

Modernización ecológica y basura electoral. El discurso ambiental en la norma electoral mexicana

*Ecological Modernization and Electoral Garbage.
The Environmental Discourse on Mexican Electoral Law*

Luis Jaime González Alcaraz (México)*

Fecha de recepción: 26 de octubre de 2015.

Fecha de aceptación: 3 de junio de 2016.

RESUMEN

Las reformas político-electorales de 2007-2008 y de 2014, al regular que la propaganda electoral de los partidos políticos y de los candidatos debe ser reciclable y biodegradable, inscribieron en la norma electoral mexicana un discurso ambiental. Puntualmente, construyeron una línea discursiva que define la propaganda electoral como productora de un problema de contaminación por residuos sólidos o basura electoral, que a su vez se relaciona con un discurso ambiental más amplio: el de la modernización ecológica.

PALABRAS CLAVE: discurso ambiental, modernización ecológica, propaganda electoral impresa, basura electoral, reciclaje.

* Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel C. Comunicólogo en el Centro de Capacitación Judicial Electoral del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. gonzalezalcaraz@yahoo.com.

ABSTRACT

The political and electoral reforms of 2007-2008 and 2014, when regulate that the electoral propaganda of the political parties and candidates should be recyclable and biodegradable, enrolled in Mexican electoral law an environmental discourse. Specifically, they constructed a discursive line that defines electoral propaganda as a producer of a problem of solid waste pollution or electoral waste, which is related to a broader environmental discourse: the discourse of ecological modernization.

KEYWORDS: environmental discourse, ecological modernization, propaganda, electoral garbage, recycling.

Introducción

Un fenómeno sumamente significativo de las recientes reformas electorales en México —que ha pasado desapercibido para buena parte de los estudiosos de las ciencias sociales— es la inscripción de un discurso ambiental en la norma electoral federal, de modo que la cuestión ambiental se ha convertido de forma manifiesta en un asunto político-electoral.

Primero con la reforma de 2007-2008 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe), y después con la reforma de 2014 mediante la expedición de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE), con los artículos 236 y 209, respectivamente, se interiorizó de manera explícita la cuestión ambiental en el campo electoral al regular los materiales con los que debe elaborarse la propaganda impresa y otros artículos promocionales de los partidos políticos y de los candidatos. En ambas reformas la normativa electoral buscó resolver el problema de los residuos o basura electoral generada por la propaganda, y, al hacerlo, incluyó un discurso que produce y reproduce acciones y significados acerca de la relación sociedad-naturaleza, es decir, un discurso del dominio de lo ambiental (Merlinsky 2013).

Los residuos pueden ser entendidos como los materiales resultantes de un determinado proceso de producción, transformación o utilización, los cuales ya han cumplido una función específica y que, por lo tanto, se consideran desechos o basura. Desde que se encuentra definida por las interpretaciones, valores e intereses humanos, la categoría de basura “conlleva cierto grado de subjetividad” (Pineda y Loera 2007, 172), pues para que determinados objetos o materiales se consideren como tal es necesario que medien decisiones de individuos o grupos sociales que les atribuyan esa cualidad.

En este artículo, el concepto *basura electoral* refiere a los residuos generados por la propaganda electoral impresa, a los materiales resultantes de los procesos que, durante las precampañas y las campañas, los

partidos políticos o los candidatos utilizan para promocionarse. Dichos residuos provienen de pendones, pancartas, lonas, volantes y otros materiales que se colocan en la vía pública o se distribuyen en los domicilios particulares con el objetivo de promocionar personas, ideas o propuestas políticas durante los procesos electorales.

La falta de estudios —sociológicos, politológicos, jurídicos o comunicacionales, entre otros— que indaguen el impacto socioambiental de las campañas electorales o las condiciones de producción de este nuevo fenómeno discursivo en el campo electoral, sus consecuencias sociales, económicas y políticas, entre otras, se explican en parte por la escasa atención que históricamente las ciencias sociales han prestado a la cuestión ambiental (Lezama 2008). Este artículo constituye una aproximación exploratoria a ese nuevo campo problemático de la vida electoral mexicana.

Al estudiar el discurso ambiental, entendido como práctica social, es posible analizar su proceso de construcción y el contexto y las condiciones en que ocurre, el rol de los actores involucrados en su producción y las relaciones de poder entre ellos, o bien se puede observar su dimensión retórica para develar los argumentos y los sentidos expresados en un texto particular (Hannigan 2009). Este trabajo se limita a una parte de esta última dimensión, de modo que el análisis se centra en la observación del discurso contenido en el texto de la norma electoral mexicana que regula el uso de materiales con los que debe elaborarse la propaganda electoral de los partidos políticos y de los candidatos. Concretamente, se toman como corpus para el análisis los artículos 236 del derogado Cofipe y 209 de la LGIPE, así como los acuerdos del extinto Instituto Federal Electoral (IFE) dictados en los expedientes CG31/2009 y CG249/2011 para los procesos electorales 2008-2009 y 2011-2012, respectivamente, y el acuerdo del Instituto Nacional Electoral (INE) señalado en el expediente INE/CG48/2015, para el proceso electoral 2014-2015 (véase el resumen de los acuerdos en el anexo).

En tal sentido, cabe reiterar que el objetivo primordial de este artículo consiste en describir el discurso ambiental contenido en la norma electoral;

en consecuencia, las preguntas generales que han orientado el trabajo buscan identificar el problema ambiental construido por la regulación electoral mexicana y el discurso ambiental con el que se relaciona. Así, el análisis se apoya en la perspectiva constructivista de la sociología ambiental (Hannigan 2009) y, más concretamente, en la categorización de los principales discursos ambientales contemporáneos clasificados por David Harvey (1996) y el análisis de las líneas narrativas —*story lines*— del discurso ambiental señaladas por Marteen Hajer (1995).

Además de esta breve introducción, el texto se estructura de la siguiente manera: primero se expone el punto de vista utilizado para el análisis y se describe brevemente la perspectiva de la modernización ecológica, que sería la que mejor define —siguiendo la propuesta de Harvey (1996)— la dimensión ambiental de la normativa electoral mexicana; posteriormente se describe la línea narrativa que define el problema ambiental al que responde la norma electoral y enseguida se describen las características del discurso relacionado con esta, para después presentar algunas conclusiones.

Construcción discursiva del medioambiente¹

Este trabajo parte de la perspectiva que reconoce la construcción social y política del medioambiente, de modo que un asunto o problema definido como ambiental, independientemente de su realidad objetiva, puede resultar intrascendente —o incluso permanecer invisible— si no es social y políticamente problematizado (Hannigan 2009; Lezama 2008). Lo anterior resulta significativo porque, como ha indicado Hajer (1995), la crisis ambiental contemporánea se ha vuelto discursiva, pues un elemento central de su análisis desde las ciencias sociales refiere no tanto a su existencia objetiva, sino a cómo esta se define y significa.

¹ La Real Academia Española subraya que aunque es mayoritario el uso de la grafía *medio ambiente*, con dos palabras separadas que se pronuncian como una sola, recomienda sustituirla por *medioambiente*, sugerencia que se sigue en este trabajo.

En tal contexto, el discurso ambiental puede entenderse como

un conjunto de ideas, conceptos y categorizaciones que son producidas, reproducidas y transformadas en una serie particular de prácticas, a través de las cuales se da significado a realidades físicas y sociales (Hajer 1995, 264).²

En consecuencia, el discurso no implica solamente la manifestación de expresiones de poder en el lenguaje, y por supuesto no se limita a sus cualidades lingüísticas, sino que —y sobre todo— crea significados que moldean estructuras y campos de acción para individuos e instituciones. Así, puede ser comprendido como una forma compartida y socialmente producida de aprehender el mundo (Dryzek 2005) y de actuar en consecuencia, pues representa “un conjunto de ideas a través de las cuales los actores políticos y sociales explican y tratan de justificar todo tipo de práctica” (Alfie 2002, 84), ideas y creencias que, por supuesto, obedecen a valores e intereses determinados. Por tanto, el campo de lo ambiental se compone de una variedad de discursos, que se complementan o se contraponen y que compiten entre sí en función de los intereses, factores, valores y actores que intervienen en su definición (Dryzek 2005; Alfie 2002; Harvey 1996).

En distintas épocas del pensamiento humano y en diversos contextos socioculturales se han producido diferentes formas de explicar y analizar la relación sociedad-naturaleza (Rosales 2006); en general se trata de perspectivas que varían entre posiciones ecocéntricas o biocéntricas —construyen su discurso en torno al ambiente a partir de asignar valores intrínsecos a la naturaleza—, antropocéntricas o tecnocéntricas —producen un discurso a partir de la subordinación del medio ambiente a la satisfacción de las necesidades o requerimientos humanos—, o bien a partir de posturas críticas que reconocen la interdependencia del mundo natural y social.

