

ANEXO 2

**INFORME FINAL DE CUMPLIMIENTO DE LOS PARTIDOS
POLÍTICOS [Y, EN SU CASO, COALICIONES TOTALES]
SOBRE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS PROMOCIONALES DE
RADIO Y TELEVISIÓN EN RAZÓN DE GÉNERO PARA LA
ETAPA DE CAMPAÑA DEL PROCESO ELECTORAL
LOCAL [2023-]2024 DEL ESTADO DE [ENTIDAD],
CONFORME A LO ESTABLECIDO EN EL
ACUERDO INE/CG591/2023**

[Junio/Julio] de 2024

[LOGO OPL]

[Nombre del área que presenta el informe]

Índice






I. Objetivo	2
II. Normativa	2
III. Principios.....	3
IV. Metodología para la clasificación de materiales por cargo y género.....	7
V. Asignación de los espacios de pauta por actor político para [insertar cargo].....	10
VI. Pauta de materiales de candidaturas identificables	21

INSTRUCCIÓN: Actualizar número de páginas en índice, actualizar tabla completa (punto V.)

I. Objetivo

El presente **Informe final de cumplimiento en la distribución de la pauta en razón de género** tiene como objetivo dar cuenta del cumplimiento de los partidos políticos nacionales (PPN) y, en su caso, partidos políticos locales (PPL) y coaliciones a 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* (Lineamientos), en particular con lo establecido en el artículo 14, fracción XV respecto a que el tiempo de radio y televisión para la obtención del voto de las candidatas no podrá ser menor a 50% del tiempo destinado por cada PPN, PPL o coalición al total de candidaturas.

II. Normativa

		Vínculo
Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	Publicada el 5 de febrero de 1917, con última reforma del 6 de junio de 2023	Ley (DOF) 
Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales	Publicada el 23 de mayo de 2014, con última reforma del 13 de abril de 2020	Ley (DOF) 
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	Aprobados el 20 de octubre de 2020 mediante Acuerdo INE/CG517/2020 y modificados el 26 de octubre de 2023 mediante Acuerdo INE/CG591/2023	Lineamientos  Acuerdo 
Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral	Aprobado el 20 de julio de 2023 mediante Acuerdo INE/CG445/2023	Acuerdo 

III. Principios

A continuación, se presentan las consideraciones generales para la elaboración del *Informe final de distribución de promocionales de radio y televisión en razón de género para la etapa de campaña del Proceso Electoral Local [2023-]2024 del estado de [Estado] (Informe final)*, según la normativa vigente y considerando el escenario de concurrencia de la elección local [2023-]2024 entre los cargos de [gubernatura, ayuntamientos/alcaldías y diputaciones locales].

1. Los partidos políticos pueden asignar libremente sus promocionales entre poderes durante elecciones locales concurrentes

De conformidad con en el artículo 174 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE), que señala:

«**Artículo 174.** Cada partido decidirá la asignación, entre las campañas que comprenda cada proceso electoral local, de los mensajes de propaganda en radio y televisión a que tenga derecho».

Los partidos políticos podrán asignar libremente sus promocionales entre los diferentes cargos durante elecciones locales concurrentes.¹

2. El cumplimiento de la obligación de los partidos políticos de asignar cuando menos 50% del tiempo para candidatas se determina por cargo

Con base en el artículo 14, fracción XV, de los Lineamientos, que señala:

«**Artículo 14, fracción XV:**

[...] en los promocionales pautados de candidaturas al **Poder Legislativo, ya sea federal o local**, el tiempo de radio y televisión para la obtención del voto de las candidatas no podrá ser menor a 50% del tiempo destinado por cada partido

¹ A diferencia de los procesos electorales federales donde el criterio es distinto. De acuerdo con lo establecido por el artículo 171 de la LGIPE, cada partido político deberá asignar un mínimo de treinta por ciento de sus mensajes a la campaña de uno de los poderes durante elecciones federales concurrentes entre los poderes Ejecutivo y Legislativo (diputaciones o senadores). Es importante señalar que, a la fecha, ninguna legislación local determina un porcentaje mínimo de tiempos (asignación de promocionales o impactos) para un cargo durante elecciones locales concurrentes.

político o coalición al total de candidaturas para dicho cargo. El mismo criterio se deberá observar en los promocionales correspondientes a candidaturas a **ayuntamientos o alcaldías**».

El tiempo de exposición destinado a candidatas se debe **evaluar por cargo**, no por ámbito (local o federal), ni por criterios geográficos, demográficos, de competitividad electoral, de cobertura de emisoras o de cualquier otra índole.

