 mil toneladas de residuos.

Sin embargo, a pesar de la disminución, dijo que la cifra es alarmante, pues argumentó, que la propaganda termina siendo basura electoral, "porque no promueven ningún mensaje y el 90 por ciento de los anuncios termina como basura", señaló.

"Lamentablemente mucha gente ni lee ni le interesa. Los mensajes que vemos no son trascendentales. Eso no mueve al electorado, al final sólo es un partido y la cara de un candidato. No sirve para mucho. En esas mantas no hay ideas ni propuestas", acusó.

Negrete Vázquez, expuso que del pre-

supuesto asignado a cada partido y candidatos a cargos populares para su campaña política, éstos llegan a destinar hasta 25 por ciento de esos fondos a publicidad exterior: espectaculares, bardas, tapiales, gallardetes, vallas, parabuses y autobuses, entre otros.

De acuerdo con datos del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), en la capital sólo hay mil 169 espacios espectaculares públicos destinados para la colocación de propaganda, ello con la finalidad de establecer equidad en la contienda y evitar ruido para los capitalinos.

Sin embargo, el presidente de la FRR-PU señaló que hay quienes se saltan las reglas y bombardean con anuncios publicitarios. En ese sentido, dijo que los periodos comiciales evidencian el descontrol en la regulación de la publicidad exterior por parte de las autoridades, en las calles de cada estado del país.

"La falta de normatividad permite la proliferación de espacios publicitarios ilegales que alteran el bienestar de los ciudadanos", subrayó Negrete. Por lo que hizo un llamado a que adquieran espacios publicitarios legales y se responsabilicen sobre la contaminación que causa la basura electoral.

Finalmente, tras el fin de la etapa de promoción personalizada, en el caso de la propaganda colocada en vía pública, los partidos deberán retirarla durante los siete días posteriores al 6 de junio tal y como lo establece el artículo 210 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Un recorrido realizado por este diario, en calles y avenidas principales de la Ciu-



El Sol de México Sección: Portada, Normal

2021-06-16 01:33:59 2,679 cm2

Página: 1,1,-4

\$123,772.75

3/6

dad de México dio cuenta que si bien ya no hay una saturación de lonas, calcomanías y mantas, todavía hay restos de propaganda en algunos sitios.

Tanto que, por el periodo durante el cual fueron expuestos (más de tres meses) y gracias a las lluvias, el sol y los vientos fuertes a los que han estado exhibidos, las caras y propuestas de los candidatos que fueron colgados en bajo puentes, postes, casas y fachadas, ahora están sucios, colgando de un hilo, tirados en la vía pública y hasta grafiteados.

Entrevistado por la Organización Editorial Mexicana, Mauricio Huesca, consejero del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), explicó que cuando hay una omisión por parte de las fuerzas políticas para retirar dichos residuos son sancionados en términos de la ley por el Instituto local, siempre y cuando haya una queja por parte de la ciudadanía.

"Normalmente son las alcaldías de la Ciudad de México quienes terminan recogiendo la basura. Al gobierno de la Ciudad les pedimos auxilio para el retiro de la propaganda", detalló el consejero.

¿A DÓNDE VAN A PARAR?

Antonio Jacintos Nieves, especialista en ciencia de la sostenibilidad y medio ambiente, expuso que no se sabe con certeza a dónde llegan esos residuos. A veces lo que dejan en casas o calles, se van a los camiones recolectores y luego a sitios de disposición final o a las coladas y luego al drenaje o ríos de las localidades.

"Algunas lonas las toman los vecinos para techos hasta que se acaban y luego a los camiones recolectores. Y todo el sobrante que les queda seguramente también a camiones recolectores y luego a sitios de disposición final. No tengo conocimiento que parte de esos residuos sean reciclados", afirmó a El Sol de México.

Por su parte, Miguel, recolector de residuos en la Alcaldía Azcapotzalco señaló que recoger las lonas es su pan de cada día en junio, "a veces ni siquiera nos caben en el carrito", asegura.

Dijo que por responsabilidad social, se lleva las que se va encontrando. "Al final terminan en el camión recolector, de ahí no sé qué les hagan, pero seguramente se van a los tiraderos".

