

Acceso de género paritario en la pauta de la CdMx



SONIA PÉREZ

En octubre de 2020 el INE expidió 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”, en los cuales se estableció, como una medida para evitar este tipo de violencia contra las mujeres, que se les garantizara contender como candidatas postuladas por un partido político o coalición en igualdad de oportunidades en el acceso a prerrogativas, incluyendo el financiamiento público para la obtención del voto y el acceso a los tiempos en radio y TV.

En cuanto a este último punto, se determinó que en los promocionales pautados, el tiempo de radio y TV para la obtención del voto de las candidatas no podría ser menor del 40% del tiempo destinado al total de las candidaturas.

Esta disposición implicó un avance en la protección de los derechos de las mujeres, pero seguía sin ser igualitario, y, por tanto, en octubre de 2023 se modificó para establecer el 50% de acceso a los tiempos en radio y TV, de tal suerte que tuvieran la misma proporción hombres y mujeres.

Para verificar el debido cumplimiento de estas disposiciones, el INE determinó que se llevaría a cabo un monitoreo de los promocionales pautados de candidaturas, para confirmar si los partidos políticos efectivamente destinaban el 50% a las mujeres, y aprobó una metodología para ello y para la elaboración de un informe.

En términos de esta metodología, los OPL harían un cálculo considerando el total de impactos de la pauta estatal que los partidos políticos hubieran asignado a las candidaturas al Congreso local, Alcaldías y Concejalías, en razón de que no es posible evaluar la distribución por género en cargos unipersonales como es la Jefatura de Gobierno.

Para la captura de la información respectiva, el INE estableció en su portal de internet un “Sistema de Género” que se alimenta con base en la información relativa a los folios pautados por los partidos políticos y alianzas durante la etapa de campaña, el cual puede ser consultado en: <https://pauta-paritaria.ine.mx/>

Del informe que rinde el IECM al INE sobre este tema destaca lo siguiente:

Entre el 1 de marzo al 29 de mayo de 2024 se revisaron 140 materiales pautados en radio y TV en el ámbito local, de éstos los siete partidos políticos tuvieron en conjunto 165,096 impactos; de este total 152,012 (92.07%) correspondieron a promocionales genéricos o exclusivos para la promoción de las candidaturas a la Jefatura de Gobierno.

De los 10,364 impactos destinados a diputaciones, el 100% de estos se utilizó para promocionar a candidatas. PAN, PRI, MC y Morena no produjeron materiales asignados a este cargo, en tanto que PRD, PT y PVEM destinaron una proporción superior a 50% de sus prerrogativas en radio y TV a la promoción de candidatas.

Consejera del Instituto Electoral de la Ciudad de México
[@soniaperezmx](https://twitter.com/soniaperezmx)