3. La obligación de los partidos políticos de asignar cuando menos 50% del tiempo en radio y televisión para candidatas únicamente es para cargos al poder legislativo local y para ayuntamientos o alcaldías

De conformidad con el artículo 14, fracción XV de los Lineamientos, el cumplimiento de la distribución de promocionales en razón de género se calculará con base en el total de impactos de la pauta estatal que los partidos políticos hayan asignado a las candidaturas al Congreso local y para ayuntamientos o alcaldías. Lo anterior, debido a que no es posible evaluar la distribución por género en cargos unipersonales (por ejemplo, gubernaturas).

En consecuencia, **en caso de que un partido político decida utilizar la totalidad de su prerrogativa en radio y televisión al cargo de gubernatura, para dicho partido político no será posible verificar el cumplimiento de esta obligación**. Esto, debido a que el total de tiempo disponible de ese instituto político se destinó exclusivamente a la candidatura para un cargo unipersonal y no existen promocionales a evaluar.

4. El tiempo en radio y televisión que los partidos políticos asignen a las candidatas se cuantificará con base en el número de impactos de cada promocional pautado y no con el número de materiales producidos

Lo anterior, de conformidad con lo establecido en el artículo 14, fracción XV de los Lineamientos, que señalan:

«**Artículo 14, fracción XV:**

[...] Garantizar a las mujeres que contiendan postuladas por un partido político o coalición en las campañas políticas, igualdad de oportunidades en el acceso a prerrogativas, incluyendo [...] el acceso a los tiempos en radio y televisión.

De este modo, en los promocionales pautados de candidaturas [...] **el tiempo de radio y televisión para la obtención del voto de las candidatas no podrá ser menor al 50%** [...]».

Por esta razón, **la evaluación** se realizará con base en **el número de impactos asociados a cada promocional** (tiempo) y no por la cantidad de materiales producidos por los partidos políticos. El universo de materiales producidos no demuestra el tiempo de exposición que tuvieron las candidaturas. Por tanto, ese criterio no atiende las obligaciones señaladas en los Lineamientos.

5. Los OPL son las autoridades responsables de verificar el cumplimiento de los partidos políticos con sus obligaciones en materia de género durante los Procesos Electorales Locales (PEL)

De conformidad con el artículo 41, fracción V, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual señala que las elecciones locales están a cargo de los OPL:

«**Artículo 41, fracción V, Apartado C.**

En las entidades federativas, las elecciones locales [...] estarán a cargo de organismos públicos locales en los términos de esta Constitución [...]»

Y conforme al artículo Transitorio Cuarto de los Lineamientos, que señala:

«**Transitorios. Cuarto.**

Los presentes Lineamientos serán aplicables para los Partidos Políticos Nacionales y, en su caso, para los partidos políticos locales. **Si los Organismos Públicos Locales Electorales emiten Lineamientos** en esta materia los mismos **serán aplicables** siempre y cuando no se contrapongan con los presentes».

El Consejo General del INE estableció la posibilidad que los OPL emitieran sus propios lineamientos por ser éstos los responsables de verificar el cumplimiento de la obligación

de los partidos políticos de garantizar que las candidatas tengan un acceso igualitario en radio y televisión durante las campañas locales. Al respecto, los OPL tendrán que presentar un Informe que dé cuenta de dicho cumplimiento.

Los OPL pueden aplicar los Lineamientos aprobados por el INE. Esta decisión no exime sus responsabilidades en el cumplimiento de sus obligaciones en la materia.

6. Los impactos asignados en radio y televisión a candidaturas del cuarto nivel de gobierno electas por el voto popular se contabilizarán para el cargo de ayuntamientos o alcaldías

Considerando que en algunos estados se eligen por el voto popular cargos que integran a los ayuntamientos o que han sido denominados un cuarto nivel de gobierno (por ejemplo: sindicaturas y regidurías) y que en algunos casos los partidos políticos han decidido pautar promocionales a dichas candidaturas, los impactos de estos materiales se contabilizarán dentro de la categoría del cargo de ayuntamientos o alcaldías.

7. Las coaliciones totales se analizarán como actores políticos adicionales

De acuerdo con lo previsto por el artículo 167, párrafo 2, inciso a) de la LGIPE, la asignación del tiempo en radio y televisión para coaliciones totales se distribuye de la siguiente manera:

«Artículo 167, párrafo 2 inciso a):

[...] A la **coalición total** le será otorgada la prerrogativa de acceso a tiempo en radio y televisión establecida en esta Ley, en **el treinta por ciento que corresponda distribuir en forma igualitaria, como si se tratara de un solo partido**. Del setenta por ciento proporcional a los votos, cada uno de los partidos coaligados participará en los términos y condiciones establecidos por el párrafo dos anterior [...].».

A diferencia de las coaliciones parciales o flexibles en las que cada partido político tiene acceso a su prerrogativa de forma individual, en el caso de las coaliciones totales, **el**

tiempo que se distribuye de forma igualitaria se le otorga a la coalición como si se tratara de un solo partido político.