Por otra parte, cuestionado sobre el camino que atraviesa la propaganda electoral cuando se convierte en basura, Acción Nacional explicó que cada proveedor se encarga del reciclaje. "En el caso nuestro no nos encargamos de eso sino que en el contrato queda establecido que ellos (los proveedores) se encargan del reciclaje".

Candidatos olvidan la vida verde

Las campañas electorales, además de dejar basura en las calles, también utilizan materiales que pueden llegar a ser nocivos para el planeta.

De acuerdo con el Artículo 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE) se establece que toda la propaganda electoral impresa debe ser reciclable y fabricada con materiales biodegradables que no contengan sustancias tóxicas para la salud o el medio ambiente.

Sin embargo, hay quienes se saltan las reglas y para la propaganda que se cuelga en puentes y postes de la Ciudad, usan en su mayoría materiales contaminantes tales como el polietileno, polipropileno y poliuretano, o bien biodegradables que tardan hasta 100 años en desaparecer.

Jacintos Nieves, consultor senior en riesgos socioambientales, alertó que estas acciones podrían generan impactos en el agua residual, contaminación de suelo, en aguas subterráneas o incluso en el aire y emisiones.

En entrevista con este diario, explicó que a pesar de que la ley sugiere ciertos criterios para que la propaganda sea amigable con el planeta, en el mercado hay una cantidad de productos que han tomado la etiqueta de biodegradables, sin embargo éstos pueden ser degradados hasta en cien años o en dos años.

"El rango de tiempo en que pueden ser degradados estos materiales puede ser muy amplio ya que la palabra biodegradabilidad, comercialmente, puede tener distintas características de biodegrabilidad y tardar mucho en desaparecer", detalló.

El profesor de Ingeniería en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) dijo que a pesar de que algunas mantas y lonas cumplen con el sello de reutilización, las tintas que se utilizan pueden llegar a tener elementos tóxicos.

"Podrían llegar a usarse algunas pinturas que por sus características podrían tener cierto grado de toxicidad. No

digo que esté ocurriendo, pero podría poder presentarse, sobre todo en aquellos materiales que tengan mayor colorido en su diseño".





Otro efecto de tener una ciudad tapizada de publicidad y propaganda electoral, es la contaminación visual. Negrete Vázquez, líder de la Fundación para el Rescate y la Recuperación del Paisaje Urbano insistió en que con tanta propaganda y anuncios los capitalinos están sometidos a un bombardeo de información".

"No se percibe la información y la única manera en la que el cerebro puede lidiar con eso es a través del estrés, entonces la publicidad excesiva e invasiva genera estrés. No toda la publicidad es contaminación, sino cuando es de tal magnitud, tan grande, tan presente es cuando se genera la contaminación visual", reiteró.

¿CÓMO SOLUCIONARLO?

Una de las soluciones a esta problemática, es que las fuerzas políticas y sus candidatos lleven sus propuestas a plataformas digitales, recomendó el consejero electoral, Mauricio Huesca.

"Yo recomendaría transitar a un nuevo mecanismo de comunicación política en el cual se dejen atrás estas prácticas, aunque autorizadas por la ley, sí necesitan ser revaloradas. Contaminan y en poco tiempo podrían llegar a ser caducas", advirtió.

Huesca insistió en que la propaganda en vía pública se debe contener o eliminar. "También otra idea que me surge es la migración a propagandas limpias y amigables con el medio ambiente. La invitación es a innovar", reflexionó.

En ese sentido, la autoridad electoral local reconoció que hace falta una auditoría por parte de los Organismos Públicos Locales Electorales para dar cuenta si las fuerzas políticas están cumpliendo con los lineamientos establecidos en la Legipe, tales como la utilización de materiales amigables con el planeta y el retiro en tiempo y forma de la propaganda impresa.

"El Instituto no hace pruebas de laboratorio para detectar si se está cumpliendo o no. No tenemos las condiciones para llevar a cabo este tipo de análisis. Pero sí atiende las quejas que de manera oficiosa en las que se incumplan este tipo de violaciones y ya se analiza de manera particular", subrayó.