² La traducción es mía.

Abundar en cada uno de los paradigmas ambientales de la historia humana no es el propósito de este artículo. Este apartado se limita a subrayar que —como han indicado John Hannigan (2009), John Dryzek (2005) y Harvey (1996)— desde la segunda mitad del siglo xx, cuando el mundo comenzó a graficarse como escenario de crisis ambiental o ecológica, determinados discursos ambientales han logrado imponerse en los países industrializados y en desarrollo, impregnando los discursos sociales, las instituciones, las políticas y las acciones de lo que concierne a la problemática ambiental (Merlinsky 2013; Dryzek 2005; Cherni 2003; Alfie 2002; Harvey 1996; Hajer 1995). Desde entonces, Harvey identifica cuatro discursos dominantes que, aunque no deben pensarse como compartimentos estancos, sino más bien como coaliciones discursivas a veces complementarias y a veces contradictorias, han logrado imponerse sobre otras formas o perspectivas para enfrentar los problemas ambientales, a saber: el uso prudente de la naturaleza, la justicia ambiental, la visión estándar y la modernización ecológica. Se mencionarán brevemente los tres primeros y se expondrá más detalladamente el cuarto, toda vez que constituye la coalición que mejor define el discurso ambiental de la norma electoral mexicana.

El denominado discurso *wise use* o uso prudente de los recursos naturales posee como argumento central la protección privada para proteger la naturaleza del daño ambiental, por lo que se opone a cualquier regulación del Estado, de modo que la naturaleza no puede ser concebida como un bien público y su cuidado queda en manos de sus propietarios (Harvey 1996). Por otra parte, el discurso de la justicia ambiental surge con los movimientos sociales que señalan las desigualdades frente a los riesgos ambientales, empatando demandas de justicia ambiental con las de justicia social (Merlinsky 2013). Se trata de un discurso que, en cierta medida, desconfió de la mirada tecno-científica y recurre a argumentos morales y éticos, por lo que el discurso racional y experto puede verse cuestionado con argumentos que exceden el campo científico

(Dryzek 2005; Harvey 1996), lo que frecuentemente da lugar a controversias socio-técnicas.

En contraposición a los anteriores, los dos discursos que se han erigido como la principal forma política que adoptan las respuestas frente a los problemas ambientales son la visión estándar y la modernización ecológica (Harvey 1996).

La mirada o enfoque estándar define los problemas ambientales esencialmente como fallas de mercado, por lo que se basa en herramientas como el *management* o gestión ambiental experta mediante instrumentos económicos y de ingeniería para enfrentar los problemas ambientales una vez que estos ya han ocurrido; es decir, impulsa políticas reactivas o de *end of pipe*, de modo que los problemas se enfrentan una vez que ocurren, no antes, pues la preocupación central es la acumulación de capital y el crecimiento económico sostenido. En tal sentido, no contempla la irreversibilidad del daño ambiental y confía en que el conocimiento científico aportará los elementos para remediarlo (Harvey 1996).

Por otra parte, desde la década de 1990 el discurso de modernización ecológica se ha convertido en la opción más empleada para combatir la degradación ambiental (Cherni 2003). Uno de los conceptos centrales surgido de esta perspectiva es el de sustentabilidad o desarrollo sustentable; como coalición discursiva, se sostiene con la siguiente línea narrativa:

Medio ambiente y desarrollo no constituyen desafíos separados; están inevitablemente interligados. El desarrollo no se mantiene si la base de recursos ambientales se deteriora; el medio ambiente no puede ser protegido si el crecimiento no toma en cuenta las consecuencias de la destrucción ambiental (Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo citado en Pierri 2005, 60).

Desde que el proceso de globalización económica e industrial intensificó la extracción y el uso de los recursos naturales a escala planetaria,

evidenciando el agravamiento de la crisis ambiental generada por la sociedad moderna, a partir de mediados de 1980 se buscaron los arreglos institucionales promovidos por las potencias de occidente, para que mediante propuestas de modernización ecológica se detuvieran y previnieran los daños causados por el modelo de “desarrollo” imperante. Desde esta perspectiva, los problemas ambientales se plantearon inseparables de la actividad económica, por lo que se promovió el crecimiento económico comandado por regulaciones ambientales y el control del daño ecológico (Dryzek 2005; Hajer 1995).

En el fondo del discurso de modernización ecológica subyace la idea de que los problemas ambientales son el resultado de fallas institucionales y tecnológicas, por lo que no se cuestionan los complejos procesos sociales que generan la crisis ambiental, sino que ante el creciente reconocimiento científico de la degradación del ambiente se recurre a la búsqueda de soluciones prácticas por medio de avances tecnológicos para resolverlos (Dryzek 2005; Harvey 1996; Hajer 1995). Sin duda, este constituye el “discurso verde” más aceptado en las esferas de la economía y de la política, tanto de los países del norte como del sur (Cherni 2003); y en esa línea, representa la coalición discursiva que mejor define el discurso ambiental de la norma electoral mexicana, pues regula los materiales con los que se deben elaborar los productos de la propaganda electoral impresa y otros artículos utilitarios para la promoción de los partidos políticos y los candidatos a puestos de elección popular.

Construcción del problema ambiental en la norma electoral

El interés por normar los materiales con los que se producen los elementos mediante los que se difunde la propaganda electoral impresa de los partidos políticos y los candidatos a puestos de elección popular, como penzones y lonas, entre otros, comenzó a generar una relativa visibilidad en la agenda legislativa federal desde principios del año 2000. Hasta antes de

la reforma de 2007-2008 del Cofipe se habían presentado en la Cámara de Diputados y el Senado de la República al menos 11 iniciativas de reforma del Código que explícitamente manifestaban una preocupación por el daño ambiental generado por la propaganda electoral, que en la mayoría de los casos proponían la reducción de plásticos y materiales no biodegradables en las campañas electorales. De esas iniciativas 6 fueron presentadas por el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) —en 2001, 2003, 2004, 2006 y 2007—, 4 por el Partido Acción Nacional —en 2002, 2004 y 2007— y 1 por el Partido Revolucionario Institucional —en 2006—. Tras la reforma al Cofipe otra iniciativa en el mismo sentido fue presentada por el Partido de la Revolución Democrática —en 2008— y 2 más por el PVEM —en 2012 y 2013—, entre otras.³ En tal sentido, puede decirse que la preocupación por los efectos ambientales de los materiales con los que se elabora la propaganda electoral constituyó un tema de interés y agenda en el Poder Legislativo desde inicios del siglo actual.

En este contexto hay que considerar que otras fuerzas sociales en el país han mantenido históricamente la cuestión ambiental en su agenda, por ejemplo, las movilizaciones sociales que a lo largo del territorio nacional han expresado su rechazo a la explotación indiscriminada de sus medios de subsistencia, o a los megaproyectos de extracción de recursos naturales auspiciados por el Estado o por poderosos intereses nacionales y transnacionales que se intensificaron desde la década de 1990; estas han logrado trascender en el espacio público gracias a las acciones creativas que llaman la atención de los medios de comunicación y de los representantes públicos, o bien mediante la juridificación de los conflictos ambientales y por medio de la búsqueda de influencia en la agenda política (Madrigal 2010). Además, en el contexto de la alternancia política registrada en el año 2000, en el inicio del nuevo siglo la actividad legislativa, los marcos institucionales

³ Datos consultados en internet mediante el Sistema de Información Legislativa de la Secretaría de Gobernación (SIL s. f.).

y la gestión en materia ambiental adquirieron una relevancia y productividad significativas (Lezama 2010), lo que sin duda contribuyó a la inscripción explícita de la cuestión ambiental en el ámbito electoral; pero, indudablemente, la preocupación por lo ambiental en este campo se concretó y explicitó con las reformas político-electorales de 2007-2008 y de 2014, lo que implicó la construcción de un discurso que reconoció los efectos degradantes de la actividad electoral en el medioambiente. Ahora bien, ¿cuál fue el problema ambiental que la norma electoral definió, y que se propuso resolver con la utilización de materiales biodegradables y reciclables?⁴

Tomando como base el concepto de *story line* o línea discursiva propuesto por Hajer (1995), el cual refiere a formas condensadas de narrativas que en el campo discursivo funcionan como guías para reducir la complejidad y producir una línea argumentativa que media el debate público, puede decirse que el problema ambiental que relatan los citados artículos de la norma electoral y los mencionados acuerdos del IFE y del INE corresponde a la contaminación por acumulación de residuos sólidos o de generación de basura electoral.

Para develar los argumentos implícitos en dichos artículos y acuerdos, una estrategia posible para el análisis conlleva la elaboración de preguntas como: ¿qué se dice acerca de cuál es el problema?, ¿qué o quién es responsable de generarlo? y ¿cuáles son las consecuencias del problema? Estos cuestionamientos permiten develar los argumentos elementales con los que se construye discursivamente un problema ambiental (Hannigan 2009).