En ese sentido, las coaliciones totales se considerarán como actores adicionales y, como tal, también deberán asignar al menos 50% del tiempo en radio y televisión a sus candidatas.

Es importante señalar que, de conformidad con el artículo 16, numeral 3 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral (RRTME), las candidaturas comunes² serán consideradas como coaliciones totales cuando en su registro se contemplen a la totalidad de las candidaturas de los cargos que se disputan en un proceso electoral local. Asimismo, de conformidad con el artículo 16, numeral 1, inciso c) del RRTME, para el conjunto de candidaturas comunes que no contemplen la totalidad de los cargos que se disputan en un proceso electoral local «cada partido político accederá a su respectiva prerrogativa en radio y televisión, ejerciendo sus derechos por separado [...]»

IV. Metodología para la clasificación de materiales por cargo y género

La clasificación se realiza con base en un **criterio objetivo**: los elementos que se adviertan en el promocional que permitan **identificar plenamente a la candidatura** presentada. Esto a través de la mención o indicación con algún elemento gráfico del nombre y cargo de la persona postulada.

El o los cargos de las candidaturas presentes en el material, se catalogan según la siguiente clasificación:

² Forma de participación y asociación de los partidos políticos con el fin de postular candidaturas en las elecciones por el principio de mayoría relativa, en aquellas entidades federativas que así lo establezcan sus constituciones. Lo anterior, de conformidad con lo previsto en el artículo 85, numeral 5 de la Ley General de Partidos Políticos.

[INSTRUCCIÓN: Esta tabla se deberá ajustar de conformidad con los cargos que se elegirán en cada entidad]

Tabla 1. Clasificación de materiales por cargo

Tipo	Cargo	Definición
Ejecutivo	Ayuntamientos*	Aparecen exclusivamente candidaturas a las presidencias municipales, alcaldías, sindicaturas o regidurías
Legislativo	Diputaciones	Aparecen exclusivamente candidaturas al Congreso Local
Ambas	Ayuntamientos / Diputaciones	Aparecen candidaturas a los Ayuntamientos y al Congreso Local
Ambas	Gubernatura / Diputaciones	Aparecen candidaturas a la Gubernatura y al Congreso Local
Ambas	Gubernatura / Ayuntamientos	Aparecen candidaturas a la Gubernatura y a los Ayuntamientos
Ambas	Gubernatura/ Ayuntamientos/ Diputaciones	Aparecen candidaturas a la Gubernatura, Ayuntamientos y Congreso Local
Ejecutivo	Gubernatura	Aparece exclusivamente candidaturas a la Gubernatura
No aplica	Sin identificar	No hay aparición o mención del cargo de candidatas o candidatos

*La categoría de "Ayuntamientos" agrupa los cargos de ayuntamientos, alcaldías y otros cargos electos por el voto popular o que se han denominado cuarto nivel de gobierno, incluyendo regidurías o sindicaturas, por ejemplo.

El o los géneros de la o las candidaturas a diputaciones locales y ayuntamientos o alcaldías presentes en el material, se catalogan según la siguiente clasificación:

Tabla 2. Clasificación de materiales por género

Clasificación*	Definición
Candidata	Se hace mención / aparición de una candidata Se menciona cargo y nombre de la candidata
Candidato	Se hace mención / aparición de un candidato Se menciona cargo y nombre del candidato
Varias candidatas	Se hace mención / aparición de dos o más candidatas Se invita a votar por las candidatas a diputadas o ayuntamientos/alcaldías
Varios candidatos	Se hace mención / aparición de dos o más candidatos Se invita a votar por los candidatos a diputados o ayuntamientos/alcaldías No se utiliza lenguaje incluyente
Varias candidaturas (mixto)	Se menciona en específico a un grupo de candidatas o candidatos. Se invita a votar por: <ul style="list-style-type: none"> • Candidatas y candidatos a diputaciones / ayuntamientos/alcaldías • Candidaturas a diputaciones / ayuntamientos/alcaldías
Genérico	No hay aparición o mención de candidatas o candidatos, se invita a votar por un partido político en particular, se trata de un promocional genérico del partido político

*Los impactos de promocionales que presentan más de un género se valorarán como espacios de acceso igualitario sin importar el número de candidatas o candidatos que aparezcan en el material.

[INSTRUCCIÓN: En aquellas entidades (29) en la que se va a evaluar ayuntamientos y diputaciones, el apartado V se deberá presentar por cada cargo.]