Por su parte, Antonio Jacintos conminó a los partidos políticos y a las autoridades electorales a seguir las reglas y no realizar una sobre saturación de propaganda electoral en las calles. "Planteamos la prevención, que sería no generar nada; una medida extrema. La regulación en términos de ser muy específico en los tipos de materiales y tintas que se usan en las lonas, mantas, etcétera", afirmó.

Dijo también que debe de haber una corresponsabilidad por parte de los partidos políticos, la autoridad electoral y el gobierno local tendrían que hacerse cargo, para que la propaganda tenga un buen camino, "y no simplemente se quede tirada en la calle y verificar que toda esa basura tiene un destino adecuado", recalcó.

NO TODO ES MALO

En León, Guanajuato, el Proyecto Yolcatl, un movimiento animalista, inició una campaña para convertir la basura electoral en un hogar para perritos abandonados.

Con las lonas, los y las activistas de esta organización, formarán un techo para proteger a los animalitos en abandono de las fuertes lluvias que se han estado presentando en la región.

El plan se llama Campaña de Recolección de Lonas y Residuos Electorales y para participar sólo es necesario acudir a los centros de acopio que funcionarán del ll al 25 de junio y depositar la donación de lonas en el lugar.

25%

DEL PRESUPUESTO

asignado a cada candidato se llega a gastar en publicidad exterior

Los partidos políticos tampoco se preocupan por retirar su propaganda en tiempo y forma

MIL TONELADAS

de basura se generaron en las pasadas elecciones intermedias, solo en la CDMX





El Sol de México Sección: Portada,Normal 2021-06-16 01:33:59

2,679 cm2

Página: 1,1,-4

\$123,772.75



El personal de limpieza ayuda a retirar la propaganda





El Sol de México Sección: Portada,Normal 2021-06-16 01:33:59

2,679 cm2

Página: 1,1,-4 \$123,772.75



















BASURA ELECTORAL:

Una avalancha que persiste

Los candidatos olvidan la vida verde y se saltan las reglas, tanto de los espacios de colocación de su propaganda, como de los materiales con los que la fabrican

SARAHI URIBE

as elecciones intermedias que culminaron este 6 de junio, dejaron tras de sí un cúmulo de basura electoral en las calles y avenidas de la Ciudad de México. Flyers, lonas, mantas y estampas que utilizaron los candidatos para su promoción personalizada y que adornaron postes, vallas, fachadas, puentes peatonales y hasta árboles, generaron ocho mil toneladas de basura, tan solo en la Ciudad de México, según estimaciones de la Fundación para el Rescate y la Recuperación del Paisaje Urbano (FRRPU).

En entrevista con El Sol de México, Jorge Negrete Vázquez, presidente de la organización, señaló que esta cantidad es menor a la de 2018, pues explicó que hace tres años se eligió al Titular del Ejecutivo y la propaganda fue mayor, por lo que en ese año se generaron 10 mil toneladas de residuos.

Sin embargo, a pesar de la disminución, dijo que la cifra es alarmante, pues argumentó, que la propaganda termina siendo basura electoral, "porque no promueven ningún mensaje y el 90 por ciento de los anuncios termina como basura", señaló.

"Lamentablemente mucha gente ni lee ni le interesa. Los mensajes que vemos no son trascendentales. Eso no mueve al electorado, al final sólo es un partido y la cara de un candidato. No sirve para mucho. En esas mantas no hay ideas ni propuestas", acusó.

Negrete Vázquez, expuso que del presupuesto asignado a cada partido y candidatos a cargos populares para su campaña política, éstos llegan a destinar hasta 25 por ciento de esos fondos a publicidad exterior: espectaculares, bardas, tapiales, gallardetes, vallas, parabuses y autobuses, entre otros.

De acuerdo con datos del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), en la capital sólo hay mil 169 espacios espectaculares públicos destinados para la colocación de propaganda, ello con la finalidad de establecer equidad en la contienda y evitar ruido para los capitalinos.

Sin embargo, el presidente de la FRR-PU señaló que hay quienes se saltan las reglas y bombardean con anuncios publicitarios. En ese sentido, dijo que los periodos comiciales evidencian el descontrol en la regulación de la publicidad exterior por parte de las autoridades, en las calles de cada estado del país.