Entonces, cuando la LGIPE, artículo 209, numeral 2, señala que la propaganda debe ser elaborada con materiales que “no contengan sustancias tóxicas o nocivas para la salud y el medio ambiente”, manifiesta que los materiales usados tradicionalmente para la fabricación de propaganda

⁴ Desde que el discurso jurídico constituye un relato prescriptivo (Giménez 1981), resulta factible asumir que el articulado que compone una determinada norma lleva implícita la definición de un problema, problema que dicha norma se propone resolver.

electoral han constituido un riesgo para la salud humana y no han incluido criterios de protección ambiental. En sentido similar, cuando el artículo 236, numeral 2, del Cofipe señala que los partidos, coaliciones y candidatos “deberán utilizar en su propaganda impresa y demás elementos promocionales materiales que no dañen el medio ambiente”, expone que antes de la expedición de esta norma dichos actores políticos utilizaban durante las campañas electorales materiales perjudiciales o que generaban efectos nocivos en términos ambientales.

Asimismo, cuando estos artículos puntualizan que dichos materiales deben ser reciclables y de fácil degradación natural, puede advertirse una preocupación por la acumulación de los residuos propagandísticos, ya que por su composición, generalmente de plástico, pueden tardar cientos de años en degradarse; en consecuencia, resulta factible que se acumulen y que generen contaminación, problema que, según la norma electoral, se atenuaría al utilizarse materiales biodegradables o con posibilidades de reciclarse.

Igualmente, el acuerdo INE/CG48/2015 del INE subraya que toda

propaganda electoral impresa que se utilice durante las precampañas y campañas en el Proceso Electoral Federal 2014-2015, deberá elaborarse con material reciclable y biodegradable que no contenga sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medio ambiente, como el papel y el cartón, plásticos biodegradables y tintas base de agua o biodegradables (INE 2015).

De acuerdo con lo anterior, se reconoce que los actores electorales, como precandidatos, candidatos y, de modo general, los partidos políticos, han participado en procesos de producción de residuos que habrían resultado riesgosos para la salud humana y el medio natural.

Lo anterior implica reconocer y subrayar que la propaganda electoral, una vez devenida en residuo o basura, puede resultar perjudicial para el

bienestar humano y el equilibrio ambiental y, en consecuencia, afectar el derecho a un ambiente sano, lo que evidencia el trascendental carácter social y político que ha adquirido la producción de basura electoral.

Si bien no existen datos sistemáticos que revelen los volúmenes de basura que se generan durante cada proceso electoral en México, ni en el ámbito local ni en el federal, algunas cifras divulgadas por los medios de comunicación sugieren que el tonelaje de residuos producido durante los últimos procesos es considerable. Durante las elecciones de 2000 se generaron en el país cerca de 50 mil toneladas de basura, y dicha cantidad aumentó al doble en las elecciones de 2006 (Llanos y Romero 2006). Tras las elecciones de 2012, autoridades del entonces Distrito Federal indicaron que se recolectaron 177 mil toneladas de basura electoral, de las cuales 97 mil fueron producidas durante el proceso de precampañas y 80 mil en la etapa de campañas a cargos de elección federal y local (Galván 2015). En el proceso 2014-2015, únicamente en 169 vialidades principales de la Ciudad de México, equivalentes a 1,116 kilómetros lineales, trabajadores del gobierno de la ciudad retiraron 42.5 toneladas de residuos vinculados a la propaganda electoral (CNN México 2015).

Los datos antes indicados permiten advertir que la actividad político-electoral constituye una fuente considerable de producción de residuos, y que, por tanto, los partidos políticos y los candidatos generan directamente⁵ con sus actividades propagandísticas un impacto negativo en el medioambiente, impacto que además se financia con recursos públicos,⁶ de ahí

⁵ Igualmente producen un impacto indirecto, una vez que la recolección, el tratamiento y la disposición final de los residuos generados por la propaganda electoral demandan el uso de energía que también produce efectos ambientales; por ejemplo, para la recolección de las 42.5 toneladas recogidas en las 169 arterias del Distrito Federal durante el proceso 2014-2015 se requirieron 222 vehículos (CNN México 2015), para cuyo funcionamiento necesitan combustibles fósiles que producen gases de efecto invernadero que a su vez contribuyen al calentamiento global y, en consecuencia, alimentan el proceso mundial de cambio climático. En suma, los impactos ambientales vinculados con los materiales propagandísticos de las actividades electorales constituyen un fenómeno complejo que abarca diversas escalas espaciales.

⁶ No solo porque los partidos políticos se financian con recursos públicos, sino también porque el retiro de pendones, mantas y otros artículos propagandísticos genera costos para

que definir la basura electoral como problema público implica reconocer un nuevo campo de responsabilidades de los actores político-electorales como actores ambientales; asimismo, implica asumir que la cuestión ambiental es también un asunto que no puede permanecer al margen del debate y los procesos del quehacer político.

En suma, de acuerdo con las preguntas utilizadas para identificar el problema ambiental definido por la norma electoral mexicana, la línea narrativa o *story line* producida por los artículos y acuerdos indicados puede sintetizarse de la siguiente manera: la propaganda electoral impresa que utilizan los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos a puestos de elección popular genera impactos negativos en el medioambiente. Esto ocurre porque los materiales con los que se elaboran los productos propagandísticos y los artículos promocionales se convierten en basura electoral, y porque son elaborados con sustancias de difícil degradación natural que provocan contaminación por residuos sólidos. Los partidos políticos y los candidatos son responsables de generar este problema, por lo que sería irresponsable si no coadyuvaran a la protección ambiental y no colaboraran con el manejo de los residuos que producen. Esto es indeseable porque esta contaminación puede afectar el equilibrio ambiental y la salud de las personas; es por ello que la regulación de materiales con los que se elabora la propaganda debe incluir productos reciclables y biodegradables que generen menor impacto ambiental.

Esta línea discursiva, según se argumentará en las siguientes páginas, se relaciona con un concepto más amplio, el de modernización ecológica.

las administraciones públicas de los lugares donde se realizaron elecciones; por ejemplo, en el Distrito Federal para los procesos de 2002-2003 y 2005-2006 el retiro de propaganda electoral costó a las arcas públicas más de tres millones de pesos (*El Economista* 2009). Durante las elecciones de 2009 se estimó que la propaganda colocada en siete localidades del país (Ciudad de México, Monterrey, Hermosillo, Ecatepec, Toluca, Colima y Guadalajara) ascendió a más de 400 toneladas de materiales plásticos, y que el retiro de estos una vez devenidos en residuos significó para los presupuestos de los organismos administrativos de estas ciudades un total de 8,600,000 pesos (Gómez 2009).

Cuadro 1. Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales y el problema ambiental de la propaganda electoral

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales	Problemas ambientales de la propaganda electoral
<p>Artículo 236 2. Los partidos, coaliciones y candidatos deberán utilizar en su propaganda impresa y demás elementos promocionales materiales que no dañen el medio ambiente, preferentemente reciclables y de fácil degradación natural. Sólo podrá usarse material plástico reciclable en la propaganda electoral impresa.</p>	<p>Artículo 209 2. Toda la propaganda electoral impresa deberá ser reciclable, fabricada con materiales biodegradables que no contengan sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medio ambiente. Los partidos políticos y candidatos independientes deberán presentar un plan de reciclaje de la propaganda que utilizarán durante su campaña.</p>	<p>1) Los materiales con los que se fabrica la propaganda generan residuos que contaminan el medio ambiente. 2) Los materiales que se utilizan para la elaboración de propaganda no son reciclables, lo que incrementa el impacto ambiental. 3) La propaganda electoral puede resultar perjudicial para la salud humana. 4) Los partidos y los candidatos generan basura, y, por tanto, contaminación. 5) Los partidos y los candidatos deben responsabilizarse por los impactos ambientales que generan sus actividades de promoción.</p>

Fuente: Elaboración propia con datos de Cofipe (2008) y LGIPE (2015).

