

Aprovecha IEEM el uso de la tecnología

Toluca, Méx.- Debates organizados por el Instituto Electoral del Estado de México, que fueron transmitidos en mayo pasado por el canal oficial de YouTube del IEEM, han sido vistos por más de 229 mil personas, lo que demuestra que la tecnología ayuda en la democracia.

En los debates, organizados para la Elección de Diputaciones y Ayuntamientos 2024, fueron vistos por una audiencia más amplia gracias a las redes sociales y al uso de la tecnología de video en streaming. Dicha audiencia incluye a personas con diversidad funcional y a residentes de zonas alejadas, incluso de otros países.

De acuerdo con el Reporte Final de Debates públicos electorales entre las candidaturas a diputaciones Locales y Presidencias Municipales, elaborado por la Dirección de Partidos Políticos (DPP) del IEEM; en total, se llevaron a cabo 36 encuentros que fueron transmitidos en vivo por el canal oficial de YouTube del Instituto, bajo dos modalidades: presencial (27) y virtual (9). En ellos participaron 108 candidaturas: 50 mujeres y 58 hombres.

A la fecha, los debates registran un total de 229 mil 668 vistas. La organización de los debates estuvo a cargo de los 88 Comités Especiales para la Orga-

nización de Debates Públicos Electorales (CEOD), de los Consejos Distritales (7) y Municipales (81). El detonante para iniciar el proceso de organización siempre fue la solicitud realizada por parte de alguna candidatura. Fue en los comités, y conforme con los Lineamientos para la Organización, Realización y Difusión de Debates Públicos Electorales, entre las candidaturas a Diputaciones y presidencias municipales, en los procesos electorales locales en el Estado de México, que las candidaturas acordaron la dinámica de participación, la persona moderadora y los temas a exponer.

TOLUCA

Debates del EdoMéx tuvieron más de 229 mil visitas: IEEM

Adriana Carbajal

Los debates públicos electorales organizados por el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) para la elección pasada lograron captar una audiencia más amplia, registrando un total de 229 mil 668 vistas.

Este logro se debe en gran parte al uso de tecnologías de video en streaming y redes sociales, que permitieron a personas con diversidad funcional, residentes de zonas alejadas e incluso espectadores internacionales seguir los eventos en tiempo real.

De acuerdo con el Reporte Final de Debates Públicos Electorales, elaborado por la Dirección de Partidos Políticos (DPP) del IEEM, se llevaron a cabo 36 encuentros

transmitidos en vivo por el canal oficial de YouTube del Instituto.

De estos, 27 fueron presenciales y 9 virtuales, con

la participación de 108 candidaturas, compuestas por 50 mujeres y 58 hombres.

La organización de estos debates fue posible gracias

a los 88 Comités Especiales para la Organización de Debates Públicos Electorales (CEOD) de los Consejos Distritales y Municipales.

La solicitud de alguna candidatura iniciaba el proceso de organización, donde se consensaban la dinámica de participación, la moderación y los temas a debatir.



Debates públicos electorales organizados por el IEEM

como: seguridad y justicia, economía y empleo, salud, servicios públicos, juventud y deporte, desarrollo social, educación, combate a la corrupción, cultura y recreación, desarrollo sustentable, infraestructura municipal, igualdad sustantiva de género, participación, política y gobierno.

Asimismo, equilibrio ambiental y agua potable, grupos vulnerables, tala clandestina y desarrollo agropecuario.

La difusión y transmisión de los debates estuvo a cargo de la Unidad de Comunicación Social del IEEM, mientras que la logística fue responsabilidad de la DPP.

Los encuentros presenciales se realizaron en el estudio de televisión del Centro de Producción Audiovisual (CePAV) del IEEM, y los debates virtuales se llevaron a cabo a través de StreamYard, también gestionados por el personal del CePAV.

Plataformas

Plataformas como YouTube no solo facilitaron el acceso a los debates en cualquier momento y lugar, sino que también permitieron generar un registro histórico de los encuentros y sus vistas.

