

# Radio difundió más spots en estas campañas:IECM

Durante las pasadas campañas, la Radio fue la que transmitió más spots de los candidatos y partidos políticos con 7 mil 827 horas, mientras que en televisión fueron 2 mil 837 horas, informó el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM).

El monitoreo realizado por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) contabilizó en total 10 mil 664 horas de spots durante el Proceso Electoral Local 2023-2024.

De los cuales, las menciones de las candidaturas para la Jefatura de Gobierno sumaron 8 mil 524 en medios de comunicación electrónicos, de las cuales 6 mil 267 correspondieron a Radio y 2 mil 257 a Televisión.

Para alcaldías, el total de menciones fue de mil 640, de las cuales mil 195 fueron para la Radio y 445 a la Televisión.

En el caso del Congreso de la Ciudad de México para las candidaturas de las diputaciones el total fue de 500, de las cuales 365 fueron en Radio y 135 en Televisión.

Los medios electrónicos dedicaron la mayor parte de su cobertura a la campaña para la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México: 5 veces más que el tiempo empleado en seguir las campañas por las alcaldías y 21 veces más que las y los legisladores locales.

De acuerdo con los documentos, la Radio y Televisión destinaron un total de 187 horas, 50 minutos y 24 segundos para realizar la cobertura de las candidaturas a la Jefatura de Gobierno, alcaldías y diputaciones.

Para el proceso electoral la UNAM, a través de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, elaboró informes semanales desde el inicio de las campañas en la capital del país, los cuales fueron conocidos por el máximo órgano de dirección del IECM, quien supervisó los tiempos de propaganda.

Con este monitoreo se realizó una supervisión de que se cumpliera con la equidad en perspectiva de género y los mensajes fueran equilibrados respecto al número de impactos para mujeres como de hombres. /24HORAS



**TIEMPO.** El organismo electoral informó que en total se transmitieron 10 mil 664 horas de mensajes electorales en medios electrónicos.