Modernización ecológica y propaganda electoral

El discurso de modernización ecológica que se impuso desde finales de la década de 1980 y durante la de 1990 frente a la problemática ambiental apunta esencialmente a la interiorización institucional de la protección del medioambiente, de modo que hizo calculable la degradación mediante instrumentos técnicos y financieros. Así, la protección ambiental se concibió como un juego de “ganar-ganar” o “suma positiva” con el argumento de que la prevención del daño crea oportunidades para la innovación tecnológica y el desarrollo económico, y se asumió que los principales obstáculos para la protección del medioambiente residen en la adecuada organización y administración de la acción colectiva, de modo que una diversidad de actores puede participar en la protección ambiental (Cherni 2003; Harvey 1996; Hajer 1995). Como discurso global, estos cambios conceptuales repercutieron en el tratamiento de los problemas ambientales en al menos seis formas (Hajer 1995, 26-9):

- 1) En el ámbito de las políticas públicas se pasó de políticas reactivas y correctivas a políticas preventivas.
- 2) La ciencia y la técnica comenzaron a ocupar un rol predominante en la protección ambiental, de modo que es el conocimiento experto o especializado el que determina los procedimientos y mecanismos de prevención y reparación del daño.
- 3) En el ámbito microeconómico se incorporó el principio de pagos preventivos por contaminación, de modo que la inversión anticipada en tecnologías es su *leitmotiv* (si no se coloca una sustancia en el ambiente no hay que pagar para extraerla).
- 4) En el ámbito macroeconómico la naturaleza se conceptualizó como un bien público y no como un bien libre y gratuito, por lo que se concibe como necesario conservar los recursos escasos, por ejemplo, mediante acciones como el reciclado.
- 5) En el ámbito legislativo, al abandonarse la idea de la naturaleza como un bien libre, se invirtió la carga de la prueba del daño ambiental, de modo que es el contaminador quien debe probar que no produce impactos negativos.
- 6) La modernización ecológica incluye nuevos y diversos actores en el tratamiento de las problemáticas ambientales, por ejemplo, la sociedad civil.

Al analizar el discurso ambiental es factible pensar que dichas transformaciones son categorías analíticas para advertir cómo estas seis características se manifiestan en las acciones que se definen frente a un determinado problema. Para el caso de la norma electoral mexicana y la regulación de los materiales de la propaganda electoral, dichos mecanismos se resumen en el cuadro 2.

Cuadro 2. Modernización ecológica y regulación de la propaganda electoral

Modernización ecológica	Norma electoral mexicana
La prevención como principio de protección ambiental.	La utilización de materiales reciclables y biodegradables busca contribuir a prevenir la contaminación por residuos.
Rol protagónico del conocimiento técnico-experto.	El manejo de materiales reciclables requiere conocimiento especializado en la materia.
Pagos preventivos por contaminación.	La inversión que los partidos, las coaliciones y los candidatos realicen en materiales reciclables y biodegradables contribuye a prevenir la contaminación.
La protección ambiental compatible con el mercado.	La producción y comercialización de productos reciclables y biodegradables, así como el reciclaje de materiales de propaganda electoral, pueden resultar económicamente redituables.
El contaminador debe aportar las pruebas de no impacto negativo.	Los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos deben aportar las pruebas de la calidad de las resinas con las que se producirán los materiales de la propaganda electoral.
Nuevos actores participan en la protección ambiental.	Los partidos políticos y los candidatos se configuran como actores ambientales; asimismo, los organismos electorales, como el Instituto Nacional Electoral y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, se configuran como actores que velan por la protección ambiental al vigilar que los partidos y los candidatos cumplan con la regulación vigente.

Fuente: Elaboración propia con datos de Hajer (1995), Cofipe (2008) y LGIPE (2015).

En las siguientes páginas se indica cómo estas transformaciones impulsadas por el discurso ecológico modernizante se manifiestan en los artículos y acuerdos antes señalados.

Acciones preventivas en materia ambiental-electoral

Dado que uno de los ejes núcleo de la modernización ecológica refiere a la anticipación y prevención de la degradación del medioambiente (Harvey 1996; Hajer 1995), las acciones y políticas impulsadas por esta perspectiva buscan anticiparse al daño ambiental. Como principio de protección ambiental la prevención resulta fundamental, pues, sin esta, los resultados de la degradación de la naturaleza podrían tener consecuencias catastróficas (Caferatta 2004), de modo que el principio preventivo surge para hacer frente a determinadas condiciones de irreversibilidad de la degradación medioambiental, lo que permite evitar impactos que una vez ocurridos re-

sultan irreparables, como la pérdida de hábitats y especies. Inclusive, puede decirse que se trata de un principio proactivo que, de aplicarse adecuadamente, coadyuva a que otros principios resulten inaplicables o innecesarios, por ejemplo, el de reparación del daño.

El principio de prevención se observa claramente tanto en el texto de la reforma al Cofipe de 2007-2008 como en el de la reforma político-electoral de 2014 que creó la LGIPE. El Cofipe subraya que la propaganda impresa y otros elementos de promoción que se utilicen durante las campañas electorales deben fabricarse con “materiales que no dañen el medio ambiente” (Cofipe, artículo 236, numeral 2, 2008); por otra parte, la LGIPE establece que la propaganda electoral impresa no debe contener “sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medio ambiente” (LGIPE, artículo 209, numeral 2, 2015). Igualmente, el primer punto del acuerdo INE/CG48/2015, emitido por el INE para normar los materiales en la propaganda electoral impresa durante las precampañas y campañas electorales durante el proceso electoral 2014-2015, establece que estos deben ser reciclables y biodegradables y no contener sustancias tóxicas o nocivas.

Tanto las normas electorales como el acuerdo específico del INE en esencia buscan evitar que el daño ambiental ocurra, de modo que tienen como objetivo impedir que la contaminación se produzca mediante la restricción del uso de materiales que puedan catalogarse como perjudiciales. En términos del Cofipe, este aspecto queda plenamente evidenciado cuando sugiere que los partidos, los candidatos y las coaliciones deben utilizar en la propaganda y los artículos promocionales preferentemente materiales reciclables y de fácil degradación natural (Cofipe, artículo 236, numeral 2, 2008). Para el caso de la ley vigente, el principio anticipatorio se acentúa al subrayar que: “Toda la propaganda electoral impresa deberá ser reciclable, fabricada con materiales biodegradables” (LGIPE, artículo 209, numeral 2, 2015). Nótese que sustituir “preferentemente materiales reciclables” por “toda propaganda electoral impresa deberá ser reciclable” conlleva un carácter imperativo respecto al comportamiento que los

partidos políticos, las coaliciones y los candidatos a puestos de elección popular deben cumplir para, por un lado, disminuir la generación de residuos sólidos, y, por el otro, coadyuvar a que los residuos generados sean ambiental o ecológicamente más amigables (aspecto que también se subraya en el citado acuerdo del INE); en consecuencia, puede decirse que la LGIPE presenta una postura más radical que el Cofipe respecto a la protección ambiental, pues la utilización de materiales menos contaminantes ya no queda a criterio de los actores políticos, sino que se vuelve una obligación y, por tanto, está sujeta a sanciones en caso de no cumplirse.

En tal sentido, la prevención se convierte en el eje central de la disminución del impacto ambiental generado por la propaganda electoral impresa, y el uso de tecnologías biodegradables y reciclables, en la herramienta indispensable para ese propósito.

Ciencia, técnica y economía como elementos clave de la prevención

La adopción de las llamadas tecnologías verdes para el control de la contaminación constituye parte de la columna vertebral del discurso ecológico modernizante (Dryzek 2005), a diferencia de la visión estándar (Harvey 1996), pues estas juegan un papel anticipatorio-preventivo, de modo que el conocimiento científico-experto y los adelantos tecnológicos que producen permiten enfrentar con anterioridad el problema ambiental. Además, la aplicación de desarrollos tecnológicos genera mecanismos que permiten impulsar una economía verde, de modo que se plantea que la protección ambiental es compatible con la obtención de beneficios económicos (Merlinsky 2013; Dryzek 2005; Hajer 1995).

En el Cofipe, esta característica tecno-económica se observa claramente cuando señala que “sólo podrá usarse material plástico reciclable en la propaganda electoral impresa” (Cofipe, artículo 236, numeral 2, 2008); en la LGIPE cuando se propone que los partidos presenten un plan de reciclaje de la propaganda utilizada, aspecto que se refrenda en el inciso b del se-

gundo punto del acuerdo INE/CG48/2015 del INE (2015), así como en los acuerdos CG31/2009 y CG249/2011 del IFE (2009 y 2011), cuando ambos exponen en el primer punto que:

Los partidos políticos, las coaliciones, los precandidatos y candidatos deberán utilizar en su propaganda electoral impresa plástico correspondiente al grupo de los “Termoplásticos”, debiendo contar con los certificados de calidad de la resina utilizada en la producción de los mismos, siendo responsabilidad de éstos solicitarla a sus respectivos proveedores.

Los materiales plásticos pueden dividirse en dos grupos principales, por un lado se encuentran los termoestables, que se caracterizan por sufrir un cambio químico permanente al ser sometidos a temperaturas elevadas, esto implica que pasan irreversiblemente de un estado líquido a uno sólido; por otro lado se encuentran los termoplásticos, que se caracterizan por fundirse al ser sometidos a fuentes de calor y se solidifican al enfriarse; como esta acción puede repetirse numerosas veces, poseen la capacidad de ser reciclados (Cristán, Ize y Gavilán 2003; Plastivida 1994). Dado que la propaganda electoral debe elaborarse con materiales que puedan ser reciclados y que además sean biodegradables, es necesario que los materiales propagandísticos se produzcan con termoplásticos.