"La falta de normatividad permite la proliferación de espacios publicitarios ilegales que alteran el bienestar de los ciudadanos", subrayó Negrete. Por lo que hizo un llamado a que adquieran espacios publicitarios legales y se responsabilicen sobre la contaminación que causa la basura electoral.

Finalmente, tras el fin de la etapa de promoción personalizada, en el caso de la propaganda colocada en vía pública, los partidos deberán retirarla durante los siete días posteriores al 6 de junio tal y como lo establece el artículo 210 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Un recorrido realizado por este diario, en calles y avenidas principales de la Ciudad de México dio cuenta que si bien ya no hay una saturación de lonas, calcomanías y mantas, todavía hay restos de propaganda en algunos sitios.

Tanto que, por el periodo durante el cual fueron expuestos (más de tres meses) y gracias a las lluvias, el sol y los vientos fuertes a los que han estado exhibidos, las caras y propuestas de los candidatos que fueron colgados en bajo puentes, postes, casas y fachadas, ahora están sucios, colgando de un hilo, tirados en la vía pública y hasta grafiteados.

Entrevistado por la Organización Editorial Mexicana, Mauricio Huesca, consejero del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), explicó que cuando hay una omisión por parte de las fuerzas políticas para retirar dichos residuos son sancionados en términos de la ley por el Instituto local, siempre y cuando haya una queja por parte de la ciudadanía.



La Prensa Sección: Portada, Normal

2021-06-16 03:04:00

2,252 cm2

Página: 1,1,4,5 \$107,784.74

3/6

"Normalmente son las alcaldías de la Ciudad de México quienes terminan recogiendo la basura. Al gobierno de la Ciudad les pedimos auxilio para el retiro de la propaganda", detalló el consejero.

¿A DÓNDE VAN A PARAR?

Antonio Jacintos Nieves, especialista en ciencia de la sostenibilidad y medio ambiente, expuso que no se sabe con certeza a dónde llegan esos residuos. A veces lo que dejan en casas o calles, se van a los camiones recolectores y luego a sitios de disposición final o a las coladas y luego al drenaje o ríos de las localidades.

"Algunas lonas las toman los vecinos para techos hasta que se acaban y luego a los camiones recolectores. Y todo el sobrante que les queda seguramente también a camiones recolectores y luego a sitios de disposición final. No tengo conocimiento que parte de esos residuos sean reciclados", afirmó a El Sol de México.

Por su parte, Miguel, recolector de residuos en la Alcaldía Azcapotzalco señaló que recoger las lonas es su pan de cada día en junio, "a veces ni siquiera nos caben en el carrito", asegura.

Dijo que por responsabilidad social, se lleva las que se va encontrando. "Al final terminan en el camión recolector, de ahí no sé qué les hagan, pero seguramente se van a los tiraderos".

Por otra parte, cuestionado sobre el camino que atraviesa la propaganda electoral cuando se convierte en basura, Acción Nacional explicó que cada proveedor se encarga del reciclaje. "En el caso nuestro no nos encargamos de eso sino que en el contrato queda establecido que ellos (los proveedores) se encargan del reciclaje".

Candidatos olvidan la vida verde

Las campañas electorales, además de dejar basura en las calles, también utilizan materiales que pueden llegar a ser nocivos para el planeta.

De acuerdo con el Artículo 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE) se establece que toda la propaganda electoral impresa debe ser reciclable y fabricada con materiales biodegradables que no contengan sustancias tóxicas para la salud o el medio ambiente.

Sin embargo, hay quienes se saltan las reglas y para la propaganda que se cuelga en puentes y postes de la Ciudad, usan en su mayoría materiales contaminantes tales como el polietileno, polipropileno y poliuretano, o bien biodegradables que tardan hasta 100 años en desaparecer.

Jacintos Nieves, consultor senior en riesgos socioambientales, alertó que estas acciones podrían generan impactos en el agua residual, contaminación de suelo, en aguas subterráneas o incluso en el aire y emisiones.

En entrevista con este diario, explicó que a pesar de que la ley sugiere ciertos criterios para que la propaganda sea amigable con el planeta, en el mercado hay una cantidad de productos que han tomado la etiqueta de biodegradables, sin embargo éstos pueden ser degradados hasta en cien años o en dos años.