V. Asignación de los espacios de pauta por actor político para [insertar cargo]

Del [día] de [mes] al [día] de [mes] de dos mil veinticuatro **[INSTRUCCIÓN: las fechas corresponden al inicio y fin de la etapa de campaña]**, los [número] PPN, [número] PPL y [número] coaliciones totales tuvieron en conjunto [número] impactos pautados en radio y televisión en el ámbito local, como se indica a continuación:

Tabla 3. Número de impactos pautados por actor político ([día] de [mes] al [día] de [mes] de 2024)

[INSTRUCCIÓN: ajustar tabla a los resultados del informe]

PPN	Número de impactos pautados
PAN	[número]
PRI	[número]
PRD	[número]
PT	[número]
PVEM	[número]
Movimiento Ciudadano	[número]
morena	[número]
[PPL 1*]	[número]
[Coalición 1*]	[número]
Total	[número]

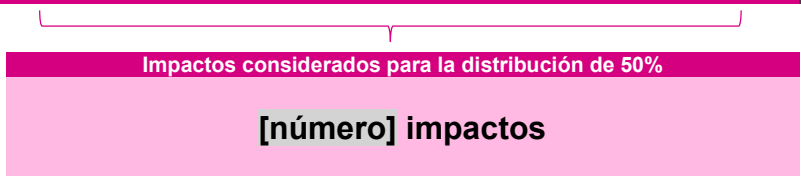
INSTRUCCIÓN: * en Tabla 3 considerar una fila por cada PPL o coalición total

Ahora bien, tomando en consideración los supuestos de acceso igualitario y en los que participa de forma exclusiva un género, se tiene que, del total de impactos a pautar de acuerdo con la clasificación de cada uno de los folios según se señala en la metodología, [número] impactos correspondieron a promocionales genéricos o exclusivos para la promoción de las candidaturas a la titularidad del Poder Ejecutivo local; es decir, [XX.XX]% del total. Conforme a la metodología establecida, estos promocionales y los impactos correspondientes no son objeto de la valoración para la presente evaluación.

Tabla 4. Distribución de los impactos por actor político

[INSTRUCCIÓN: ajustar tabla a los resultados del informe]

Partido	Candidata (A)	Varias candidatas (B)	Candidato (C)	Varios candidatos (D)	Varias candidaturas mixto (E)	Genérico (F)	Total (G)
PAN	-	-	-	-	-	- -%	-
PRI	-	-	-	-	-	- -%	-
PRD	-	-	-	-	-	- -%	-
PT	-	-	-	-	-	- -%	-
PVEM	-	-	-	-	-	- -%	-
Movimiento Ciudadano	-	-	-	-	-	- -%	-
morena	-	-	-	-	-	- -%	-
[PPL 1*]	-	-	-	-	-	- -%	-
[Coalición 1*]	-	-	-	-	-	- -%	-
Total	-	-	-	-	-	- -%	-



INSTRUCCIÓN: * en Tabla 4 considerar una fila por cada PPL o coalición total

El universo de los impactos de promocionales asignados al uso de candidatas o candidatos de forma individual o colectiva asciende a [número] —[XX.XX]% del tiempo disponible— sobre el que se evalúa la distribución de promocionales por género que los [PPN, PPL y coaliciones totales] brindaron a sus candidaturas.

De ese total, se observa lo siguiente:

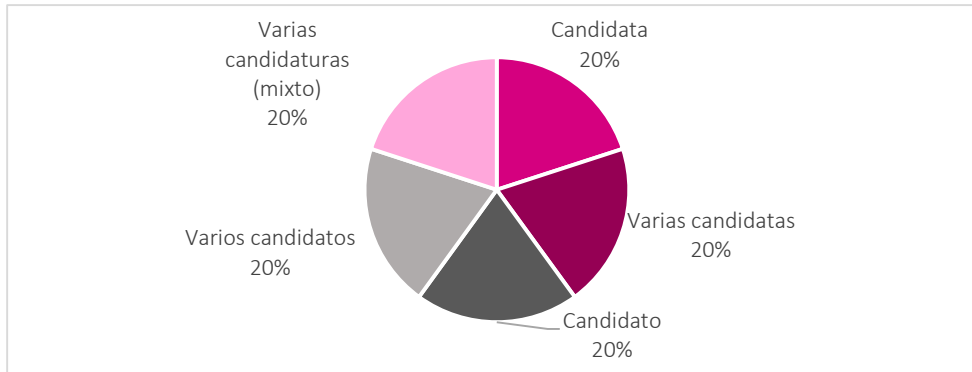
- [número] de cada [número] ([XX.XX]%) se utilizan para transmitir mensajes que promueven tanto a candidatas como a candidatos de los partidos políticos y coaliciones; por lo tanto, se consideran de **acceso igualitario**.
- Dentro de la categoría ‘Varias candidaturas mixto’, se encuentran materiales en los que se invita a votar por candidatas y candidatos, o bien se promueven candidaturas de hombres y mujeres. En el primer caso, [número] partidos [y coaliciones totales] han optado por producir materiales dentro de su estrategia: [siglas de partidos o coaliciones, separadas por coma, todas las

que apliquen], mientras que en el segundo, [número] partidos [y coaliciones totales] produjeron al menos un spot con la participación de mujeres y hombres postulados a una [diputación local, ayuntamiento o alcaldía]: [siglas de partidos o coaliciones, separadas por coma, todas las que apliquen].