Desde el punto de vista de la modernización ecológica, el reciclaje constituye un principio central, porque permite conservar los recursos naturales escasos —el petróleo con el que se elaboran ciertos plásticos, por ejemplo—, y a la vez puede ser una actividad con amplio rendimiento económico. Según datos de la Asociación Nacional de Industrias del Plástico, la industria del reciclaje en México está valuada en 3,000 millones de dólares anuales; no obstante, para los especialistas se trata de un segmento de la economía que posee todavía un gran potencial de mercado (Góngora 2014), de modo que impulsar el reciclado de la propaganda electoral contribuiría en alguna medida al crecimiento de esta industria. En este contexto, resulta sumamente significativa la conclusión de los anexos

del acuerdo INE/CG48/2015 del INE —retomada sin duda de los acuerdos CG31/2009 y CG249/2011 del IFE—,⁷ pues la dimensión económica se encuentra claramente ponderada en la toma de decisiones acerca de la regulación de la propaganda:

El uso de materiales biodegradables y reciclables en la elaboración de la propaganda electoral de los partidos políticos es viable desde el punto de vista técnico, legal, funcional y económico (INE 2015).

De hecho, el reciclaje de materiales ha ganado amplia aceptación y popularidad como una forma de disminuir la cantidad de residuos que necesitan disposición final en rellenos sanitarios y como una estrategia para disminuir el impacto ambiental negativo de las actividades humanas vinculadas con la producción y el consumo. Se “requiere algún tipo de procesamiento físico, biológico o químico, de modo que [el material sometido a dicho proceso] se pueda utilizar como materia prima para nuevos productos” (Medina 1999, 10). En términos económicos esto implica que los materiales reciclables utilizados por los partidos políticos y los candidatos pueden ser comercializados por empresas recicladoras, que los reinsertarían en la cadena productiva,⁸ lo que en definitiva contribuye a la reproducción del ciclo económico y evidencia que la protección ambiental promovida por la norma electoral no está exenta de una racionalidad instrumental (Leff 2004), que ve en dicha protección la posibilidad de obtener ganancias para las instituciones del mercado.

Por otra parte, los procesos de certificación de los materiales termoplásticos requieren la comprensión de determinados procedimientos

⁷ La conclusión de los citados acuerdos se expresó de forma muy similar: “El uso de materiales reutilizables y/o reciclables en la elaboración de la propaganda electoral de los partidos políticos es viable desde el punto de vista técnico, legal, funcional y económico”.

⁸ Los materiales pueden reciclarse siempre que se encuentren en condiciones de ser procesados, por ejemplo, si están libres de suciedad.

técnicos que generalmente se circunscriben a grupos de expertos en la materia. Inclusive, la adecuada recolección de los materiales de la propaganda colocada en la vía pública, su separación y disposición requieren una capacitación mínima para identificar los tipos de termoplásticos con los que fue elaborada. En tal sentido, quien habrá de separar el material debe conocer al menos el símbolo internacional del reciclaje —compuesto por tres flechas que forman un triángulo—, así como los significados de los diferentes símbolos que aluden a los termoplásticos.⁹ El discernimiento de dichas cuestiones cobra tal relevancia que, según se advierte en el acuerdo INE/CG48/2015 del INE, si las personas que retiran la propaganda no poseen “el debido conocimiento para separarlo o clasificarlo, el material [termoplástico] podría ser revuelto con material no reciclable y terminar como basura electoral” (INE 2015).

Además, la elaboración de productos con materiales biodegradables implica el involucramiento de sofisticados procesos tecnológicos para producir materiales que puedan ser degradados de forma natural y de conocimientos técnicos para reconocerlos y clasificarlos. Así, el uso de materiales plásticos reciclables y biodegradables en la propaganda electoral requiere tecnologías y recursos humanos especializados, y el involucramiento de actores económicos interesados en el manejo de dichos materiales; de ahí que puede considerarse que la norma electoral institucionalizó un componente claramente tecno-económico para el abordaje del problema ambiental. Todo ello termina por convertir el reciclaje de la propaganda electoral en un proceso altamente complejo y técnico que solamente puede ser manejado por determinados actores que poseen el conocimiento, la tecnología y los recursos para hacer efectivo dicho requisito impuesto por la norma electoral mexicana.

⁹ Las disposiciones acerca de reciclaje de la norma electoral vigente deben adecuarse a la norma mexicana NMX-E-232-CNCP-2011, que trata de la industria del plástico, el reciclado y los símbolos de identificación de plásticos.

Demostración de la prevención a cargo del contaminador y los nuevos actores ambientales

El inciso c del segundo acuerdo dictado en el expediente INE/CG48/2015 del INE resulta sumamente significativo respecto a cómo el discurso de modernización ecológica inscribió en el ámbito electoral el aspecto de la prueba del daño ambiental a cargo del contaminador, o, en otras palabras, de la demostración de la acción preventiva a cargo de quien potencialmente va a contaminar. Esto implica que es aquel que realiza actividades definidas como nocivas para el medioambiente quien debe aportar la prueba de que dichas actividades no generarán perjuicios más allá de la norma (Hajer 1995).

Según establece dicho inciso, los partidos políticos y las coaliciones deberían presentar un informe al secretario ejecutivo del INE acerca de las precampañas y las campañas del proceso electoral 2014-2015, que contuviera “Los certificados de calidad de la resina utilizada en la producción de su propaganda electoral impresa en plástico” (INE 2015). Como se explicita, son los citados actores políticos los que se ven obligados a demostrar que sus materiales propagandísticos no constituyen un riesgo para la salud o el medioambiente, inclusive antes de que se pueda recibir alguna queja o denuncia respecto al incumplimiento de lo dispuesto por la regulación.

En el mismo sentido, cuando los acuerdos resumidos en los expedientes CG31/2009 y CG249/2011 del IFE subrayan en el inciso 1 que los actores políticos deben contar con los certificados de calidad de la resina de termoplásticos utilizada para la propaganda electoral impresa, “siendo responsabilidad de estos solicitarla a sus respectivos proveedores” (IFE 2009 y 2011), la carga probatoria de que los materiales cumplen con los requisitos ambientales de la propaganda recae en dichos actores. Además, cuando la ley electoral vigente indica que los “partidos políticos y candidatos independientes deberán presentar un plan de reciclaje de la propaganda que utilizarán durante su campaña” (LGIPE, artículo 209,

numeral 2, 2015), la ley electoral tutela que los citados actores actuarán en pro de evitar el daño ambiental.

Entonces, el hecho de que los partidos políticos y los candidatos deban presentar un plan de reciclaje atiende, por un lado, a que dichos actores asuman anticipadamente cierto compromiso respecto al destino de los residuos que generan, demostrando con anterioridad que una vez concluido el periodo de uso de la propaganda esta generará un menor impacto ambiental, y, por otro lado, que la propaganda electoral utilizada sigue siendo de algún modo su responsabilidad, aun después de haberse cumplido los plazos oficiales de campaña.

Sin duda, lo anterior constituye un cambio significativo respecto al tradicional modo de actuar de los partidos políticos, pues estos deben ser partícipes de los procesos de tratamiento que recibirán los residuos que han generado como parte de su actividad proselitista. Ya no basta con retirar la propaganda, sino que además deben planificar qué hacer con los materiales utilizados una vez que han cumplido con su propósito de promoción.

En tal sentido, puede considerarse que si la reforma del Cofipe en 2007-2008 representó un punto de inflexión respecto a la inscripción de la cuestión ambiental en la ley electoral mexicana, la promulgación de la LGIPE en 2014 contribuyó a consolidar la dimensión ambiental en la norma electoral, porque además del principio de prevención se incorporó explícitamente el principio de responsabilidad de los partidos y otros actores político-electorales, pues se estableció que estos deben proteger con sus acciones el derecho de terceros a un ambiente sano. Con ello, los partidos y los candidatos se convirtieron explícitamente en nuevos actores ambientales.

Precisamente, una de las características más significativas del discurso de modernización ecológica es que permitió el surgimiento de nuevos y diversos actores involucrados en la protección ambiental (Dryzek 2005; Harvey 1996). Si hasta la década de 1970 los movimientos ambientales se constituyeron como los principales actores frente a la problemática

ambiental, este nuevo discurso planteó que todos aquellos involucrados en prácticas que degradan la naturaleza pueden ser partícipes de la protección ambiental al adoptar tecnologías y mecanismos que reduzcan los impactos negativos (Hajer 1995). A partir de esa premisa, prácticamente todo actor que realice alguna mínima acción con argumentos respecto a la reducción del daño ambiental puede proclamarse como ambientalista.

