



Quito, 17 de Abril de 2009

BOLETÍN DE PRENSA

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

Sexto informe del Centro de Monitoreo de Medios
Del 10 de marzo al 17 de abril de 2009

1) Publicidad Electoral:

El Centro de Monitoreo de Medios de Participación Ciudadana observó que los ocho candidatos a la Presidencia de la República legalmente registrados el Consejo Nacional Electoral (CNE), para pautar en medios de comunicación, han utilizado el fondo de promoción electoral, en los 32 medios de comunicación que el Centro analiza en radio, prensa y televisión, de la siguiente forma:

CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA				
PARTIDO	CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº SPOT/CUÑA
RED-PD 29-50	MARTHA ROLDOS BUCARAM	341,147.68	327 min. 5 seg.	450
MTMIL 155	CARLOS SAGÑAY	304,788.38	164 min. 25 seg.	476
MPAIS 35	RAFAEL CORREA DELGADO	300,235.12	173 min. 21 seg.	273
PRIAN 7	ALVARO NOBOA PONTÓN	297,131.07	136 min. 7 seg.	409
MJS 40	CARLOS GONZÁLEZ	290,587.45	560 min. 7 seg.	844
PSP 3	LUCIO GUTIÉRREZ BORBÚA	228,846.62	218 minutos	508
MITS 151	DIEGO DELGADO	200,242.70	465 min. 7 seg.	926
MTF 39	MELBA JÁCOME	155,902.72	347 min. 2 seg.	704

POR TIPO DE MEDIO - PRESIDENCIA			
TELEVISIÓN			
CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº SPOT/CUÑA
MARTHA ROLDOS BUCARAM	332,812.26	198 min. 18 seg.	283
CARLOS SAGÑAY	303,691.30	157 min. 6 seg.	450
RAFAEL CORREA DELGADO	299,003.12	147 min. 28 seg.	222
CARLOS GONZÁLEZ	268,511.40	221 min. 6 seg.	351
ALVARO NOBOA PONTÓN	209,344.08	116 min. 16 seg.	315
DIEGO DELGADO	195,190.20	350 min. 6 seg.	699
LUCIO GUTIÉRREZ BORBÚA	194,232.92	94 min. 6 seg.	219
MELBA JÁCOME	135,254.40	69 min.	140
RADIO			
CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº SPOT/CUÑA
CARLOS GONZÁLEZ	15,630.25	339 min. 15 seg.	490
MELBA JÁCOME	10,036.72	278 min. 15 seg.	559
MARTHA ROLDOS BUCARAM	5,903.17	129 min. 3 seg.	166
DIEGO DELGADO	5,052.50	115 min.	227
LUCIO GUTIÉRREZ BORBÚA	4,550.45	124 min. 4 seg.	266
RAFAEL CORREA DELGADO	1,232.00	26 min. 9 seg.	51
ALVARO NOBOA PONTÓN	1,072.59	20 min. 6 seg.	21
CARLOS SAGÑAY	377.08	7 min. 6 seg.	25
PRENSA			
CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº DE REGISTROS Y/O PUBLICACIONES
ALVARO NOBOA PONTÓN	86,714.40		73
LUCIO GUTIÉRREZ BORBÚA	30,063.25		23
MELBA JÁCOME	10,611.60		5
CARLOS GONZÁLEZ	6,445.80		3
MARTHA ROLDOS BUCARAM	2,432.25		1
CARLOS SAGÑAY	720		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 A LA ALCALDIA DE QUITO				
PARTIDO	CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº SPOT/CUÑA
UNO 1	SANTIAGO RIBADENEIRA	62,663.30	204 min. 3 seg.	418
MAP 61	ENRIQUE GALLEGOS	51,090.00	80 min. 3 seg.	128
MPAIS 35	AUGUSTO BARRERA	50,850.30	25 min. 9 seg.	84
MJS 40	GUSTAVO BURGOS	36,119.80	54 min. 6 seg.	109
MMI 24	ANTONIO RICAURTE	33,516.42	270 min.	972
CND 51	NELSON MALDONADO	32,857.60	9 min.	28
PSP 3	RAMIRO BORJA	30,504.05	51 min. 5 seg.	105
MANA 14	FRANCISCO LAMIÑA	23,624.60	72 min. 15 seg.	203
MNCS-ID 55-12	YOLANDA TORRES	20,311.30	81 min. 5 seg.	124
MTF 39	MARCO TORRES	18,095.76	19 min. 4 seg.	41
MCN 25	FREDDI MAYORGA	16,900.00	18 min. 9 seg.	44
PRIAN 7	GONZALO PÉREZ	12,391.00	6 min. 9 seg.	16
RED-PD 29-50	HENRY LLANES	10,121.35	205 min. 9 seg.	414