- Los impactos correspondientes a varias candidaturas de mujeres (para los cuales se produjeron [número] materiales de [número] PPN, [número] PPL y [número] coaliciones totales]: [siglas de partidos o coaliciones, separadas por coma, todas las que apliquen]) corresponden a promocionales que invitan a votar por varias candidatas o, en su caso, aquellos dentro de los cuales se identifica la participación de varias candidatas. Cabe destacar que, de éstos, únicamente [número] PPN[, [número] PPL y [número] coaliciones totales] produjeron materiales en los que participaron de forma colectiva algunas candidatas identificables y no únicamente una invitación general a votar por ellas: [siglas de partidos o coaliciones, separadas por coma, todas las que apliquen].
- Los materiales que no utilizan lenguaje incluyente (para los cuales se produjeron [número] materiales de [número] PPN[, [número] PPL y [número] coaliciones totales]: [siglas de partidos o coaliciones, separadas por coma, todas las que apliquen]) es decir, que invitan únicamente a votar por «los candidatos» del partido, se clasificaron hacia el género de hombres.
- En el acumulado de la etapa de campaña, las candidatas recibieron [número] ([XX.XX]%) impactos en contraste con los [número] ([XX.XX]%) impactos que se ordenaron transmitir para candidatos hombres.

Gráfico 1. Distribución de los impactos por asignación de género

[INSTRUCCIÓN: ajustar gráfico a los resultados del informe]



En el periodo comprendido entre el [día] de [mes] al [día] de [mes] de 2024, **[INSTRUCCIÓN: las fechas corresponden al inicio y fin de la etapa de campaña]** el [Área Responsable del OPL] realizó la clasificación de [número] materiales pautados. De éstos, [número] son materiales en inglés, [número] materiales en lenguas indígenas y [número] en español, correspondiendo estos últimos a lo producido e ingresado por los PPN[, PPL y coaliciones totales]. La clasificación de estos [número] materiales se realizó tomando en cuenta la tipología descrita previamente y su distribución se muestra a continuación:

Tabla 5. Número de folios pautados por PPN[, PPL y coaliciones] (en español), por asignación de género

[INSTRUCCIÓN: ajustar tabla a los resultados del informe]

Partido	Candidata (A)	Varias candidatas (B)	Candidato (C)	Varios candidatos (D)	Varias candidaturas mixto (E)	Genérico (F)	Total (G)
PAN	-	-	-	-	-	-	-
PRI	-	-	-	-	-	-	-
PRD	-	-	-	-	-	-	-
PT	-	-	-	-	-	-	-
PVEM	-	-	-	-	-	-	-
Movimiento Ciudadano	-	-	-	-	-	-	-
morena	-	-	-	-	-	-	-
[PPL 1*]	-	-	-	-	-	-	-
[Coalición 1*]	-	-	-	-	-	-	-
Total	- %	- %	- %	- %	- %	- %	- 100%

INSTRUCCIÓN: * en Tabla 5 considerar una fila por cada PPL o coalición total

Como se puede observar, el [siglas partido] fue el [partido político o coalición total] que más materiales ingresó ([número]), de los cuales [número] son materiales de candidatas, [número] de candidatas y [número] fueron genéricos; mientras que [siglas partido] fue el [partido político o coalición total] que menor número de materiales ingresó ([número]), de los cuales [número] correspondieron a candidatas, [número] a candidatos y [número] fueron genéricos. Una vez analizadas las estrategias de transmisión ingresadas por los PPN [PPL y coaliciones totales], se asocia cada folio del promocional al número de impactos ordenados para cada uno de ellos.

1. Acceso a la pauta

Para los casos de los PPN, PPL y coaliciones totales [siglas de partidos o coaliciones, separadas por coma, todas las que apliquen] se realizó el análisis incorporando aquellos materiales que promovieron a candidatas o candidatos, ya sea mixto o por separado. De esta manera, se desprende **que [número] PPN [PPL y coaliciones totales] destinaron una proporción superior a 50%** de sus prerrogativas en radio y televisión a la promoción de candidatas en la pauta federal y [número] **está por debajo del mínimo requerido** tal como se muestra a continuación:



- Del [número] impactos pautados, [XX.XX]% fue destinado a la transmisión de promocionales genéricos y [XX.XX]% asignados por género. El [siglas partido] pautó [número] materiales de candidatas y candidatos de forma individual, produjo [número] materiales mixtos y realizó [número] promocionales en los que de forma global se invita a votar por sus candidaturas. Por su parte, tuvo [número] materiales de invitación global a votar por sus candidaturas en los que no hizo uso

de lenguaje incluyente, por lo que se considera que utilizó estos espacios en pauta para la difusión de candidaturas de hombres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	[número]	[número]	
Candidato/ Varios candidatos	[número]		[número]
Varias candidaturas (mixto)	[número]	[número]	[número]
TOTAL	[número] 100%	[número] [XX.X]%	[número] [XX.X]%



