

Detrás del debate

(2024-04-09), López Dóriga (Sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 09:49:13, Precio \$21,300.00

De las emisoras monitoreadas domiciliadas en el estado de Jalisco y que no estaban obligadas a transmitir el debate, 8 con concesión comercial lo difundieron, todas de forma íntegra

Justo seis meses antes del primer debate presidencial, la consejera Claudia Humphrey organizó con el patrocinio del INE, por supuesto una conferencia internacional sobre este tipo de eventos de campaña, al que concurrieron funcionarios electorales, académicos y periodistas de seis países iberoamericanos.

Los expertos foráneos recomendaron buscar formatos específicos que permitieran mecanismos de participación ciudadana y privilegiaran el uso de plataformas digitales; reclutar instituciones académicas para la selección de las preguntas ciudadanas e incentivar "el contraste de ideas, en beneficio del derecho a la información de la ciudadanía".

Tales recomendaciones fueron tomadas al pie de la letra en la "herradura de la democracia", donde también incluso debatieron sobre los formatos más pertinentes para atraer a las audiencias e interactuar con las redes sociales.

Ni los debates "dinámicos" ni las "moderaciones activas" sirvieron para despertar el interés de las nuevas generaciones de votantes.

Las quejas de las candidatas, pero sobre todos los reportes sobre el rating de las televisoras, de la noche del pasado domingo 8, serán determinantes en los posibles cambios al formato.

La comisión temporal de debates, presidida por Humphrey Jordan retomó los resultados de encuestas para definir los temas de discusión. Además de los siete identificados por Ipsos, Consulta Mitofsky, AZ2, Enkoll, México Elige y GEA-ISA, agregaron dos (política y gobierno, y atención a grupos en situación de vulnerabilidad).

Y también fijaron "criterios de producción para el adecuado desarrollo de los debates" que permitirán "fortalecer la narrativa televisiva, dar mayor libertad de expresión corporal a las candidaturas, así como contribuir al dinamismo del ejercicio".

La información sobre la casa productora y los niveles de audiencia del debate dominical han quedado a buen resguardo.

Según consta en los informes difundidos por el INE, los primeros debates del proceso electoral en curso ocurrieron el domingo 17 de marzo, en la Ciudad de México y Jalisco; ambos organizados por los organismos públicos locales, de conformidad con lo estipulado en el artículo 311 del Reglamento de Elecciones, que obliga a las estaciones de radio y canales de televisión de las concesionarias locales de uso público en la entidad federativa correspondiente a emitir dicho programa. La señal podrá ser utilizada, en vivo y en forma gratuita, por los demás concesionarios de radio y televisión, así como por otros concesionarios de telecomunicaciones.

La temporada de debates inició en Jalisco, con una atípica transmisión, al mediodía, que tuvo una duración de 92 minutos. De las 20 emisoras públicas obligadas, la red radiofónica de la U de G cuya emisora central es el 107.9 de la FM no realizó la transmisión del debate.

De las emisoras monitoreadas domiciliadas en el estado de Jalisco y que no estaban obligadas a transmitir el debate, 8 con concesión comercial lo difundieron, todas de forma íntegra.

El debate entre los tres candidatos a la Jefatura de Gobierno de la CDMX tuvo una duración de 87 minutos y fue

transmitido desde los estudios de Grupo MVS, contratado exprofeso por el Instituto Electoral capitalino. Sin excepción, las 17 emisoras públicas domiciliadas en la Ciudad de México cumplieron con su obligación y transmitieron el debate de forma íntegra, mientras que 13 concesionarios comerciales lo difundieron todas de forma íntegra, dos de ellas con cobertura en el Estado de México.

Detrás del debate

(2024-04-09), El Economista (sitio), Alberto Aguirre, (Nota Informativa) - 09:27:42, Precio \$31,800.00

Justo seis meses antes del primer debate presidencial, la consejera Claudia Humphrey organizó con el patrocinio del INE, por supuesto una conferencia internacional sobre este tipo de eventos de campaña, al que concurrieron funcionarios electorales, académicos y periodistas de seis países iberoamericanos.

Los expertos foráneos recomendaron buscar formatos específicos que permitieran mecanismos de participación ciudadana y privilegiaran el uso de plataformas digitales; reclutar instituciones académicas para la selección de las preguntas ciudadanas e incentivar "el contraste de ideas, en beneficio del derecho a la información de la ciudadanía".

Tales recomendaciones fueron tomadas al pie de la letra en la "herradura de la democracia", donde también incluso debatieron sobre los formatos más pertinentes para atraer a las audiencias e interactuar con las redes sociales.

Ni los debates "dinámicos" ni las "moderaciones activas" sirvieron para despertar el interés de las nuevas generaciones de votantes.

Las quejas de las candidatas, pero sobre todos los reportes sobre el rating de las televisoras, de la noche del pasado domingo 8, serán determinantes en los posibles cambios al formato.

La comisión temporal de debates, presidida por Humphrey Jordan retomó los resultados de encuestas para definir los temas de discusión. Además de los siete identificados por Ipsos, Consulta Mitofsky, AZ2, Enkoll, México Elige y GEA-ISA, agregaron dos (política y gobierno, y atención a grupos en situación de vulnerabilidad).

Y también fijaron "criterios de producción para el adecuado desarrollo de los debates" que permitirán "fortalecer la narrativa televisiva, dar mayor libertad de expresión corporal a las candidaturas, así como contribuir al dinamismo del ejercicio".

La información sobre la casa productora y los niveles de audiencia del debate dominical han quedado a buen resguardo.

Según consta en los informes difundidos por el INE, los primeros debates del proceso electoral en curso ocurrieron el domingo 17 de marzo, en la Ciudad de México y Jalisco; ambos organizados por los organismos públicos locales, de conformidad con lo estipulado en el artículo 311 del Reglamento de Elecciones, que obliga a las estaciones de radio y canales de televisión de las concesionarias locales de uso público en la entidad federativa correspondiente a emitir dicho programa. La señal podrá ser utilizada, en vivo y en forma gratuita, por los demás concesionarios de radio y televisión, así como por otros concesionarios de telecomunicaciones.

La temporada de debates inició en Jalisco, con una atípica transmisión, al mediodía, que tuvo una duración de 92 minutos. De las 20 emisoras públicas obligadas, la red radiofónica de la U de G cuya emisora central es el 107.9 de la FM no realizó la transmisión del debate.

De las emisoras monitoreadas domiciliadas en el estado de Jalisco y que no estaban obligadas a transmitir el debate, 8 con concesión comercial lo difundieron, todas de forma íntegra.

El debate entre los tres candidatos a la Jefatura de Gobierno de la CDMX tuvo una duración de 87 minutos y fue transmitido desde los estudios de Grupo MVS, contratado expreso por el Instituto Electoral capitalino. Sin excepción, las 17 emisoras públicas domiciliadas en la Ciudad de México cumplieron con su obligación y transmitieron el debate de forma íntegra, mientras que 13 concesionarios comerciales lo difundieron todas de

forma íntegra, dos de ellas con cobertura en el Estado de México.