Es así que los 17 tópicos acordados abarcaron una amplia gama de preocupaciones ciudadanas, tales

FORTALECEN TECNOLOGÍA Y REDES SOCIALES DEBATES PÚBLICOS ELECTORALES DEL IEEM.

A la fecha, las visualizaciones de los debates en el canal oficial de YouTube del IEEM suman más de 229 mil. En los debates, que se llevaron a cabo en mayo pasado, se abordaron 17 temas distintos. Los Debates Públicos Electorales, organizados por el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) para la Elección de Diputaciones y Ayuntamientos 2024, fueron vistos por una audiencia más amplia gracias a las redes sociales y al uso de la tecnología de video en streaming. Dicha audiencia incluye a personas con diversidad funcional y a residentes de zonas alejadas, incluso de otros países. De acuerdo con el Reporte Final de Debates públicos electorales entre las candidaturas a Diputaciones Locales y Presidencias



Municipales, elaborado por la Dirección de Partidos Políticos (DPP) del IEEM; en total, se llevaron a cabo 36 encuentros que fueron transmitidos en vivo por el canal oficial de YouTube del Instituto, bajo dos modalidades: presencial (27) y virtual (9). En ellos participaron 108 candidaturas: 50 mujeres y 58 hombres. A la fecha, los debates registran un total de 229 mil 668 vistas. La organización de los debates estuvo a cargo de los 88 Comités Especiales para la Organización de Debates Públicos Electorales (CEOD), de los Consejos Distritales (7) y Municipales (81). El detonante para iniciar el proceso de organización siempre fue la solicitud realizada por parte de alguna candidatura. Fue en los comités, y conforme con los Lineamientos para la Organización, Realización y Difusión de Debates Públicos Electorales, entre las candidaturas a Diputaciones y Presidencias Municipales, en los procesos electorales locales en el Estado de México, que las candidaturas acordaron la dinámica de participación, la persona moderadora y los temas a exponer. **Impulso/Toluca**

Los Debates Públicos Electorales, organizados por el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) para la Elección de Diputaciones y Ayuntamientos 2024, fueron vistos por una audiencia más amplia gracias a las redes sociales y al uso de la tecnología de video en streaming. Dicha audiencia incluye a personas con diversidad funcional y a residentes de zonas alejadas, incluso de otros países. De acuerdo con el Reporte Final de Debates públicos electorales entre las candidaturas a Diputaciones Locales y Presidencias Municipales, elaborado por la Dirección de Partidos Políticos (DPP) del IEEM; en total, se llevaron a cabo 36 encuentros que fueron transmitidos en vivo por el canal oficial de YouTube del Instituto, bajo dos modalidades: presencial (27) y virtual (9). En ellos participaron 108 candidaturas: 50 mujeres y 58 hombres. A la fecha, los debates registran un total de 229 mil 668 vistas. La organización de los debates

Fortalecen Tecnología y Redes Sociales Debates Públicos Electorales del IEEM

- *A la fecha, las visualizaciones de los debates en el canal oficial de YouTube del IEEM suman más de 229 mil.*
- *En los debates, que se llevaron a cabo en mayo pasado, se abordaron 17 temas distintos.*

estuvo a cargo de los 88 Comités Especiales para la Organización de Debates Públicos Electorales (CEOD), de los Consejos Distritales (7) y Municipales (81). El detonante para iniciar el proceso de organización siempre fue la solicitud realizada por parte de alguna candidatura. Fue en los comités, y conforme con los Lineamientos para la Organización, Realización y Difusión de Debates Públicos Electorales, entre las candidaturas a Diputaciones y Presidencias Municipales, en los procesos electorales locales en el Estado de México, que las candidaturas acordaron la dinámica de participación, la per-

sona moderadora y los temas a exponer. Siempre por acuerdo de las representaciones de cada candidatura, se consensuaron qué tópicos se abordarían en los encuentros; de acuerdo con el Reporte Final referido, estos fueron un total de 17: 1) Seguridad y Justicia; 2) Economía y Empleo; 3) Salud; 4) Servicios públicos; 5) Juventud y Deporte; 6) Desarrollo Social; 7) Educación; 8) Combate a la corrupción; 9) Cultura y Recreación; 10) Desarrollo sustentable; 11) Infraestructura municipal; 12) Igualdad sustantiva de género; 13) Política y Gobierno; 14) Equilibrio ambiental y Agua Potable; 15)