- Del [número] impactos pautados, [XX.XX]% fue destinado a la transmisión de promocionales genéricos y [XX.XX]% asignados por género. El [siglas partido] pautó [número] materiales de candidatas y candidatos de forma individual, produjo [número] materiales mixtos y realizó [número] promocionales en los que de forma global se invita a votar por sus candidaturas. Por su parte, tuvo [número] materiales de invitación global a votar por sus candidaturas en los que no hizo uso de lenguaje incluyente, por lo que se considera que utilizó estos espacios en pauta para la difusión de candidaturas de hombres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	[número]	[número]	
Candidato/ Varios candidatos	[número]		[número]
Varias candidaturas (mixto)	[número]	[número]	[número]
TOTAL	[número] 100%	[número] [XX.X]%	[número] [XX.X]%



- Del [número] impactos pautados, [XX.XX]% fue destinado a la transmisión de promocionales genéricos y [XX.XX]% asignados por género. El [siglas partido] pautó [número] materiales de candidatas y candidatos de forma individual, produjo [número] materiales mixtos y realizó [número] promocionales en los que de forma global se invita a votar por sus candidaturas. Por su parte, tuvo [número] materiales de invitación global a votar por sus candidaturas en los que no hizo uso de lenguaje incluyente, por lo que se considera que utilizó estos espacios en pauta para la difusión de candidaturas de hombres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	[número]	[número]	
Candidato/ Varios candidatos	[número]		[número]
Varias candidaturas (mixto)	[número]	[número]	[número]
TOTAL	[número] 100%	[número] [XX.X]%	[número] [XX.X]%



- Del [número] impactos pautados, [XX.XX]% fue destinado a la transmisión de promocionales genéricos y [XX.XX]% asignados por género. El [siglas partido] pautó [número] materiales de candidatas y candidatos de forma individual, produjo [número] materiales mixtos y realizó [número] promocionales en los que de forma global se invita a votar por sus candidaturas. Por su parte, tuvo [número] materiales de invitación global a votar por sus candidaturas en los que no hizo uso de lenguaje incluyente, por lo que se considera que utilizó estos espacios en pauta para la difusión de candidaturas de hombres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	[número]	[número]	
Candidato/ Varios candidatos	[número]		[número]
Varias candidaturas (mixto)	[número]	[número]	[número]
TOTAL	[número] 100%	[número] [XX.X]%	[número] [XX.X]%



- Del [número] impactos pautados, [XX.XX]% fue destinado a la transmisión de promocionales genéricos y [XX.XX]% asignados por género. El [siglas partido] pautó [número] materiales de candidatas y candidatos de forma individual, produjo [número] materiales mixtos y realizó [número] promocionales en los que de forma global se invita a votar por sus candidaturas. Por su parte, tuvo [número] materiales de invitación global a votar por sus candidaturas en los que no hizo uso de lenguaje incluyente, por lo que se considera que utilizó estos espacios en pauta para la difusión de candidaturas de hombres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	[número]	[número]	
Candidato/ Varios candidatos	[número]		[número]
Varias candidaturas (mixto)	[número]	[número]	[número]
TOTAL	[número] 100%	[número] [XX.X]%	[número] [XX.X]%



- Del [número] impactos pautados, [XX.XX]% fue destinado a la transmisión de promocionales genéricos y [XX.XX]% asignados por género. El [siglas partido] pautó [número] materiales de candidatas y candidatos de forma individual, produjo [número] materiales mixtos y realizó [número] promocionales en los que de forma global se invita a

votar por sus candidaturas. Por su parte, tuvo [número] materiales de invitación global a votar por sus candidaturas en los que no hizo uso de lenguaje incluyente, por lo que se considera que utilizó estos espacios en pauta para la difusión de candidaturas de hombres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	[número]	[número]	
Candidato/ Varios candidatos	[número]		[número]
Varias candidaturas (mixto)	[número]	[número]	[número]
TOTAL	[número] 100%	[número] [XX.X]%	[número] [XX.X]%

- morena**
- Del [número] impactos pautados, [XX.XX]% fue destinado a la transmisión de promocionales genéricos y [XX.XX]% asignados por género. El [siglas partido] pautó [número] materiales de candidatas y candidatos de forma individual, produjo [número] materiales mixtos y realizó [número] promocionales en los que de forma global se invita a votar por sus candidaturas. Por su parte, tuvo [número] materiales de invitación global a votar por sus candidaturas en los que no hizo uso de lenguaje incluyente, por lo que se considera que utilizó estos espacios en pauta para la difusión de candidaturas de hombres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	[número]	[número]	
Candidato/ Varios candidatos	[número]		[número]
Varias candidaturas (mixto)	[número]	[número]	[número]
TOTAL	[número] 100%	[número] [XX.X]%	[número] [XX.X]%

