

Más de 165 mil spots difundidos en campaña

Las campañas de los partidos políticos en la Ciudad de México durante el Proceso Electoral Ordinario 2023-2024 dejaron como resultado la transmisión de 165 mil 096 spots en radio y televisión del 1 de marzo al 29 de mayo de 2024.

Esto 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 en la capital del país, elaborado por el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM).

El Informe del IECM señala que los partidos políticos dedicaron el 92.07 por ciento de sus mensajes en radio y televisión para promover sus candidaturas a la Jefatura de Gobierno o mensajes genéricos, en tanto que el 7.93 por ciento restante 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 dichos organismos deberían destinar cuando menos el 50 por ciento 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, en dichas reglas establecieron que la obligación de la paridad en los spots únicamente aplicaría para cargos al poder legislativo local y para alcaldías.

Del análisis realizado por el IECM sobre el cumplimiento de este principio en los 13 mil 084 spots asignados, 10 mil 364 fueron para candidatas a diputadas, distribuidos de la siguiente forma: PVEM, 5 230; PT, 3 209; PRD, 1 924.5; PAN, PRI, Movimiento Ciudadano y Morena no tuvieron spots para diputaciones.

Para promocionar las candidaturas a alcaldías, hubo 2 mil 720 spots de las fuerzas políticas para promover a abanderadas a alcaldesas: mil 924 del PRD y 796 del PT.

Los partidos PAN, PRI, PVEM, Movimiento Ciudadano y Morena no tuvieron spots para este cargo. /24HORAS



SUPERVISIÓN.

El Instituto Electoral local monitorea que se cumpliera con el principio de equidad en razón de género con los promocionales.