POR TIPO DE MEDIO - ALCALDIA DE QUITO			
TELEVISIÓN			
CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº SPOT/CUÑA
SANTIAGO RIBADENEIRA	55,444.20	41 min. 6 seg.	98
AUGUSTO BARRERA	49,791.80	24 min. 1 seg.	76
ENRIQUE GALLEGOS	44,116.60	51 min. 2 seg.	79
GUSTAVO BURGOS	33,953.00	16 min. 1 seg.	32
RAMIRO BORJA	24,902.00	8 min. 9 seg.	18
ANTONIO RICAURTE	23,017.77	26 min. 8 seg.	80
NELSON MALDONADO	15,060.00	9 min.	22
GONZALO PÉREZ	12,391.00	6 min. 9 seg.	16
FREDDI MAYORGA	9,740.00	6 min.	16
MARCO TORRES	8,718.00	2 min.	4
FRANCISCO LAMIÑA	8,357.00	13 min.	32
HENRY LLANES	5,957.50	17 min.	34
RADIO			
CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº SPOT/CUÑA
ANTONIO RICAURTE	10,498.65	243 min. 23 seg.	892
SANTIAGO RIBADENEIRA	5,869.10	162 min. 6 seg.	319
HENRY LLANES	4,163.85	188 min. 9 seg.	380
YOLANDA TORRES	2,999.30	81 min. 5 seg.	111
FRANCISCO LAMIÑA	2,467.40	59 min.	165
GUSTAVO BURGOS	2,166.80	53 min. 5 seg.	77
ENRIQUE GALLEGOS	1,215.00	29 min.	44
RAMIRO BORJA	895.65	42 min. 6 seg.	85
MARCO TORRES	832	17 min. 4 seg.	35
FREDDI MAYORGA	292	12 min.	24
AUGUSTO BARRERA	58.5	1 min. 8 seg.	7
PRENSA			
CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº DE REGISTROS Y/O PUBLICACIONES
NELSON MALDONADO	17,797.60		6
YOLANDA TORRES	17,312.00		13
FRANCISCO LAMIÑA	12,800.20		6
MARCO TORRES	8,545.76		2
FREDDI MAYORGA	6,868.00		4
ENRIQUE GALLEGOS	5,758.40		5
RAMIRO BORJA	4,706.40		2
SANTIAGO RIBADENEIRA	1,350.00		1
AUGUSTO BARRERA	1,000.00		1

CANDIDATOS A LA ALCALDIA DE GUAYAQUIL				
PARTIDO	CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº SPOT/CUÑA
MPAIS 35	MARIA DE LOS ANGELES DUARTE	74,597.02	43 min. 2 seg.	133
MMG-PSC 75-6	JAIME NEBOT SAADI	35,628.74	260 min. 9 seg.	638
MANA 14	RAFAEL NAVARRETE	5,812.60	54 min. 6 seg.	154
MLID 71-17	GABRIEL PIN GUERRERO	4,831.00	7 min. 8 seg.	157
MASA 38-68	FRANKLIN ALVARADO CANALES	1,467.00	32 segundos	1