"El rango de tiempo en que pueden ser degradados estos materiales puede ser muy amplio ya que la palabra biodegradabilidad, comercialmente, puede tener distintas características de biodegrabilidad y tardar mucho en desaparecer", detalló.

El profesor de Ingeniería en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) dijo que a pesar de que algunas mantas y lonas cumplen con el sello de reutilización, las tintas que se utilizan pueden llegar a tener elementos tóxicos.

"Podrían llegar a usarse algunas pinturas que por sus características podrían tener cierto grado de toxicidad. No digo que esté ocurriendo, pero podría poder presentarse, sobre todo en aquellos materiales que tengan mayor colorido en su diseño".

Otro efecto de tener una ciudad tapizada de publicidad y propaganda electoral, es la contaminación visual. Negrete Vázquez, líder de la Fundación para el Rescate y la Recuperación del Paisaje Urbano insistió en que con tanta propaganda y anuncios los capitalinos están sometidos a un bombardeo de información".

"No se percibe la información y la única manera en la que el cerebro puede lidiar con eso es a través del estrés, entonces la publicidad excesiva e invasiva genera estrés. No toda la publicidad es contaminación, sino cuando es de tal magnitud, tan grande, tan presente es cuando se genera la contaminación visual", reiteró.

¿CÓMO SOLUCIONARLO?

Una de las soluciones a esta problemática, es que las fuerzas políticas y sus candidatos lleven sus propuestas a plataformas digitales, recomendó el consejero electoral, Mauricio Huesca.

"Yo recomendaría transitar a un nuevo mecanismo de comunicación política en el cual se dejen atrás estas prácticas, aunque autorizadas por la ley, sí necesitan ser revaloradas. Contaminan y en poco tiempo podrían llegar a ser caducas", advirtió.

Huesca insistió en que la propaganda en vía pública se debe contener o eliminar. "También otra idea que me surge es la migración a propagandas limpias y amigables con el medio ambiente. La invitación es a innovar", reflexionó.

En ese sentido, la autoridad electoral local reconoció que hace falta una auditoría por parte de los Organismos Públicos Locales Electorales para dar cuenta si las fuerzas políticas están cumpliendo con los lineamientos establecidos en la Legipe, tales como la utilización de materiales amigables con el planeta y el retiro en tiempo y forma de la propaganda impresa.

"El Instituto no hace pruebas de laboratorio para detectar si se está cumpliendo o no. No tenemos las condiciones para llevar a cabo este tipo de análisis. Pero sí



La Prensa Sección: Portada,Normal 2021-06-16 03:04:00

2,252 cm2

Página: 1,1,4,5 \$107,784.74

4/6

atiende las quejas que de manera oficiosa en las que se incumplan este tipo de violaciones y ya se analiza de manera particular", subrayó.

Por su parte, Antonio Jacintos conminó a los partidos políticos y a las autoridades electorales a seguir las reglas y no realizar una sobre saturación de propaganda electoral en las calles. "Planteamos la prevención, que sería no generar nada; una medida extrema. La regulación en términos de ser muy específico en los tipos de materiales y tintas que se usan en las lonas, mantas, etcétera", afirmó.

Dijo también que debe de haber una corresponsabilidad por parte de los partidos políticos, la autoridad electoral y el gobierno local tendrían que hacerse cargo, para que la propaganda tenga un buen camino, "y no simplemente se quede tirada en la calle y verificar que toda esa basura tiene un destino adecuado", recalcó.

NO TODO ES MALO

En León, Guanajuato, el Proyecto Yolcatl, un movimiento animalista, inició una campaña para convertir la basura electoral en un hogar para perritos abandonados.

Con las lonas, los y las activistas de esta organización, formarán un techo para proteger a los animalitos en abandono de las fuertes lluvias que se han estado presentando en la región.

El plan se llama Campaña de Recolección de Lonas y Residuos Electorales y para participar sólo es necesario acudir a los centros de acopio que funcionarán del ll al 25 de junio y depositar la donación de lonas en el lugar.

