



Quito, 27 de Marzo de 2009

BOLETÍN DE PRENSA

TERCER REPORTE DE USO DE FONDO DE PROMOCIÓN ELECTORAL, Y PUBLICIDAD OFICIAL

**Tercer informe del Centro de Monitoreo de Medios
Del 10 al 26 de marzo de 2009**

1) Publicidad Electoral:

El Centro de Monitoreo de Medios de Participación Ciudadana observó que siete de los ocho candidatos a la Presidencia de la República: Martha Roldós (FIU 29-50), Rafael Corea (MPAIS 35), Carlos Gonzáles (MJS 40), Diego Delgado (MITS 151), Carlos Sagnay (MTMIL 155), Álvaro Noboa (PRIAN 7) y Melba Jácome (MTF 39) han utilizado el fondo de promoción electoral concedido por el CNE, para pautar en medios de comunicación, especialmente en televisión y radio. El candidato Lucio Gutiérrez (PSP 3), hasta la fecha de cierre del monitoreo, no registra pauta en publicidad en los medios.

Las campañas de los candidatos a la Presidencia en medios de comunicación se caracterizan por apelar a las emociones, antes que ahondar en propuestas concretas que lleven a los ciudadanos a tener una idea clara de sus planes de trabajo, como lo señala el Art. 115 de la Constitución: “El Estado, a través de los medios de comunicación, garantizará de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral que propicie el debate y la difusión de propuestas programáticas de todas las candidaturas...”.

CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA

Candidato	Monto	Tiempo	Nº Spot/Cuña
MARTHA ROLDÓS BUCARAM	143,555.70	102 min.	107
RAFAEL CORREA DELGADO	132,755.10	71 min.	88
CARLOS GONZÁLEZ	61,273.00	126 min.	154
DIEGO DELGADO	36,004.00	100 min.	200
CARLOS SAGÑAY	22,820.72	9 min.	26
ÁLVARO NOBOA PONTÓN	22,764.35	Prensa	21
MELBA JÁCOME	7,279.00	17 min.	34

POR TIPO DE MEDIO - PRESIDENTE			
TELEVISIÓN			
Candidato	Monto	Tiempo	Nº Spot/Cuña
MARTHA ROLDÓS BUCARAM	143,555.70	102 min.	107
RAFAEL CORREA DELGADO	132,583.10	67 min.	81
CARLOS GONZÁLEZ	57,900.00	499 min.	51
DIEGO DELGADO	35,130.00	82 min.	162
CARLOS SAGÑAY	22,100.72	9 min.	25
MELBA JÁCOME	6,718.00	3 min.	5
RADIO			
CARLOS GONZÁLEZ	3,373.00	76 min.	103
DIEGO DELGADO	874	19 min.	38
MELBA JÁCOME	561	15 min.	29
RAFAEL CORREA DELGADO	172	4 min.	7
PRENSA			
ÁLVARO NOBOA PONTÓN	23,789.15	0	21
CARLOS SAGÑAY	720	0	1

* El costo de la publicidad señalado en el cuadro es resultado de la aplicación de las tarifas comerciales ordinarias. Dicho valor no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación.

CANDIDATOS ALCALDÍA QUITO

Candidato	Monto	Tiempo	Nº Spot/Cuña
SANTIAGO RIVADENEIRA	30,594.20	27 min.	59
GUSTAVO BURGOS	18,421.00	12 min.	23
ANTONIO RICAURTE	16,338.22	44 min.	140
AUGUSTO BARRERA	14,506.10	7 min.	21
NELSON MALDONADO	12,201.20	3 min.	6
ENRIQUE GALLEGOS	8,881.00	11 min.	15
RAMIRO BORJA	7,642.50	15 min.	29
HENRY LLANES	1,449.80	50 min.	101
FRANCISCO LAMIÑA	765	Prensa	1
YOLANDA TORRES	765	Prensa	1
FREDDI MAYORGA	24	1 min.	2

POR TIPO DE MEDIO ALCALDÍA DE QUITO			
TELEVISIÓN			
Candidato	Monto	Tiempo	Nº Spot/Cuña
SANTIAGO RIVADENEIRA	30,428.00	21 min.	47
GUSTAVO BURGOS	18,113.00	7 min.	12
ANTONIO RICAURTE	14,820.07	8 min.	18
AUGUSTO BARRERA	14,506.10	7 min.	21
ENRIQUE GALLEGOS	8,793.00	8 min.	11
RAMIRO BORJA	7,380.00	2 min.	4
NELSON MALDONADO	6,758.00	2 min.	5
HENRY LLANES	320	1 min.	2