PPL/Coa

- Del [número] impactos pautados, [XX.XX]% fue destinado a la transmisión de promocionales genéricos y [XX.XX]% asignados por género. El [siglas partido] pautó [número] materiales de candidatas y candidatos de forma individual, produjo [número] materiales mixtos y realizó [número] promocionales en los que de forma global se invita a votar por sus candidaturas. Por su parte, tuvo [número] materiales de invitación global a votar por sus candidaturas en los que no hizo uso de lenguaje incluyente, por lo que se considera que utilizó estos espacios en pauta para la difusión de candidaturas de hombres.

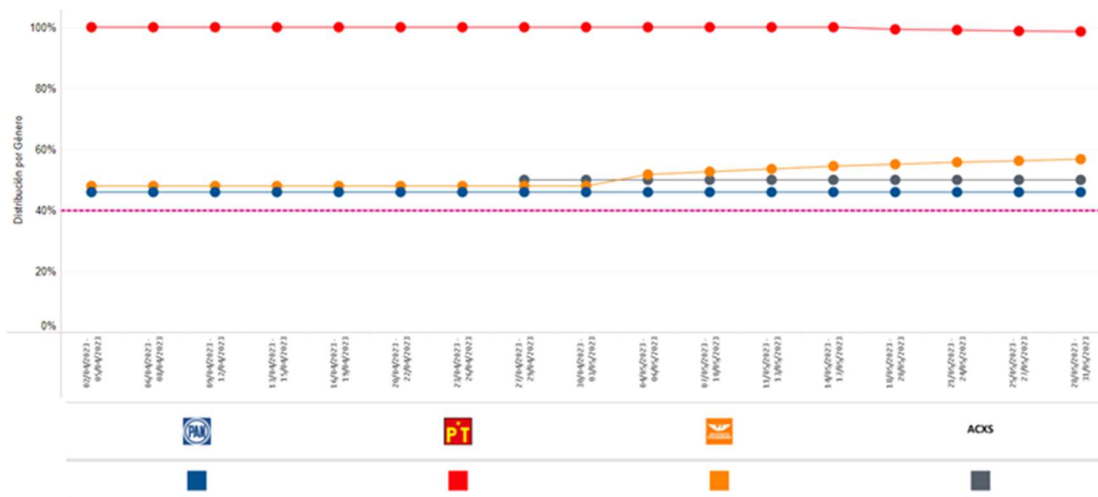
Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	[número]	[número]	
Candidato/ Varios candidatos	[número]		[número]
Varias candidaturas (mixto)	[número]	[número]	[número]
TOTAL	[número] 100%	[número] [XX.X]%	[número] [XX.X]%

2. Comparativo entre avances reportados

Con la información anterior podemos conocer los porcentajes de cumplimiento desde el inicio del periodo de campañas hasta el [día] de [mes] de 2024 [INSTRUCCIÓN: la fecha corresponde al fin de la etapa de campaña]. No obstante, con el propósito de advertir si hubo cambios en las estrategias de comunicación de los partidos políticos nacionales[, locales o coaliciones totales], a continuación, se presenta un cuadro comparativo de los porcentajes de asignación por género con [número] cortes, con base en la información reportada en el Módulo de visualización:³

Tabla 6.a Histograma de distribución de promocionales (diputaciones locales)

Tabla 6.b Histograma de distribución de promocionales (ayuntamientos)



[INSTRUCCIÓN: tomar la gráfica del Módulo de Visualización e incluir una tabla para cada cargo que aplique: diputaciones locales y/o ayuntamientos]

³ El Módulo de visualización se puede consultar en el portal del Instituto por medio del vínculo electrónico <https://ine.mx/actores-politicos/administracion-tiempos-estado/distribucion-de-promocionales-en-razon-de-genero/>

VI. Pauta de materiales de candidaturas identificables

Los partidos políticos [y coaliciones totales] tienen distintas estrategias para el uso de su prerrogativa en radio y televisión: desde producir y pautar únicamente materiales genéricos, hacer campañas con contenido específico de propuestas para las entidades federativas o realizar varios materiales de alguna candidatura en particular. En algunos casos se identifican (imagen o voz) por nombre y distrito por el que contienen las candidaturas y en otros sólo aparecen a cuadro. En los casos en que es plenamente identificable la candidatura se utilizó este elemento como criterio básico de clasificación como se explica en la metodología.