25%
DEL PRESUPUESTO

asignado a cada candidato se llega a gastar en publicidad exterior

Los partidos políticos tampoco se preocupan por retirar su propaganda en tiempo y forma





La Prensa Sección: Portada,Normal 2021-06-16 03:04:00

2,252 cm2

Página: 1,1,4,5 \$107,784.74





El personal de limpieza ayuda a retirar la propaganda







La Prensa

Sección: Portada, Normal 2021-06-16 03:04:00

2,252 cm2

Página: 1,1,4,5

\$107,784.74







BASURA ELECTORAL:

Una avalancha que persiste

Los candidatos olvidan la vida verde y se saltan las reglas, tanto de los espacios de colocación de su propaganda, como de los materiales con los que la fabrican

SARAHI URIBE

as elecciones intermedias que culminaron este 6 de junio, dejaron tras de sí un cúmulo de basura electoral en las calles y avenidas de la Ciudad de México. Flyers, lonas, mantas y estampas que utilizaron los candidatos para su promoción personalizada y que adornaron postes, vallas, fachadas, puentes peatonales y hasta árboles, generaron ocho mil toneladas de basura, tan solo en la Ciudad de México, según estimaciones de la Fundación para el Rescate y la Recuperación del Paisaje Urbano (FRRPU).

En entrevista con El Sol de México, Jorge Negrete Vázquez, presidente de la organización, señaló que esta cantidad es menor a la de 2018, pues explicó que hace tres años se eligió al Titular del Ejecutivo y la propaganda fue mayor, por lo que en ese año se generaron 10 mil toneladas de residuos.

Sin embargo, a pesar de la disminución, dijo que la cifra es alarmante, pues argumentó, que la propaganda termina siendo basura electoral, "porque no promueven ningún mensaje y el 90 por ciento de los anuncios termina como basura", señaló.

"Lamentablemente mucha gente ni lee ni le interesa. Los mensajes que vemos no son trascendentales. Eso no mueve al electorado, al final sólo es un partido y la cara de un candidato. No sirve para mu-

cho. En esas mantas no hay ideas ni propuestas", acusó.

Negrete Vázquez, expuso que del presupuesto asignado a cada partido y candidatos a cargos populares para su campaña política, éstos llegan a destinar hasta 25 por ciento de esos fondos a publicidad exterior: espectaculares, bardas, tapiales, gallardetes, vallas, parabuses y autobuses, entre otros.

De acuerdo con datos del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), en la capital sólo hay mil 169 espacios espectaculares públicos destinados para la colocación de propaganda, ello con la fi-





nalidad de establecer equidad en la contienda y evitar ruido para los capitalinos.

Sin embargo, el presidente de la FRR-PU señaló que hay quienes se saltan las reglas y bombardean con anuncios publicitarios. En ese sentido, dijo que los periodos comiciales evidencian el descontrol en la regulación de la publicidad exterior por parte de las autoridades, en las calles de cada estado del país.

"La falta de normatividad permite la proliferación de espacios publicitarios ilegales que alteran el bienestar de los ciudadanos", subrayó Negrete. Por lo que hizo un llamado a que adquieran espacios publicitarios legales y se responsabilicen sobre la contaminación que causa la basura electoral.

Finalmente, tras el fin de la etapa de promoción personalizada, en el caso de la

propaganda colocada en vía pública, los partidos deberán retirarla durante los siete días posteriores al 6 de junio tal y como lo establece el artículo 210 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Un recorrido realizado por este diario, en calles y avenidas principales de la Ciudad de México dio cuenta que si bien ya no hay una saturación de lonas, calcomanías y mantas, todavía hay restos de propaganda en algunos sitios.

Tanto que, por el periodo durante el cual fueron expuestos (más de tres meses) y gracias a las lluvias, el sol y los vientos fuertes a los que han estado exhibidos, las caras y propuestas de los candidatos que fueron colgados en bajo puentes, postes, casas y fachadas, ahora están sucios, colgando de un hilo, tirados en la vía pública y hasta grafiteados.

Entrevistado por la Organización Editorial Mexicana, Mauricio Huesca, consejero del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), explicó que cuando hay una omisión por parte de las fuerzas políticas para retirar dichos residuos son sancionados en términos de la ley por el Instituto local, siempre y cuando haya una queja por parte de la ciudadanía.