RADIO			
ANTONIO RICAURTE	1,518.15	37 min.	122
HENRY LLANES	1,129.80	49 min.	99
GUSTAVO BURGOS	308	5 min.	11
RAMIRO BORJA	262.5	13 min.	25
SANTIAGO RIVADENEIRA	166.2	6 min.	12
ENRIQUE GALLEGOS	88	4 min.	4
FREDDI MAYORGA	24	1 min.	2
PRENSA			
FRANCISCO LAMIÑA	765		1
NELSON MALDONADO	5,443.20		1
YOLANDA TORRES	765		1

CANDIDATOS ALCALDÍA GUAYAQUIL

Candidato	Monto	Tiempo	Nº Spot/Cuña
MARIA DE LOS ÁNGELES DUARTE	8,802.30	7 min.	23
JAIME NEBOT SAADI	737.54	23 min.	51
GABRIEL PIN GUERRERO	62	5 seg.	1

POR TIPO DE MEDIO - ALCALDÍA DE GUAYAQUIL			
TELEVISIÓN	Monto	Tiempo	Nº Spot/Cuña
MARIA DE LOS ÁNGELES DUARTE	8.802.3	7 min.	23
RADIO			
JAIME NEBOT SAADI	737.54	5 seg.	51
GABRIEL PIN GUERRERO	62	23 min.	3

* El costo de la publicidad es resultado de la aplicación de las tarifas comerciales ordinarias. Dicho valor no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación.

2) Publicidad Oficial:

El Centro de Monitoreo de la Corporación Participación Ciudadana ha identificado Publicidad Oficial contratada por distintas instituciones públicas, tanto del Gobierno Central como de los Gobiernos Seccionales. Por esta razón ratifica el pedido al Consejo Nacional Electoral (CNE) para que aplique las restricciones constantes en la reglamentación electoral, sobre la publicidad que emiten las instituciones públicas, presencia de candidatos en eventos, así como sobre las cadenas nacionales de radio y televisión, con el objetivo que la campaña electoral 2009 se desarrolle con los principios de igualdad y equidad.

2.1 El Ejecutivo, a través de la Presidencia de la República difundió spots de televisión y cuñas radiales para promocionar su labor a través de seis publicidades: Mejora de servicios públicos, campaña Primero Ecuador, Salud Ciudadana, Ley Minera, Revolución vial y canción promocional del Gobierno (radio) por un gasto de 185,749.92 dólares y con un tiempo de 432 minutos al aire. El costo de la publicidad es resultado de la aplicación las tarifas comerciales ordinarias. Dicho valor no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación.

Adicionalmente, el Ejecutivo a través de ministerios y dependencias del Gobierno ha pautado otras publicidades, a continuación el detalle:

Institución	Monto	Tiempo
PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA	185,749.92	432 min.
MINISTERIO DE EDUCACIÓN	164,114.88	99 min.
MINISTERIO DE SALUD PUBLICA	135,585.22	14 min.
CORPORACIÓN ADUANERA DEL ECUADOR	65,371.59	56 min.
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y OBRAS PÚBLICAS	63,754.60	347 min.
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	62,588.10	45 min.
MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL	50,413.57	39 min.
MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL	13,028.76	51 min.
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES	12,925.56	9 min.
MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERÍA ACUACULTURA Y PESCA	9,945.60	Prensa
MINISTERIO DE TURISMO	7,658.00	118 min.
MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO DE LA VIVIENDA	6,957.27	129 min.
MINISTERIO DE ELECTRICIDAD Y ENERGÍA RENOVABLE	350	30 seg.

* El costo de la publicidad es resultado de la aplicación de las tarifas comerciales ordinarias. Dicho valor no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación.

2.2 Organismos Seccionales difundieron spots de televisión y cuñas radiales en los que se informa sobre la gestión de esas instituciones.

Institución	Monto	Tiempo
MUNICIPIO DE GUAYAQUIL	124,871.94	187 min.
PREFECTURA DEL GUAYAS	40,424.40	22 min.
PREFECTURA DE PICHINCHA	3,050.45	51 min.
MUNICIPIO DE LOJA	458	30 seg.
MUNICIPIO DE QUITO	375.8	7 min.

