

¿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.



¿La mitad de spots serán efectivamente para las mujeres?

(2024-05-02), El Sol de México (sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 05:42:50, Precio \$28,500.00

Por. Sonia Pérez Pérez

Ya comenzaron las campañas para todos los cargos públicos, por tanto, en los próximos días veremos una gran cantidad de propaganda colocada en diversos lugares, se celebrarán un importante número de actos públicos y habrá una mayor exposición de las personas candidatas; en general, una amplia actividad relacionada con el llamado al voto y la presentación de sus plataformas electorales, así como las noticias que difundan los medios de comunicación.

Uno de los principales actos que vamos a notar en el inicio de las campañas, 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.

De estos promocionales, el 30% se reparte igual entre los partidos y el 70% conforme a los votos obtenidos en la elección de diputaciones del 2021, destacando que las dos candidaturas sin partido (Diputación y titular de Alcaldía) que obtuvieron su registro también tendrán acceso a esta prerrogativa, sólo respecto a la distribución del primero de los porcentajes.

Es muy importante destacar que los partidos políticos deben destinar por lo menos la mitad de tiempo a las candidatas mujeres. Esta regla obedece a que la distribución debe ser equitativa para que no se afecte la posibilidad real de éxito de las candidatas ya que, en caso contrario, podría constituir violencia política contra las mujeres en razón de género.

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.

En este contexto, para que las mujeres accedan a los cargos públicos no es suficiente con que haya la mitad de las postulaciones, sino que es necesario que tengan recursos suficientes para sus campañas, el mismo acceso a radio y TV y, en general, las mismas posibilidades de ganar para que puedan competir en una auténtica igualdad de condiciones.