Grupos vulnerables; 16) Tala clandestina y 17) Desarrollo agropecuario. La transmisión y difusión de los debates, fue responsabilidad de la Unidad de Comunicación Social del IEEM, mientras que los aspectos logísticos estuvieron a cargo de la DPP. Los debates se llevaron a cabo en diferentes horarios y gracias a la tecnología y a las redes sociales, fue posible transmitir en vivo hasta tres simultáneamente. Los encuentros presenciales se desarrollaron en el estudio de televisión del Centro de Producción Audiovisual (CePAV) del IEEM y aquellos que fueron a distancia se llevaron a cabo

viala plataforma de transmisión de video en vivo StreamYard, también a cargo de personal del CePAV.

Gracias a plataformas como YouTube, se facilitan las consultas de los debates, en cualquier momento y lugar, y, además, es posible generar un registro histórico tanto de los encuentros como del número de vistas que tienen, lo que abona a la transparencia y a la máxima publicidad de la información, dos de los principios del Instituto.

Todos los videos de los Debates Públicos Electorales 2024 están disponibles en <https://sistema-selec.ieem.org.mx/debates-publicos-2024/>.

Para mayor información puedes consultar las cuentas de las redes institucionales del IEEM en YouTube y Facebook (IEEM Oficial); en Twitter e Instagram identificadas como @IEEM_MX; llamar al Centro de Orientación Electoral (COE) al 800 712 4336 o enviar un mensaje de WhatsApp al 722 784 9978.

Fortalece IEEM debates públicos con tecnología

Los Debates Públicos Electorales, organizados por el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) para la Elección de Diputaciones y Ayuntamientos 2024, fueron vistos por una audiencia más amplia gracias a las redes sociales y al uso de la tecnología de video en streaming. Dicha audiencia incluye a personas con diversidad funcional y a residentes de zonas alejadas, incluso de otros países

De acuerdo con el Reporte Final de Debates públicos electorales entre las candidaturas a Diputaciones Locales y Presidencias Municipales, elaborado por la Dirección de Partidos Políticos (DPP) del IEEM; en total, se llevaron a cabo 36 encuentros que fueron transmitidos en vivo por el canal oficial de YouTube del Instituto, bajo dos modalidades: presencial (27) y virtual (9). **En ellos participaron 108 candidaturas: 50 mujeres y 58 hombres.**

A la fecha, los debates registran un total de 229 mil 668 vistas.

La organización de los debates estuvo a cargo de los 88 Comités Especiales para la Organización de Debates Públicos Electorales (CEOD), de los Consejos Distritales (7) y Municipales (81). El detonante para iniciar el proceso de organización siempre fue la solicitud realizada por parte de alguna candidatura.

Fue en los comités, y conforme con los Lineamientos para la Organización, Realización y Difusión de Debates Públicos Electorales, entre las candidaturas a Diputaciones y Presidencias Municipales, en los procesos electorales locales en el Estado de México, que las candidaturas acordaron la dinámica de participación, la persona moderadora y los temas a exponer.

Siempre por acuerdo de las representaciones de cada candidatura, se consensuaron qué tópicos se abordarían en los encuentros; de acuerdo con el Reporte Final referido, estos fueron un total de 17: 1) Seguridad y Justicia; 2) Economía y Empleo; 3) Salud; 4) Servicios públicos; 5) Juventud y Deporte; 6) Desarrollo Social; 7) Educación; 8) Combate a la corrupción; 9) Cultura y Recreación; 10) Desarrollo sustentable; 11) Infraestructura municipal; 12) Igualdad sustantiva de género; 13) Política y Gobierno; 14) Equilibrio ambiental y Agua Potable; 15) Grupos vulnerables; 16) Tala clandestina y 17) Desarrollo agropecuario.

La transmisión y difusión de los debates, fue responsabilidad de la Unidad de Comunicación Social del IEEM, mientras que los aspectos logísticos estuvieron a cargo de la DPP.