"Normalmente son las alcaldías de la Ciudad de México quienes terminan recogiendo la basura. Al gobierno de la Ciudad les pedimos auxilio para el retiro de la propaganda", detalló el consejero.

¿A DÓNDE VAN A PARAR?

Antonio Jacintos Nieves, especialista en ciencia de la sostenibilidad y medio ambiente, expuso que no se sabe con certeza a dónde llegan esos residuos. A veces lo que dejan en casas o calles, se van a los camiones recolectores y luego a sitios de disposición final o a las coladas y luego al drenaje o ríos de las localidades.

1,915 cm2

"Algunas lonas las toman los vecinos para techos hasta que se acaban y luego a los camiones recolectores. Y todo el sobrante que les queda seguramente también a camiones recolectores y luego a sitios de disposición final. No tengo conocimiento que parte de esos residuos sean reciclados", afirmó a El Sol de México.

Por su parte, Miguel, recolector de residuos en la Alcaldía Azcapotzalco señaló que recoger las lonas es su pan de cada día en junio, "a veces ni siquiera nos caben en el carrito", asegura.

Dijo que por responsabilidad social, se lleva las que se va encontrando. "Al final terminan en el camión recolector, de ahí no sé qué les hagan, pero seguramente se van a los tiraderos".

Por otra parte, cuestionado sobre el ca-

mino que atraviesa la propaganda electoral cuando se convierte en basura, Acción Nacional explicó que cada proveedor se encarga del reciclaje. "En el caso nuestro no nos encargamos de eso sino que en el contrato queda establecido que ellos (los proveedores) se encargan del reciclaje".

Candidatos olvidan la vida verde

Las campañas electorales, además de dejar basura en las calles, también utilizan materiales que pueden llegar a ser nocivos para el planeta.

De acuerdo con el Artículo 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE) se establece que toda la propaganda electoral impresa debe ser reciclable y fabricada con materiales biodegradables que no contengan sustancias tóxicas para la salud o el medio ambiente.





Sin embargo, hay quienes se saltan las reglas y para la propaganda que se cuelga en puentes y postes de la Ciudad, usan en su mayoría materiales contaminantes tales como el polietileno, polipropileno y poliuretano, o bien biodegradables que tardan hasta 100 años en desaparecer.

lacintos Nieves, consultor senior en riesgos socioambientales, alertó que estas acciones podrían generan impactos en el agua residual, contaminación de suelo, en aguas subterráneas o incluso en el aire y emisiones.

En entrevista con este diario, explicó que a pesar de que la ley sugiere ciertos criterios para que la propaganda sea amigable con el planeta, en el mercado hay una cantidad de productos que han tomado la etiqueta de biodegradables, sin embargo éstos pueden ser degradados hasta en cien años o en dos años.

"El rango de tiempo en que pueden ser degradados estos materiales puede ser muy amplio ya que la palabra biodegradabilidad, comercialmente, puede tener distintas características de biodegrabilidad y tardar mucho en desaparecer", detalló.

El profesor de Ingeniería en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) dijo que a pesar de que algunas mantas y lonas cumplen con el sello de reutilización, las tintas que se utilizan pueden llegar a tener elementos tóxicos.

"Podrían llegar a usarse algunas pinturas que por sus características podrían tener cierto grado de toxicidad. No digo que esté ocurriendo, pero podría poder presentarse, sobre todo en aquellos materiales que tengan mayor colorido en su diseño".

Otro efecto de tener una ciudad tapizada de publicidad y propaganda electoral, es la contaminación visual. Negrete Vázquez, líder de la Fundación para el Rescate y la Recuperación del Paisaje Urbano insistió en que con tanta propaganda y anuncios los capitalinos están sometidos a un bombardeo de información".

"No se percibe la información y la única manera en la que el cerebro puede lidiar con eso es a través del estrés, entonces la publicidad excesiva e invasiva genera estrés. No toda la publicidad es contaminación, sino cuando es de tal magnitud, tan grande, tan presente es cuando se genera la contaminación visual", reiteró.

¿CÓMO SOLUCIONARLO?

