

# Baja la audiencia en segundo debate

Héctor Gutiérrez

El segundo debate presidencial tuvo en redes sociales la mitad de audiencia que la alcanzada por el primer encuentro.

Según el INE, el debate llevado a cabo en Tijuana fue seguido por 3.9 millones de personas en distintas plataformas electrónicas.

Esta cifra es 41 por ciento menor a la del encuentro realizado el 22 de abril en la Ciudad de México, que atrajo la atención de 6.6 millones de personas.

El INE detalló que el ejercicio del domingo pasado fue seguido por un millón de personas en YouTube, 1.2 millones en Twitter y 1.7 millones en Facebook.

El primer debate tuvo 885 mil reproducciones en YouTube, 950 mil espectadores en Twitter y 4.8 millones en Facebook.

No obstante, la segunda edición fue la ganadora en menciones en Twitter.

El organismo electoral agregó que el hashtag #DebateINE tuvo más de 2.5 millones de menciones el domingo, lo que hizo que se convirtiera en tendencia mundial.

En el primer debate hubo 1.4 millones de menciones con los hashtags #DebateDelDebate y #DebateINE.

Aún está pendiente que el INE dé a conocer el resultado del rating televisivo del segundo debate presidencial.

**Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo**

Fecha de publicación: 22 de mayo de 2018