En tal sentido, no resulta descabellado pensar que además de los partidos políticos y los candidatos, los organismos electorales surgen como nuevos actores involucrados en los procesos de protección y prevención del daño ambiental. Para ilustrar esta cuestión, basta decir que el INE —y antes el IFE— se constituyó como un actor con un rol explícito en términos de protección ambiental, una vez que, de acuerdo a la legislación vigente, debe normar el uso de los materiales de la propaganda electoral para que estos generen menor impacto ambiental, y además, tal y como indica el acuerdo INE/CG48/2015, numerales 7 y 8, su secretario ejecutivo tiene la instrucción de dar a conocer las disposiciones en la materia y de exhortar a cumplirlas, por lo que debe desarrollar acciones de sensibilización vinculadas con la disminución de los impactos ambientales negativos derivados de la propaganda electoral. Asimismo, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), como uno de los máximos garantes del cumplimiento de la legislación electoral, debe tutelar que los partidos políticos y sus candidatos, o bien los candidatos independientes según instauró la reforma político-electoral de 2014, cumplan la norma relacionada con los materiales biodegradables y reciclables. En definitiva, todos los actores electorales se ven obligados a realizar acciones que de alguna forma contribuyan a disminuir el impacto ambiental negativo, por lo que, como actores clave de la vida político-democrática, se constituyen en una arena en la que se producen, reproducen, significan y resignifican discursos públicos en torno al ambiente, de ahí su nuevo rol como actores electorales-ambientales.

No obstante, cabe subrayar que la existencia de la norma no constituye de forma natural a estos actores en próceres de la causa ambiental. Es decir, que los partidos políticos y los candidatos estén obligados a utilizar materiales reciclables y biodegradables no quiere decir que efectivamente interioricen la relevancia de la prevención del daño ambiental y que en efecto utilizarán dichos materiales. Al respecto, resultan sumamente ilustrativos los monitoreos realizados en el Distrito Federal por la Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial (PAOT) durante el proceso electoral 2011-2012. Tras monitorear 118 kilómetros de vialidades principales de dicha ciudad de enero a junio, se observó que al inicio del periodo de campaña electoral (mayo) solamente 20% de la propaganda contaba con el símbolo de reciclaje, y hacia el final del periodo (junio) el porcentaje se elevó a 62% (PAOT 2012, 25). Dichos datos permiten advertir que un volumen significativo de la propaganda electoral no contaba con el símbolo de reciclaje, por tanto, al final del periodo de campañas no pudo recolectarse y clasificarse adecuadamente para su reutilización, por lo que puede suponerse que dichos materiales terminaron convertidos en basura electoral.

En trabajos posteriores será necesario indagar el rol ambiental de los actores político-electorales, la forma en que los partidos políticos y los candidatos han cumplido la norma, las relaciones entre sus discursos ambientales y el uso de propaganda electoral, así como los mecanismos y criterios que instituciones como el INE o el TEPJF han utilizado para controlar su cumplimiento; e inclusive la coherencia, con la citada normativa, de las políticas organizacionales en materia ambiental de las instituciones electorales. Sin duda, se trata de un campo problemático con amplias posibilidades de exploración para las ciencias sociales.

A modo de cierre

Las reformas político-electorales de 2007-2008 y de 2014 inscribieron en el campo electoral mexicano, mediante la regulación de los materiales con los que debe elaborarse la propaganda electoral impresa y otros artículos

promocionales de los partidos políticos y los candidatos, un discurso que institucionaliza explícitamente el cuidado del medioambiente. Esta interiorización se concreta mediante la definición de un problema de contaminación por basura electoral, que debe atenderse con acciones que disminuyan los residuos sólidos generados por los materiales propagandísticos. En tal contexto, los partidos políticos, los candidatos y los organismos electorales como el INE o el TEPJF se reconocen como actores ambientales, es decir, con un rol manifiesto en términos de prevención de la contaminación y el impacto ambiental negativo. Dicha interiorización, como se indicó páginas atrás, se da mediante acciones y estrategias definidas por el conocimiento experto o tecno-científico, pero sin desconocer la dimensión económica. Así, la relación sociedad-naturaleza que se plantea es mediada significativamente por los avances tecnológicos y el involucramiento del lucro.

Uno de los ejes centrales del discurso y la acción ambiental inscritos en la norma electoral mexicana corresponde al reciclaje de los materiales con los que se produce la propaganda electoral. Esto abrió un nuevo campo problemático en la vida político-electoral en México, definiendo nuevos modos de producir, manejar y controlar los residuos de la propaganda electoral. Estos procesos incorporan e institucionalizan el cuidado del medioambiente en las prácticas sociales, lo que implica que la preocupación ambiental produce cambios en las distintas esferas de la vida social, como la economía o la política. Además, la inscripción del discurso ambiental en el ámbito electoral acarrea, sin duda, modificaciones en la forma de hacer campañas electorales y demanda nuevos arreglos y capacidades institucionales, así como conocimientos expertos que se vinculan con el ámbito de lo ambiental, de modo que el discurso del medioambiente se ha vuelto un discurso de la política electoral.

Este artículo constituye una aproximación exploratoria a este campo problemático; como tal, se limita a identificar el problema ambiental definido por la normativa electoral y a describir el discurso con el que se relaciona. ¿Qué condiciones socio-históricas permitieron explicitar la cuestión

ambiental en la norma electoral mexicana?, ¿qué fuerzas sociales impulsaron su incorporación durante los procesos de reformas electorales?, ¿cuáles son los argumentos con los que se construyó la propaganda electoral como problema ambiental?, ¿cuáles son las consecuencias económicas y políticas que las nuevas disposiciones acarrearán para las instituciones y los actores político-electorales?, ¿constituyen estas disposiciones una manifestación de una cultura ambiental en el campo electoral? Estas son solo algunas de las interrogantes que este campo problemático genera y que aún están pendientes de responderse.

Por ahora puede decirse que un medioambiente sano constituye un derecho humano fundamental, un prerrequisito necesario para el disfrute y goce de otros derechos, toda vez que resulta una cualidad indispensable no solo para la producción y reproducción social, sino para la supervivencia humana. En tal sentido, se trata de un derecho que privilegia el interés colectivo sobre las necesidades o intereses individuales, por lo que pertenece a los derechos llamados de tercera generación (Caferatta 2004), que son aquellos que emergieron como consecuencia de los efectos negativos del desarrollo —y los abusos— de la sociedad industrial moderna. Este derecho se encuentra en el artículo 4, párrafo cuarto, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2015), que establece:

Toda persona tiene derecho a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar. El Estado garantizará el respeto a este derecho. El daño y deterioro ambiental generará responsabilidad para quien lo provoque en términos de lo dispuesto por la ley.

El reconocimiento de los impactos ambientales de las campañas electorales y, más precisamente, de la propaganda electoral constituye sin duda un esfuerzo por impulsar acciones para hacer cumplir este derecho. Las vías para lograrlo pueden ser muy diversas, como diversos son los discursos que se han producido para enfrentar los problemas ambientales. En este trabajo se insistió en que los artículos 236 del Cofipe y 209 de

la LGIPE inscribieron en el campo electoral mexicano un discurso ambiental que corresponde a la perspectiva de la modernización ecológica.

Una de las razones por la que esta perspectiva ha tenido éxito es porque se ha erigido como una estrategia de “comodidad política” que permite contener las críticas más radicales de las actividades que degradan el ambiente (Hajer 1995). Así, para el caso de los partidos políticos y los candidatos, según la norma electoral vigente, en términos formales no puede decirse que no se preocupan por cuidar el medioambiente, pues se supone que utilizan materiales biodegradables y reciclables que disminuyen los efectos negativos de la basura electoral. No obstante, desde un punto de vista ecológico-crítico, una acción más sustancial en pro de respetar el citado derecho humano consistiría en la reducción total de la propaganda electoral impresa y otros materiales comunicativos distribuidos por los partidos políticos y los candidatos, pues sin materiales con esas características no habría residuos que generar.

Como opción central para enfrentar los impactos negativos de la propaganda electoral, el reciclaje representa una forma limitada de atender el impacto ambiental generado por los procesos electorales, pues no plantea necesariamente acciones radicales para reducir la contaminación por residuos que, según se apuntó, es el principal problema que los citados artículos y los acuerdos del IFE y del INE han buscado atender. Inclusive, que determinados materiales sean biodegradables resulta insuficiente si lo que se pretende es evitar la contaminación por residuos plásticos, pues “las cadenas biodegradables pueden cortarse biológicamente, pero el soporte plástico [que incluyen] no” (Plastivida 1994, 5), lo que implica que una parte de esos materiales podría no degradarse naturalmente y tardar cientos de años en descomponerse, generando numerosos impactos negativos en los sistemas sociales y los ecosistemas.