* El costo de la publicidad señalada en los cuadros, son resultado de la aplicación de las tarifas comerciales ordinarias. Dichos valores no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación.

2.3 La Asamblea Nacional Constituyente difundió spots de televisión y cuñas radiales en los que se informa sobre la aprobación de artículos y la reestructuración institucional.

LEGISLATIVO	Monto	Tiempo
ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE	1.441.00	21 min.

* El costo de la publicidad es resultado de la aplicación de las tarifas comerciales ordinarias. Dicho valor no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación

2.4 El Consejo Nacional Electoral lleva adelante una campaña cívica, tanto en televisión como en radio, con el fin de informar sobre las elecciones generales del próximo 26 de abril y promover la participación de los ciudadanos en las mismas.

ELECTORAL	Monto	Tiempo
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL	163.158.06	553 min.

* El costo de la publicidad es resultado de la aplicación de las tarifas comerciales ordinarias. Dicho valor no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación.

3 Observaciones

- En esta semana por el Movimiento Alternativa Popular lista 61, que promueve la candidatura de Enrique Gallegos para la alcaldía de Quito, difunde cuñas radiales diarias sin mención del Consejo Nacional Electoral (CNE), en radio Rumbera, incumpliendo la disposición del CNE. Al no haber dicha mención, no podemos identificar si se trata de publicidad contratada en base al fondo de promoción electoral, o por fuera de este.
- En las radios de la capital: Tarqui y Democracia durante su programación se difundieron extractos de discursos del ex Alcalde de Quito, Paco Moncayo, el candidato Antonio Ricaurte y, del Presidente de la República y candidato, Rafael Correa. El Centro de Monitoreo, no ha podido identificar si se trata de publicidad pautaada en base al fondo de promoción electoral.
- Los candidatos, a la alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito, Enrique Gallegos Arends, del Movimiento Alternativa Popular lista 61, y el postulante a la Asamblea Nacional, Abdalá Bucaram del Partido Roldosista Ecuatoriano lista 10, muestran en sus spots de campaña en medios la imagen de niño/as, lo que violenta el artículo 52 numeral 2 del Código de la Niñez y adolescencia establece: "Se prohíbe.../...La utilización de niños y niñas o adolescentes en programas o espectáculos de proselitismo político o religioso".
- El binomio presidencial Álvaro Noboa - Anabella Azín (PRIAN 7), mantiene su publicidad en prensa, limitándose a describir su agenda de entrevistas en medios y otras actividades de la campaña.
- El Centro de Monitoreo ha observado que varios candidatos mantienen espacios o programas en radio y/o televisión, que ellos mismo los conducen. Participación Ciudadana hace un llamado al Consejo Nacional Electoral a que se regule la situación de candidatos que a su vez tienen espacios propios habituales en medios de comunicación, ya que ello genera desigualdad en la campaña electoral, pues son mecanismos de exposición pública que puede influir sobre la decisión de los votantes en las urnas.

Sobre el Monitoreo de Participación Ciudadana

El objetivo del Monitoreo de PC es transparentar el gasto electoral **de los candidatos a la Presidencia y Vicepresidencia y a las alcaldías de Quito y Guayaquil, que expongan publicidad electoral en 32 medios de comunicación social nacionales** (diez canales televisión, doce radios y diez medios impresos), durante los 45 días de campaña electoral que termina el próximo 23 de abril.

El reporte de gasto se lo publicará periódicamente a través del periódico electrónico “Ciudadanía Informada” (www.ciudadaniainformada.com) y de la página Web de Participación Ciudadana (www.participacionciudadana.org).

Ficha Técnica

El Centro de Monitoreo de Medios de PC hace un seguimiento las 24 horas del día, de lunes a domingo, tanto en Quito y Guayaquil, de los siguientes medios:

Radio: Los 40 principales, Sonorama, Tarqui, Democracia, Quito, Visión, CRE, Telégrafo , Cristal , Súper K , Caravana , Tropicana.
Televisión: Ecuavisa, Telemazonas, Ecuador TV, Gamavisión, Ecuavisa Internacional, RTU, RTS, Canal Uno, ETV Telerama, TC Televisión.
Prensa Escrita: El Comercio, Diario Hoy, La Hora, Revista Vanguardia, Revista Vistazo, El Expreso, El Universo, El Telégrafo, Extra, Súper.

Contacto: Dayana Mancheno y/o Pablo Villacís 099 24 23 07 o 2466-003 Ext. 122