



Quito, 4 de Agosto del 2010

BOLETIN DE PRENSA 148

INFORME DE MONITOREO DE MEDIOS CORRESPONDIENTE A JULIO DE 2010

- 1- Publicidad Oficial (Estatal, Nacional y Seccional), del 1 al 31 de Julio 2010.**
- 2- Promoción personal de autoridades.**

Del 1 al 31 de Julio 2010

El Centro de Monitoreo de la Corporación Participación Ciudadana (PC) presenta el informe mensual de la observación a la Publicidad Oficial (Estatal, Nacional y Seccional) y promoción de autoridades de entidades públicas nacionales y seccionales correspondiente a Julio de 2010 realizada en sus sedes de Quito y Guayaquil.

El objetivo de esta actividad es transparentar el uso de recursos públicos en el pautaaje de publicidad en medios de comunicación televisivos, así como vigilar violaciones al Art. 219 al Código de la Democracia que prohíbe a los funcionarios públicos promocionarse a través de obras y proyectos a su cargo.

En este informe, el Centro de Monitoreo reporta los siguientes resultados:

1.- PUBLICIDAD OFICIAL:

El Centro de Monitoreo ha observado Publicidad Oficial difundida por distintas **instituciones relacionadas al Estado, tanto Gobierno Central como Gobiernos Seccionales**. Las instituciones que durante el período monitoreado han promocionado spots en televisión son:

INSTITUCIONES DEL ESTADO	Monto	Tiempo	Nº SPOT
SECRETARIA DE COMUNICACIÓN DE LA PRESIDENCIA	417,727	360 Min.	64
PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA	360,914	199 Min.	332
MINISTERIO DE INCLUSION ECONOMICA Y SOCIAL	161,566	95 Min.	166
MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES	158,100	66 Min.	84
REGISTRO CIVIL	147,392	79 Min.	133
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN EMPLEO Y COMPETITIVIDAD	144,984	46 Min.	61
MINISTERIO DE TURISMO	79,017	44 Min.	81
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y OBRAS PÚBLICAS	58,128	28 Min.	28
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA	46,479	31 Min.	69
MINISTERIO DEL DEPORTE	44,481	39 Min.	78
FISCALIA GENERAL DEL ESTADO	43,833	30 Min.	62
MINISTERIO DE COORDINACION DE LA POLÍTICA	34,957	19 Min.	34
SENPLADES	33,051	3 Min.	6
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES	23,143	14 Min.	49
VICEPRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA	20,545	14 Min.	33
MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD	9,715	8 Min.	27
CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL	19,357	17 Min.	35
MINISTERIO DE JUSTICIA	18,858	13 Min.	25
SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS	17,441	11 Min.	18
ROCAFUERTESEGUROS	3,647	9 Min.	9
MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO DE LA VIVIENDA	3,160	3 Min.	31
INSTITUTO NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA	1,360	5 Min.	5
MINISTERIO DE CULTURA	200	30 Seg.	1

ORGANISMOS SECCIONALES	Monto	Tiempo	Nº SPOT
MUNICIPIO DE GUAYAQUIL	254,267	151 Min.	310
MUNICIPIO DE QUITO	179,529	91 Min.	195
MUNICIPIO DE ORELLANA	44,677	29 Min.	58
GOBIERNO PROVINCIAL DE ORELLANA	32,850	66 Min.	130
PREFECTURA AZUAY	17,999	30 Min.	54
MUNICIPIO DEL CANTÓN PELILEO	17,380	37 Min.	68
GOBIERNO PROVINCIAL DE PASTAZA	13,320	21 Min.	91
MUNICIPIO DE CAYAMBE	7,186	5 Min.	9
MUNICIPIO DE PUJILÍ	6,560	11 Min.	41
MUNICIPIO DEL CANTÓN ALAUSÍ	5,500	11 Min.	15
MUNICIPIO DE MACHACHI	5,343	11 Min.	26
MUNICIPIO DE SANTO DOMINGO	4,680	14 Min.	35
PREFECTURA DEL GUAYAS	4,320	9 Min.	9
GOBIERNO PROVINCIAL DE PICHINCHA	2,580	3 Seg.	8
MUNICIPIO PEDRO MONCAYO	3,468	2 Seg.	4
MUNICIPIO DE PENIPE	180	30 Seg.	1

Cabe destacar que estos valores corresponden a las tarifas comerciales ordinarias que aplican los medios de comunicación, por lo tanto **no incluyen** descuentos o recargos que pueden haber aplicado los canales de televisión observados por el Centro de Monitoreo. De darse tales descuentos, los valores señalados, o parte de ellos, podrían ser menores.

