



Quito, 13 de Marzo de 2009

BOLETÍN DE PRENSA

LA CAMPAÑA ELECTORAL EN MEDIOS INICIÓ CON RETRASO EN LA PRIMERA SEMANA

Primer informe del Centro de Monitoreo de Medios Semana del 10 al 13 de marzo de 2009

1) Publicidad Electoral:

Durante la primera semana de campaña electoral, el Centro de Monitoreo de Medios de Participación Ciudadana observó que los candidatos a la Presidencia y Vicepresidencia de la República y los aspirantes a las alcaldías de Quito y Guayaquil, al igual que el resto de dignidades a elegir en los comicios del próximo 26 de abril, no invirtieron en publicidad electoral en los 32 medios de comunicación observados, a excepción de una publicidad en diario el Universo del candidato Álvaro Noboa registrada con el logo de CNE. Dicho valor no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación.

Hay que señalar que la falta de claridad oportuna sobre las nuevas normativas que regirán para los comicios 2009, por parte del Consejo Nacional Electoral (CNE), provocó que los tesoreros únicos y los candidatos a las distintas dignidades de elección popular, se demoren en pautar en los distintos medios de comunicación social con el fondo de promoción electoral que el Estado entrega a través del organismo electoral, lo que ha generando retraso en el inicio de la campaña en medios, en la primera semana. Es de esperarse que esta situación se vaya normalizando en el transcurso de la campaña electoral.

PROMOCIÓN ELECTORAL	Tiempo / Espacio	Monto
ALVARO NOBOA PONTÓN	Prensa	3,200.00

2) Publicidad Oficial:

El Centro de Monitoreo de la Corporación Participación Ciudadana ha observado Publicidad Oficial contratada por distintas instituciones relacionadas al Estado, tanto Gobierno Central como Gobiernos Seccionales, por esta razón considera que en nombre de la transparencia del proceso y la igualdad en la lid electoral para todos los candidatos, la autoridad electoral debe prohibir todo tipo de publicidad directa e

indirecta, especialmente de las autoridades en funciones que buscan la reelección, para lo que resta de la campaña electoral porque esta publicidad puede influir en la decisión de los votantes.

La Publicidad Oficial (Ejecutivo, Legislativo, Electoral) difundida en la primera semana es la siguiente:

2.1 El Ejecutivo presentó spots de televisión y cuñas radiales para difundir el contenido de obras y promocionar a la Presidencia de la República (jingle “Beatles”, “campaña Primero Ecuador”, “campaña Educación del Milenio”, Canción Promocional, Testimonios ciudadanos. El costo de la publicidad, aplicando las tarifas comerciales ordinarias es de USD 44,760.05. Dicho valor no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación.

EJECUTIVO	Tiempo (min.)	Monto
CONSEJO NACIONAL DE LA NINEZ Y ADOLESCENCIA	30	200
MINISTERIO DE EDUCACION	3	439
CONSEJO NACIONAL DE SUSTANCIAS ESTUPEFACIENTES Y PSICOTRÓPICAS	2	1,000.00
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS	18	1,265.70
MINISTERIO DE COORDINACION DE DESARROLLO SOCIAL	3	1,512.00
MINISTERIO DE INCLUSION ECONOMICA Y SOCIAL	4	1,590.00
MINISTERIO DE TURISMO	31	2,026.00
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	12	4,324.08
MINISTERIO DE SALUD PUBLICA	9	7,033.00
MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERIA ACUACULTURA Y PESCA	Prensa	9,945.60
PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA	171	44,760.05

2.2 Organismos Seccionales difundieron spots de televisión y cuñas radiales en los que se informa sobre la gestión de esas instituciones y la difusión de obras. El costo de la publicidad, aplicando las tarifas comerciales ordinarias es de USD 5,761.25 Dicho valor no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación.

ORGANISMOS SECCIONALES	Tiempo (min.)	Monto
MUNICIPIO DE QUITO	7	375.80
MUNICIPIO DE LOJA	30 seg.	458.00
MUNICIPIO DE GUAYAQUIL	2	2,173.00
PREFECTURA DE PICHINCHA	47	2,754.45
TOTAL	56	5,761.25

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. El costo de la publicidad, aplicando las tarifas comerciales ordinarias es de USD 215.00. Dicho valor no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación.

LEGISLATIVO	Tiempo (min.)	Monto
ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE	3	215.00

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. El costo de la publicidad, aplicando las tarifas comerciales ordinarias es de USD 2,616.40. Dicho valor no incluye descuentos o recargos que pueden haber aplicado los medios de comunicación.

ELECTORAL	Tiempo (min.)	Monto
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL	55	2,616.40

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 de carácter nacional (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, Teleamazonas, Ecuador TV, Gamavisión, Ecuavisa Internacional, CN3 (Cable), 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