

¿Mitad de spots para mujeres?

**SONIA PÉREZ**oem#suscripciones@efir

Uno de los principales actos que vamos a notar en el inicio de las campañas electorales, es la difusión de los spots de radio y TV. ¿Qué implica esto?

El tiempo asignado para la etapa de campañas se traduce en promocionales (que normalmente duran 30 segundos) por tanto, tomando en cuenta que a la CDMX le corresponden 15 minutos diarios y considerando que, dentro del actual proceso electoral local, más de 90 estaciones de radio y canales de TV participarán en su cobertura, se estarán transmitiendo aproximadamente 2500 spots diarios distribuidos entre todos los partidos políticos.

Es muy importante destacar que los partidos políticos deben destinar por lo menos la mitad de tiempo a las candidatas mujeres.

En días pasados señalé la relevancia de que en este proceso electoral tenemos, en la CDMX, casi el 59% de candidatas mujeres, contando suplentes, ahora bien, de acuerdo con las reglas de fiscalización los partidos deben destinar, por lo menos, la mitad de sus gastos de campaña

a las mujeres, por eso es importante que se destine también el 50% de tiempo de radio y TV. Cabe señalar que recientemente este porcentaje fue modificado por el INE, pues anteriormente era del 40%, y para esta elección aumentó el porcentaje.

¿Cómo se va a verificar el cumplimiento a esta regla?

Con base en las disposiciones del INE, el IECM deberá realizar un monitoreo del uso de la pauta; así, siguiendo una metodología específica se elaborará un informe sobre la distribución de los promocionales de radio y TV, con perspectiva de género para asegurar que se cumpla con el porcentaje señalado.

Consejera del Instituto Electoral de la Ciudad de México

El IECM realizará un monitoreo y realizará un informe sobre la distribución de los promocionales de radio y TV, con perspectiva de género.