SPOTS COMPARTIDOS	Monto	Tiempo	Nº SPOT
REACCIONA ECUADOR, EL MACHISMO ES VIOLENCIA (MINISTERIOS: JUSTICIA; SALUD; EDUCACIÓN; INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL; GOBIERNO; EL CONSEJO NACIONAL DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA; COMISIÓN DE TRANSICIÓN HACIA EL CONSEJO DE LAS MUJERES Y LA IGUALDAD DE GÉNERO, Y; PLAN DE SEGURIDAD CIUDADANA).	110,691	70 Min.	125
FIRMA ELECTRÓNICA: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR; CONATEL.	58,356	52 Min.	103
EL PODER DE MAMÁ: MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL (MIES); MINISTERIO DE SALUD	56,201	32 Min.	51
RECUPERACIÓN TREN DE ALFARO: FERROCARRILES DEL ECUADOR; MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE PATRIMONIO; MINISTERIO DE TURISMO.	37,632	25 Min.	38
CULTURA (OBRAS DE TEATRO): MUNICIPIO DE QUITO FUNDACIÓN TEATRO NACIONAL SUCRE FONDO DE SALVAMENTO DEL PATRIMONIO CULTURAL DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO (FONSAL).	34,185	59 Min.	131
PREVENCIÓN DE INCENDIOS: BOMBEROS; MUNICIPIO DE QUITO.	32,326	38 Min.	76
VUELTA CICLÍSTICA “CIUDAD DE GUAYAQUIL”: MUNICIPIO DE GUAYAQUIL; FEDERACIÓN DEPORTIVA DEL GUAYAS.	14,922	19 Min.	31
FOCOS AHORRADORES: MINISTERIO DE ELECTRICIDAD Y ENERGÍA RENOVABLE; MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE LOS SECTORES ESTRATÉGICOS; PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA.	5,130	12 Min.	14
REGISTRO DONANTE: MINISTERIO DE SALUD; PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA.	2,850	30 Seg.	1
PREVENCIÓN DE USO DE DROGAS: VICEPRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA; CONSEP; ECUADOR TV; GAMA TV.	2,847	6 Min.	9

* Consideramos como **spots compartidos**, en el presente monitoreo, aquellos donde se observa más de un logotipo institucional, como responsables del spot. El Centro de Monitoreo no puede determinar que porcentaje del costo del sport fue cubierto por cada institución por tanto lo señalamos como “publicidad compartida”.

Cabe destacar que estos valores corresponden a las tarifas comerciales ordinarias que aplican los medios de comunicación, por lo tanto **no incluyen** descuentos o recargos que pueden haber aplicado los canales de televisión observados por el Centro de Monitoreo. De darse tales descuentos, los valores señalados, o parte de ellos, podrían ser menores.

2.- PROMOCIÓN PERSONAL DE AUTORIDADES:

El Centro de Monitoreo de la Corporación Participación Ciudadana (PC) observó que, del 1 al 31 de Julio, varios organismos seccionales difundieron spots donde en parte de ellos, se promociona el nombre de la autoridad Seccional (Alcaldes- Prefectos), contraviniendo lo dispuesto en el Art. 219 de la Ley Orgánica Electoral, Código de la Democracia, que dice: “*Se prohíbe a los servidores, servidoras, organismos o instituciones públicas, la utilización de los recursos y bienes públicos para promocionar sus nombres o sus organizaciones políticas en las instituciones, obras o proyectos a su cargo...*”

A continuación los organismos seccionales que aparecen con spots, en los medios televisivos que observa el Centro de Monitoreo, **que incumplieron** en el mes de julio 2010 o en parte de este mes, lo dispuesto en el Art. 219 de la Ley Orgánica Electoral, Código de la Democracia sobre promoción de autoridades, son:

Organismo Seccional	Aparición del nombre de la Autoridad	Tipo de Spot
MUNICIPIO DE QUITO	SI AUGUSTO BARREARA	"QUITO DIGNO Y LIMPIO"
MUNICIPIO DE GUAYAQUIL	SI JAIME NEBOT	"VUELTA CICLISTICA CIUDAD DE GUAYAQUIL"
MUNICIPIO DEL CANTÓN LORETO	SI RENE GREFA	"FIESTAS DE CANTONIZACIÓN"
MUNICIPIO DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO	SI VIRGILIO ANDRANGO	"FIESTAS DE SAN PEDRO E ITIRAYMI"
MUNICIPIO DE SANTO DOMINGO	SI VERONICA ZURITA	"CONSTRUYENDO SANTO DOMINGO"
GOBIERNO PROVINCIAL DE ORELLANA	SI GUADALUPE LLORI, Y EL VICEPREFECTO, RODRIGO ROMÁN	"FIESTAS DE CANTONIZACIÓN"

OBSERVACIONES GENERALES SOBRE EL MONITOREO DE PUBLICIDAD OFICIAL, DEL 1 AL 31 DE JULIO 2010:

- En las Instituciones Públicas, los mayores pautantes en este periodo son: la **SECRETARIA NACIONAL DE COMUNICACIÓN**, con un monto de **USD 417,727** con su espacio televisivo: "Informativo para la Democracia, Ley de caminos" con una duración de 3 minutos con 50 segundos, e "Informativo para la Democracia, Bienestar Social" con un tiempo de duración de 2 minutos con 58 segundos, difundidos en Gama TV, TC Televisión y Ecuador TV. Y, segundo lugar, aparece la **PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA** con un monto de **USD 360,914** y se refiere a cinco campañas relacionadas a: "Ecuador, un país libre", "Libertad de Expresión", "Ley de Comunicación", "Ley de Educación Superior", y un promocional del Gobierno "Ecuador, un país de paz".
- En la publicidad compartida, la campaña que ha registrado mayor gasto en este periodo es: **"REACCIONA ECUADOR, EL MACHISMO ES VIOLENCIA"**, con un monto de **USD 110,691**. En definitiva, en el mes de Julio se observó una disminución del pautaaje de las Instituciones del Estado y de los Spots Compartidos en relación al mes de junio de 2010, donde predominaron campañas de publicidad durante el Mundial Sudáfrica 2010.
- En cuanto a Organismos Seccionales, el **MUNICIPIO DE GUAYAQUIL** aparece como el mayor pautante con la promoción de tres spots sobre: "En Julio y todos los días, Guayaquil avanza"; "Fiestas Julio 2010"; "Vuelta Ciclista Ciudad de Guayaquil", con un gasto de **USD 254,267** en los medios monitoreados.
- El Ministerio de Obras Públicas y la productora "En el Ojo Film", presentaron una producción dando a conocer sus obras con un tiempo de duración de 14 minutos, en varios canales de televisión en diferentes horarios.

- El Instituto Nacional de Contratación Pública (INCOP), presentó el día sábado 31 de Julio una producción dando a conocer las actividades de la institución con un tiempo de duración de 4 minutos con 36 segundos, en Ecuador TV y Canal Uno.

SOBRE EL MONITOREO DE PROMOCIÓN DE AUTORIDADES

- El Prefecto de la provincia del Guayas, Jimmy Jairala, presentó un espacio denominado “Resumen cadena radial informativa y rendición de cuentas” en el canal: RTU, en una ocasión (25.07.2010), con un tiempo de duración de nueve minutos.

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

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, a **9 medios televisivos**. (Ecuavisa, Teleamazonas, Ecuador TV, GamaTV, RTS, RTU, Canal Uno, ETV Telerama, TC Televisión). Conforme la ficha técnica adjunta, el monitoreo abarca los nueve canales de cobertura nacional descritos. Por lo tanto no registra aquellos pautajes realizados en medios locales, de cobertura regional.

Relaciones Públicas PC: Dayana Mancheno Vela 097064159, 2466-003.