El triángulo virtuoso de la acción ambiental se fundamenta en tres decisiones esenciales: reducir, reutilizar y reciclar. Este triángulo es jerárquico, y en ese orden reducir y reutilizar constituyen una acción de mayor impacto que reciclar, pues este último podría minimizarse o incluso ya no

ser necesario (Lara 2008, 46). Reducir por completo el uso de pancartas, pendones, volantes y otros materiales de promoción electoral que generen contaminación por residuos constituiría una acción mucho más efectiva para enfrentar este problema. Desde una perspectiva crítica, el reciclaje de los materiales de la propaganda electoral constituye un discurso políticamente correcto, toda vez que no implica dejar de producir residuos, más bien coadyuva al alargamiento de la vida útil de ciertos materiales en la cadena productiva, que en algún momento terminarán por ser catalogados como basura, y con ello contribuirán a la generación de riesgos ambientales y para la salud humana.

Anexo

Puntos centrales y conclusiones de los acuerdos CG31/2009 y CG249/2011 del Instituto Federal Electoral e INE/CG48/2015 del Instituto Nacional Electoral

CG31/2009	CG249/2011	INE/CG48/2015
<p>Primero. Los partidos políticos, las coaliciones, los precandidatos y candidatos deberán utilizar en su propaganda electoral impresa plástico correspondiente al grupo de los "Termoplásticos", debiendo contar con los certificados de calidad de la resina utilizada en la producción de los mismos, siendo responsabilidad de éstos solicitarla a sus respectivos proveedores.</p> <p>Segundo. Los partidos políticos, las coaliciones, los precandidatos y candidatos, deberán informar al Secretario Ejecutivo dentro de los 10 días siguientes al inicio de las precampañas y campañas electorales, respecto de los proveedores contratados, en su caso, para la producción de la propaganda electoral impresa en plástico, identificando el nombre de los mismos y los distritos a los que se destinó dicha producción. En caso de haber una modificación sobre los contenidos de dicho informe, se deberá notificar inmediatamente al Secretario Ejecutivo.</p>	<p>Primero. Los partidos políticos, las coaliciones, los precandidatos y candidatos deberán utilizar en su propaganda electoral impresa, plástico correspondiente al grupo de los "Termoplásticos", debiendo contar con los certificados de calidad de la resina utilizada en la producción de los mismos, siendo responsabilidad de éstos solicitarla a sus respectivos proveedores.</p> <p>Segundo. Los partidos políticos, las coaliciones, los precandidatos y candidatos, deberán informar al Secretario Ejecutivo dentro de los 10 días siguientes al inicio de las precampañas y campañas electorales, respecto de los proveedores contratados, en su caso, para la producción de la propaganda electoral impresa en plástico, identificando el nombre de los mismos y los distritos a los que se destinó dicha producción. En caso de haber una modificación sobre los contenidos de dicho informe, se deberá notificar inmediatamente al Secretario Ejecutivo.</p>	<p>Primero. Toda la propaganda electoral impresa que se utilice durante las precampañas y campañas electorales en el Proceso Electoral Federal 2014-2015, deberá elaborarse con material reciclable y biodegradable que no contenga sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medio ambiente, como el papel y cartón, plásticos biodegradables y tintas base agua o biodegradables.</p> <p>Segundo. Los partidos políticos y coaliciones deberán presentar un informe al Secretario Ejecutivo a más tardar el 14 de febrero del año en curso respecto de las precampañas; en tanto que los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes lo presentarán ante dicho órgano a más tardar el 25 de abril en el caso de las campañas electorales, que contenga:</p> <p>a. Los nombres de los proveedores contratados, en su caso, para la producción de la propaganda electoral impresa en papel, cartón o plástico,</p>

Continuación.

CG31/2009	CG249/2011	INE/CG48/2015
<p>Tercero. Los partidos políticos, las coaliciones, los precandidatos y candidatos, deberán proporcionar a la Secretaría Ejecutiva de este Instituto los certificados de calidad de la resina utilizada en la producción de su propaganda electoral impresa en plástico, dentro de los 10 días siguientes a la fecha en la que reciban la propaganda electoral impresa por parte de su proveedor.</p> <p>Cuarto. El Secretario Ejecutivo deberá presentar un informe final ante la Comisión de Capacitación y Organización Electoral, tanto de precampañas como de campañas, sobre el contenido de los certificados y la información que reciba de los Partidos Políticos, las Coaliciones, los precandidatos y candidatos. La Comisión de Capacitación y Organización Electoral, una vez hechas las valoraciones correspondientes sobre dicho informe, lo someterá a consideración del Consejo General del Instituto.</p> <p>Quinto. Los partidos políticos, las coaliciones, los precandidatos y candidatos deberán colocar en su propaganda electoral impresa en plástico el símbolo internacional del material reciclable, así como los símbolos a los que hace alusión la Norma Mexicana NMX-E-232-CN-CP-2005, referente a la <i>Industria del Plástico- Reciclado- símbolos de identificación de plásticos</i>, con el objeto de que al terminar el Proceso Electoral Federal se facilite el reciclado de la propaganda electoral, mismos que se adjuntan como Anexo 1 y que forman parte integral del presente Acuerdo.</p>	<p>Tercero. Los partidos políticos, las coaliciones, los precandidatos y candidatos, deberán proporcionar a la Secretaría Ejecutiva de este Instituto los certificados de calidad de la resina utilizada en la producción de su propaganda electoral impresa en plástico, dentro de los 10 días siguientes a la fecha en la que reciban la propaganda electoral impresa por parte de su proveedor.</p> <p>Cuarto. El Secretario Ejecutivo deberá presentar un informe final ante la Comisión de Capacitación y Organización Electoral, tanto de precampañas como de campañas, sobre el contenido de los certificados y la información que reciba de los Partidos Políticos, las Coaliciones, los precandidatos y candidatos. La Comisión de Capacitación y Organización Electoral, una vez hechas las valoraciones correspondientes sobre dicho informe, lo someterá a consideración del Consejo General del Instituto.</p> <p>Quinto. Los partidos políticos, las coaliciones, los precandidatos y candidatos deberán colocar en su propaganda electoral impresa en plástico el símbolo internacional del material reciclable, así como los símbolos a los que hace alusión la Norma Mexicana NMX-E-232-CN-CP-2005, referente a la <i>Industria del Plástico- Reciclado-Símbolos de Identificación de Plásticos</i>, con el objeto de que al terminar el Proceso Electoral Federal se facilite la identificación y clasificación para el reciclado de la propaganda electoral, mismos que se adjuntan como Anexo 1 que forman parte integral del presente Acuerdo.</p>	<p>identificando el nombre de los mismos y los Distritos a los que se destinó dicha producción. En caso de haber una modificación sobre estos contenidos, se deberá notificar inmediatamente al Secretario Ejecutivo.</p> <p>b. Un plan de reciclaje de la propaganda que utilizarán durante su precampaña y campaña. En caso de haber una modificación a este plan, se deberá notificar inmediatamente al Secretario Ejecutivo.</p> <p>c. Los certificados de calidad de la resina utilizada en la producción de su propaganda electoral impresa en plástico.</p> <p>Tercero. Se instruye a la Unidad Técnica de Fiscalización para que entregue a la Secretaría Ejecutiva los listados de las empresas contratados por los partidos políticos para precampañas y campañas, proveedoras de materiales publicitarios a los partidos políticos con el propósito de que ésta los reenvíe a las Juntas Locales y Distritales Ejecutivas a nivel nacional, local o distrital en su caso.</p> <p>Cuarto. Para el cumplimiento del presente Acuerdo, los Consejos Distritales deberán de dar puntual seguimiento a las actividades que realicen con respecto a este tema los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes registrados, e informarán lo conducente a los Consejos Locales; que a su vez lo harán del conocimiento del Secretario Ejecutivo para que por su conducto informe a la Comisión de Capacitación y Organización Electoral oportunamente y de manera íntegra de todas las actuaciones que realicen los Consejos Locales y Consejos Distritales sobre el particular.</p> <p>Quinto. El Secretario Ejecutivo deberá presentar un informe final ante la Comisión de Capacitación y Organización Electoral, tanto de precampañas como de campañas, sobre la información que reciba de los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes.</p>

Continuación.

CG31/2009	CG249/2011	INE/CG48/2015
		<p>De manera adicional, deberá integrar la información que reciba de los Consejos Locales y Distritales del Instituto, respecto del seguimiento que dieron sobre el debido cumplimiento en la materia. La Comisión de Capacitación y Organización Electoral, una vez hechas las valoraciones correspondientes sobre dicho informe, lo someterá a consideración del Consejo General del Instituto.</p> <p>Sexto. Los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes registrados deberán colocar en su propaganda electoral impresa en plástico el símbolo internacional del material reciclable, así como los símbolos a los que hace alusión la Norma Mexicana NMX-E-232-CNCP-2011, referente a la Industria del Plástico-Reciclado-Símbolos de Identificación de Plásticos, con el objeto de que al terminar el Proceso Electoral Federal se facilite la identificación y clasificación para el reciclado de la propaganda electoral, mismos que se adjuntan como Anexo 1 y que forman parte integral del presente Acuerdo.</p> <p>Séptimo. Se instruye al Secretario Ejecutivo para que realice las acciones que sean necesarias para dar a conocer el contenido del presente Acuerdo a los Presidentes de los Consejos Locales y Distritales.</p> <p>Octavo. Se instruye al Secretario Ejecutivo para que, con el auxilio de la Dirección Ejecutiva de Organización Electoral, exhorte a los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes registrados, para dar el debido cumplimiento a las disposiciones señaladas en la Ley, en específico las contenidas en los artículos 209, numeral 2, 210, numerales 1 y 2 y 212, numeral 1; así como aquellas dispuestas en el presente Acuerdo.</p>

Continuación.