Una de las soluciones a esta problemática, es que las fuerzas políticas y sus candidatos lleven sus propuestas a plataformas digitales, recomendó el consejero electoral. Mauricio Huesca.

"Yo recomendaría transitar a un nuevo mecanismo de comunicación política en el cual se dejen atrás estas prácticas, aunque autorizadas por la ley, sí necesitan ser revaloradas. Contaminan y en poco tiempo podrían llegar a ser caducas", advirtió.

Huesca insistió en que la propaganda en vía pública se debe contener o eliminar. "También otra idea que me surge es la





migración a propagandas limpias y amigables con el medio ambiente. La invitación es a innovar", reflexionó.

En ese sentido, la autoridad electoral local reconoció que hace falta una auditoría por parte de los Organismos Públicos Locales Electorales para dar cuenta si las fuerzas políticas están cumpliendo con los lineamientos establecidos en la Legipe, tales como la utilización de materiales amigables con el planeta y el retiro en tiempo y forma de la propaganda impresa.

"El Instituto no hace pruebas de laboratorio para detectar si se está cumpliendo o no. No tenemos las condiciones para llevar a cabo este tipo de análisis. Pero sí atiende las quejas que de manera oficiosa en las que se incumplan este tipo de violaciones y ya se analiza de manera particular", subrayó.

Por su parte, Antonio Jacintos conminó a los partidos políticos y a las autoridades electorales a seguir las reglas y no realizar una sobre saturación de propaganda electoral en las calles. "Planteamos la prevención, que sería no generar nada; una medida extrema. La regulación en términos de ser muy específico en los tipos de materiales y tintas que se usan en las lonas, mantas, etcétera", afirmó.

Dijo también que debe de haber una corresponsabilidad por parte de los partidos políticos, la autoridad electoral y el gobierno local tendrían que hacerse cargo, para que la propaganda tenga un buen camino, "y no simplemente se quede tirada en la calle y verificar que toda esa basura tiene un destino adecuado", recalcó.

NO TODO ES MALO

En León, Guanajuato, el Proyecto Yolcatl, un movimiento animalista, inició una campaña para convertir la basura electoral en un hogar para perritos abandonados.

Con las lonas, los y las activistas de esta organización, formarán un techo para proteger a los animalitos en abandono de las fuertes lluvias que se han estado presentando en la región.

El plan se llama Campaña de Recolección de Lonas y Residuos Electorales y para participar sólo es necesario acudir a los centros de acopio que funcionarán del ll al 25 de junio y depositar la donación de lonas en el lugar.

1 r l, **DEL PRESUPUESTO** asignado a cada candidato se llega a gastar en publicidad exterior) S Los partidos políticos 9 1 tampoco se preocupan por retirar su propaganda en tiempo y forma)





A PRENSA



El personal de limpieza ayuda a retirar la propaganda





La Prensa Sección: Normal 2021-06-16 04:34:08

1,915 cm2

Página: -4 \$59,361.05





Ayer fue la fecha límite para que los partidos políticos recogieran todo el material propagandístico que instalaron en calles y avenidas con motivo del pasado proceso electoral del 06 de junio.

(2021-06-15), Heraldo TV, Las noticias de la mañana, Mario Maldonado, (Nota Informativa) - 08:23:58, Duración: 00:00:59

MARIO MALDONADO, CONDUCTOR: Este tema que hemos traído en la agenda, en las noticias de la mañana, el tema de la basura electoral, ayer fue la fecha límite para que los partidos políticos retiraran todo este material promocional de las calles y avenidas de la capital del país, así lo refiere la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, se estima que la propaganda electoral de las elecciones 2021 pueda alcanzar las 30 mil toneladas de basura a nivel nacional, sin embargo, de no cumplirse con este retiro de la propaganda el Consejero Electoral de la capital Mauricio Huesca nos habló de las acciones a las que se harían acreedores los partidos políticos.

MAURICIO HUESCA, CONSEJERO ELECTORAL DE LA IECM: Va desde la amonestación privada, amonestación pública hasta los cinco mil días de salarios mínimos y en caso de reincidencia, digamos estamos de un esquema en el cual si una residencia totalmente de desacato pues sí podría llegar a sanciones mucho mayores.