Con el fin de brindar más información sobre la exposición de las candidaturas se muestra el número de impactos por tipo exclusivamente para los casos en que es posible la identificación de las personas postuladas correspondientes a los [número] partidos políticos [y coaliciones totales] que han ingresado materiales de este tipo:

[INSTRUCCIÓN: ajustar tabla a los resultados del informe]

Partido	Candidata (A)	Varias candidatas (B)	Candidato (C)	Varios candidatos (D)	Varias candidaturas mixtas (E)	Total (G)
PAN	-	-	-	-	-	-
PRI	-	-	-	-	-	-
PRD	-	-	-	-	-	-
PT	-	-	-	-	-	-
PVEM	-	-	-	-	-	-
Movimiento Ciudadano	-	-	-	-	-	-
morena	-	-	-	-	-	-
[PPL 1*]	-	-	-	-	-	-
[Coalición 1*]	-	-	-	-	-	-
Total	%	%	%	%	%	[XX.XX]% del total del tiempo disponible

INSTRUCCIÓN: * en la Tabla considerar una fila por cada PPL o coalición total

Como se aprecia en la tabla, únicamente [XX.XX]% del total de tiempo disponible se dedicó a materiales en los que aparecían candidatas o candidatos locales identificables por la ciudadanía. Estos impactos se asocian a [número] materiales en español producidos por los partidos políticos [y coaliciones totales] de la siguiente forma:

[INSTRUCCIÓN: ajustar tabla a los resultados del informe]

Partido	Candidata (A)	Varias candidatas* (B)	Candidato (C)	Varios candidatos* (D)	Varias candidaturas mixto* (E)	Total (G)
PAN	-	-	-	-	-	-
PRI	-	-	-	-	-	-
PRD	-	-	-	-	-	-
PT	-	-	-	-	-	-
PVEM	-	-	-	-	-	-
Movimiento Ciudadano	-	-	-	-	-	-
morena	-	-	-	-	-	-
[PPL 1*]	-	-	-	-	-	-
[Coalición 1*]	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-

* El número de materiales únicamente incluye aquellos con candidaturas plenamente identificables.

INSTRUCCIÓN: * en la Tabla considerar una fila por cada PPL o coalición total

Con el fin de comparar la asignación por género, en la tabla a continuación, se agregan los materiales donde aparecen mujeres por un lado y hombres por otro, distinguiendo los materiales de participación mixta:

[INSTRUCCIÓN: ajustar tabla a los resultados del informe]

Partido	Candidata / Varias candidatas	Candidato / Varios candidatos	Varias candidaturas mixto	Total (G)
PAN	-	-	-	-
PRI	-	-	-	-
PRD	-	-	-	-
PT	-	-	-	-
PVEM	-	-	-	-
Movimiento Ciudadano	-	-	-	-
morena	-	-	-	-

Partido	Candidata / Varias candidatas	Candidato / Varios candidatos	Varias candidaturas mixto	Total (G)
[PPL 1*]	-	-	-	-
[Coalición 1*]	-	-	-	-
Total	-	-	-	-

INSTRUCCIÓN: * en la Tabla considerar una fila por cada PPL o coalición total

Al analizar únicamente este conjunto destaca que:

- [número] de [número] PPN[, PPL y coaliciones totales] produjeron materiales con candidatas o candidatos locales.
- El [siglas partido o coalición] es el [partido/coalición total] que produjo el mayor número de materiales para candidaturas identificables: [número] de [número] en total. De éstos, destinó [XX.XX]% a sus candidatos, [XX.XX]% a sus candidatas y [XX.XX]% cuentan con presencia mixta.
- El [siglas partido o coalición] es el [partido/coalición total] que concentró su estrategia en promocionales de candidaturas identificables al realizar [número] de cada [número] promocionales para mujeres ([número] de [número] en total). Estos materiales fueron [XX.XX]% para sus candidatas, [XX.XX]% para promocionales con aparición mixta y [XX.XX]% para hombres postulados por el partido/coalición.
- El [siglas partido o coalición] produjo [XX.XX]% de sus materiales ([número] de [número]) para candidaturas identificables con mayor énfasis en promocionales de candidatas ([XX.XX]%) frente a candidatos ([XX.XX]%) y [XX.XX]% en donde aparecieron ambos.
- El [siglas partido o coalición] realizó [número] de [número] ([XX.XX]%) materiales para candidaturas identificables donde la mitad fueron

promocionales mixtos ([número]), [XX.XX]% para candidatos ([número]) y [XX.XX]% para candidatas ([número]).

- El [siglas partido o coalición] produjo [número] de [número] materiales ([XX.XX]%) a candidaturas identificables: [número] para candidatas y [número] con presencia mixta de candidaturas locales.
- El [siglas partido o coalición] ingresó [número] materiales durante la campaña y de ellos [número] ([XX.XX]%) fueron para una candidatura identificable de mujer.