CG31/2009	CG249/2011	INE/CG48/2015
<p>Conclusión El uso de materiales reutilizables y/o reciclables en la elaboración de la propaganda electoral de los partidos políticos es viable desde el punto de vista técnico, legal, funcional y económico. Es importante enfatizar que aunque la propaganda electoral se imprima en materiales reciclables, en caso de que no se imprima una leyenda que indique esta característica o que las personas que retiren la propaganda no tengan el debido conocimiento para separarlo o clasificarlo, el material reciclable podría ser revuelto con material no reciclable y terminar como basura electoral.</p>	<p>Conclusión El uso de materiales reutilizables y/o reciclables en la elaboración de la propaganda electoral de los partidos políticos es viable desde el punto de vista técnico, legal, funcional y económico. Es importante enfatizar que aunque la propaganda electoral se imprima en materiales reciclables, en caso de que no se imprima una leyenda que indique esta característica o que las personas que retiren la propaganda no tengan el debido conocimiento para separarlo o clasificarlo, el material reciclable podría ser revuelto con material no reciclable y terminar como basura electoral.</p>	<p>Conclusión El uso de materiales biodegradables y reciclables en la elaboración de la propaganda electoral de los partidos políticos es viable desde el punto de vista técnico, legal, funcional y económico. Es importante enfatizar que aunque la propaganda electoral se imprima en este tipo de materiales, en caso de que no se imprima una leyenda que indique esta característica o que las personas que retiren la propaganda no tengan el debido conocimiento para separarlo o clasificarlo, el material podría ser revuelto con material no reciclable y terminar como basura electoral.</p>

Fuente: Elaboración propia con datos de IFE (2009 y 2011) e INE (2015).

Fuentes consultadas

- Alfie C., Miriam. 2002. "Discursos ambientales: viaje a la diversidad". *Sociológica* 48: 81-119.
- Caferatta, Néstor. 2004. *Introducción al derecho ambiental*. México: INECC-Semarnat.
- Cherni, Judith A. 2003. "Perspectiva conceptual y práctica de la modernización ecológica y la globalización". *Revista Theomai* 7.
- CNN México. 2015. "El GDF retira 42.5 toneladas de basura electoral de vialidades primarias". *Expansión*, 9 de junio, sección ADNPolítico. [Disponible en <http://mexico.cnn.com/adnpolitico/2015/06/09/el-gdf-retira-425-toneladas-de-basura-electoral-de-vialidades-primarias> (consultada el 9 de julio de 2015)].
- Cofipe. Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. 2008. México: IFE.
- CPEUM. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. 2015. México: Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.

- Cristán Frías, Arturo, Irina Ize y Arturo Gavilán. 2003. "La situación de los envases de plástico en México". *Gaceta Ecológica* 69 (octubre-diciembre): 67-82.
- Dryzek, John. 2005. *The Politics of the Earth: Environmental Discourses*. Oxford: Oxford University Press.
- El Economista*. 2009. "Basura electoral, otro derroche económico". *El Economista*, 8 de julio, sección Distrito Federal.
- Galván, Monserrat. 2015. "Basura electoral ahoga al DF". *Capital México*, 14 de abril, sección Reportajes. [Disponible en <http://capitalmexico.com.mx/index.php/reportajes-detalle/78284-basura-electoral-ahoga-al-df> (consultada el 9 de julio de 2015)].
- Giménez, Gilberto. 1981. *Poder, Estado y discurso. Perspectivas sociológicas y semiológicas del discurso político-jurídico*. México: IJ-UNAM.
- Gómez, Thelma. 2009. "Desgasta basura electoral a municipios". *El Universal*, 11 de julio, sección Nación. [Disponible en <http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion/169633.html> (consultada el 9 de julio de 2015)].
- Góngora Pérez, Juan Pablo. 2014. "La industria del plástico en México y el mundo". *Comercio Exterior*, número 5, volumen 64 (septiembre-octubre): 6-9.
- Hajer, Marteen. 1995. *The Politics of Environmental Discourses: Ecological Modernization and the Policy Process*. Oxford: Oxford University Press.
- Hannigan, John. 2009. *Sociología ambiental*. Brasilia: Editora Vozes.
- Harvey, David. 1996. *Justice, Nature and the Geography of Difference*. Cambridge: Blackwell.
- IFE. Instituto Federal Electoral. 2009. Acuerdo CG31/2009. Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral para normar el uso de plásticos reciclables en la propaganda electoral que utilicen los partidos políticos durante las precampañas y campañas electorales. México: IFE. [Disponible en <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2009/CDCampanas/pdf/ML6.pdf> (consultada el 18 de agosto de 2015)].

- . 2011. Acuerdo CG249/2011. Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral para normar el uso de plásticos reciclables en la propaganda electoral que utilicen los partidos políticos durante las precampañas y campañas electorales para el proceso electoral federal 2011-2012. México: IFE.
- INE. Instituto Nacional Electoral. 2015. Acuerdo INE/CG48/2015. Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral para normar el uso de materiales en la propaganda electoral impresa durante las precampañas y campañas electorales para el proceso electoral federal 2014-2015. México: INE.
- Lara González, José David. 2008. “Reducir, reutilizar, reciclar”. *Elementos* 69: 45-8.
- Leff, Enrique. 2004. *Racionalidad ambiental. La reapropiación social de la naturaleza*. México: Siglo XXI.
- Lezama, José Luis. 2008. *La construcción social y política del medio ambiente*. México: El Colegio de México.
- . 2010. Sociedad, medio ambiente y política ambiental, 1970-2000. En Lezama y Graizboard 2010, 23-59.
- y Boris Graizboard, coords. 2010. *Medio ambiente*. Vol. 4 de *Los grandes problemas de México*. México: El Colegio de México.
- LGIFE. Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales. 2015. México: TEPJF.
- Llanos, Raúl y Gabriela Romero. 2006. “Calcula el PVEM en 100 mil toneladas la propaganda colocada en mobiliario urbano”. *La Jornada*, 6 de junio, sección Capital. [Disponible en <http://www.jornada.unam.mx/2006/06/30/index.php?section=capital&article=039n1cap> (consultada el 9 de julio de 2015)].
- Madrigal González. 2010. Las movilizaciones ambientales: Orígenes y transformaciones históricas. En Lezama y Graizboard 2010, 399-426.
- Medina, Martín. 1999. “Reciclaje de desechos sólidos en América Latina”. *Frontera Norte* 21 (enero-junio): 8-31.

- Merlinsky, Gabriela. 2013. *Política, derechos y justicia ambiental. El conflicto del Riachuelo*. México: FCE.
- PAOT. Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial. 2012. *Monitoreo del cumplimiento de la normatividad ambiental y urbana de la propaganda electoral en el Distrito Federal*. México: PAOT-DF.
- Pierri, Naina. 2005. Historia del concepto de desarrollo sustentable. En *¿Sustentabilidad? Desacuerdos sobre el desarrollo sustentable*, coords. Guillermo Foladori y Naina Pierri, 27-79. México: Porrúa/Cámara de Diputados.
- Pineda Pablos, Nicolás y Edmundo Loera Burnes. 2007. “Bien recolectada pero mal tratada. El manejo municipal de la basura en Ciudad Obregón, Hermosillo y Nogales, Sonora”. *Estudios Sociales* 30 (julio-diciembre): 167-93.
- Plastivida. 1994. *Plásticos: su origen y su relación con el medio ambiente*. Argentina: Plastivida.
- RAE. Real Academia Española. 2005. Consulta del vocablo *medioambiente*. Disponible en <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?id=yytQmvG7mD6lxISgEy> (consultada el 31 de julio de 2015).
- Rosales Ortega, María del Rocío. 2006. Modernidad, naturaleza y riesgo. En *La revolución contemporánea del saber y la complejidad social. Hacia unas ciencias sociales de nuevo tipo*, coords. Pedro Luis Sotolongo Codina y Carlos Jesús Delgado Díaz, 213-21. Buenos Aires: Clacso.
- SIL. Sistema de Información Legislativa. s. f. Disponible en <http://sil.gobernacion.gob.mx/portal> (consultada el 17 de junio de 2015).