

EUNICE RENDÓN

A RAS DE SUELO



Contaminación electoral en la CDMX

Transitar por la CDMX se ha convertido en una experiencia fastidiosa para sus habitantes. Y es que, en una ciudad excedida de personas, automóviles y ruidos, ahora estamos obligados a ver miles de pendones de publicidad electoral para la jefatura de gobierno, colgados en avenidas y espacios públicos. El asunto es molesto y preocupante por tres motivos:

Primero, el gasto y la contaminación que esto genera. De acuerdo con el Instituto Electoral de la Ciudad de México, el límite de gasto de campaña por candidato es de 634 millones de pesos, equivalente a 21.1 millones por mes y 704,504 pesos por día. Dicha suma, según la Fundación por el Rescate y Recuperación del Paisaje Urbano, generará 25 toneladas de basura en la CDMX. La colocación de carteles con la imagen de los candidatos es una práctica arcaica e insostenible. Este enfoque no solo resulta ineficaz desde la perspectiva del impacto publicitario, dada la saturación y el desinterés del público, sino que atenta contra el derecho a un medio ambiente sano.

Segundo, como ciudadanos tenemos el derecho a un ambiente libre de basura. La ciudad ha sido invadida por este material superfluo que desfigura el entorno urbano y contribuye a la acumulación de residuos. Este tipo de campaña política refleja una falta de compromiso social, en un momento en que la crisis ambiental exige acciones drásticas.

Tercero, es increíble que a estas alturas los partidos políticos no entiendan que hay maneras mucho más eficaces de atraer al electorado, que tapizando la ciudad con sus caras. Las poblaciones actuales, cada vez más digitalizadas, responden mejor a interacciones dinámicas. No por ver infinidad de veces el rostro de un candidato en la calle, la gente votará por él.

El uso de plataformas digitales y redes sociales sirve para

alcanzar a un público más amplio y diverso, de manera directa y personalizada, además de propiciar una interacción bidireccional entre candidatos y ciudadanía.

A nivel internacional existen numerosos ejemplos de regulaciones que limitan la propaganda electoral. Por ejemplo, Francia prohibió los carteles de campaña en 1977; Noruega desde 1975; Nueva Zelanda, cuenta con restricciones sobre carteles políticos en lugares públicos desde 1993 y Lituania desde 2009. Asimismo, en México a nivel local en varios estados como Sonora, la normatividad prohíbe el uso de espectaculares y pendones en la propaganda electoral argumentando la contaminación visual.

Las campañas políticas deberían ser espacios en los que partidos y candidatos socializan sus propuestas a través de un diálogo constructivo, y no un escenario reservado a los ataques y la descalificación. La ciudadanía está a la altura de campañas basadas en propuestas concretas y acciones territoriales de mayor esfuerzo, creatividad e impacto. ¿Por qué no acotar los espacios públicos expuestos a la cartelización electoral? ¿Por qué no transformar pequeños espacios públicos y colocar un tipo de promoción más decente que sea la insignia de quien hace este tipo de cambios con los recursos de su campaña impactando ya en la modificación y el espacio de los posibles votantes?

Los legisladores deben contemplar la reforma a la normatividad electoral para prohibir estas prácticas dañinas e inútiles. No basta con regular materiales y sitios en los que se pueden colocar. Asimismo, urge la adopción de métodos de promoción más modernos y sostenibles, pues trascendería la eficacia publicitaria, para orientarse a un compromiso más acorde con los principios de sustentabilidad y bienestar comunitario, cada vez más valorados por la ciudadanía. ●

@EuniceRendon

Es increíble que los partidos políticos no entiendan que hay maneras mucho más eficaces de atraer al electorado, que tapizando la ciudad con sus caras.

