

MÁS DE 165 MIL SPOTS SE TRANSMITIERON EN CONTIENDA ELECTORAL, SEÑALA IECM

Dedicaron el 92.07% de sus espacios en medios a promover sus candidaturas al GOBCDMX

REDACCIÓN CONTRARÉPLICA

Durante las campañas del Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) 2023-2024, los partidos políticos transmitieron 165 mil 096 spots en radio y televisión entre el 1 de marzo y el 29 de mayo.

Lo anterior se desprende del Informe final de cumplimiento de los partidos políticos sobre la distribución de los promocionales de radio y televisión en razón de género para la etapa de campaña del PELO 2023-2024 de la Ciudad de México, elaborado por el IECM.

El Informe del organismo señala que los partidos políticos dedicaron el 92.07% de sus spots en radio y televisión a promover sus candidaturas a la Jefatura de Gobierno o mensajes genéricos, en tanto que el restante 7.93% a las candidaturas a Diputaciones y Alcaldías.

Los lineamientos para que los partidos políticos nacionales y, en su caso, los partidos políticos locales, prevengan, atiendan, sancionen, reparen y erradiquen la violencia política contra las mujeres en razón de género, elaborados por el Instituto Nacional Electoral (INE) en 2020, establecieron que los partidos políticos deberían destinar cuando menos el 50% del tiempo en radio y televisión para candidatas.

Vigilar el cumplimiento de esta obligación correspondió, en el caso de la Ciudad de México, al IECM. Los lineamientos establecieron que la obligación de la paridad en los spots, únicamente aplicaría para cargos al poder legislativo local y para alcaldías. ●



El Instituto se encargó de verificar el uso de las prerrogativas. Cuartoscuro