POR TIPO DE MEDIO - ALCALDIA DE GUAYAQUIL			
TELEVISIÓN			
CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº SPOT/CUÑA
MARIA DE LOS ANGELES DUARTE	73,815.52	41 min. 2 seg.	126
JAIME NEBOT SAADI	24,963.00	11 min.	52
RAFAEL NAVARRETE	2,268.00	44 seg.	4
FRANKLIN ALVARADO CANALES	1,467.00	32 seg.	1
RADIO			
CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº SPOT/CUÑA
JAIME NEBOT SAADI	9,665.74	249 min. 4 seg.	585
GABRIEL PIN GUERRERO	4,831.00	7 min. 8 seg.	157
RAFAEL NAVARRETE	3,544.60	53 min. 9 seg.	150
MARIA DE LOS ANGELES DUARTE	120	1 min. 9 seg.	6
PRENSA			
CANDIDATO	MONTO	TIEMPO	Nº SPOT/CUÑA
JAIME NEBOT SAADI	1,000.00		1
MARIA DE LOS ANGELES DUARTE	661.5		1

* 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, Educación del Milenio, mejora de servicios públicos, no evasión, seamos puntuales, Ecuador es uno, no a la corrupción, por un gasto de 344,023.42 dólares y con un tiempo de 678 minutos con seis segundos 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:

EJECUTIVO		
INSTITUCIÓN	MONTO	TIEMPO
PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA	344,023.42	678 min. 6 seg.
MINISTERIO DE EDUCACION	341,201.46	201 min. 8 seg.
MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO DE LA VIVIENDA	283,907.90	494 min. 3 seg.
MINISTERIO DE SALUD PUBLICA	272,179.36	167 min. 3 seg.
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y OBRAS PÚBLICAS	215,598.62	104 min. 5 seg.
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES	135,996.28	87 min. 3 seg.
CORPORACION ADUANERA DEL ECUADOR	134,929.92	110 min. 9 seg.
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	79,724.10	44 min. 4 seg.
MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERIA ACUACULTURA Y PESCA	75,489.82	38 min. 4 seg.
MINISTERIO DE COORDINACION DE DESARROLLO SOCIAL	50,413.57	38 min. 9 seg.
MINISTERIO DE INCLUSION ECONOMICA Y SOCIAL	45,970.80	138 min. 4 seg.
MINISTERIO DE GOBIERNO POLICIA Y CULTURA	20,576.92	22 min. 9 seg.
MINISTERIO DE TURISMO	11,505.00	175 min. 1 seg.
MINISTERIO DE ELECTRICIDAD Y ENERGIA RENOVABLE	700	1 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.

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

ORGANISMOS SECCIONALES		
INSTITUCIÓN	MONTO	TIEMPO
MUNICIPIO DE GUAYAQUIL	984,449.83	1.136 min. 7 seg.
PREFECTURA DEL GUAYAS	185,738.48	138 min. 4 seg.
PREFECTURA DE PICHINCHA	36,321.45	54 min. 5 seg.
MUNICIPIO DE QUITO	22,585.80	16 min. 5 seg.
*MUNICIPIO DE CUENCA	3,065.00	8 min. 1 seg.
MUNICIPIO DE LOJA	483.15	1 min. 8 seg.

* 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.

* En el caso del Municipio de Cuenca, se observaron dos spots televisivos (Telerama), con el auspicio de este Cabildo que están al aire desde hace semanas atrás.

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	1.968,5	27 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	751,699.23	1.771 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

- El candidato a la Presidencia de la República, Alvaro Noboa, del PRIAN lista 7, realizó un Espacio Político Contratado en 13 radios (16.04.09 / 17h30 a 18h30); sin presentar sin créditos del Consejo Nacional Electoral (CNE). Al no existir dichos créditos, no podemos identificar si se trata de publicidad contratada en base al fondo de promoción electoral, o por fuera de este.
- En Ecuavisa Internacional (13.04.09.) se observó que el Movimiento Alianza País lista 35 difunde un spot de 30 segundos promoviendo la candidatura para Asambleístas por EE.UU. y Canadá, de Francisco Hagó y Linda Machuca sin créditos del Consejo Nacional Electoral (CNE), incumpliendo la disposición del CNE. Al no existir dichos créditos, no podemos identificar si se trata de publicidad contratada en base al fondo de promoción electoral, o por fuera de este.
- En Teleamazonas (15.04.09.) se observó que el Movimiento Municipal Independiente 24, lista 24 difunde un spot de 20 segundos promoviendo la candidatura para la Alcaldía de Quito, de Antonio Ricaurte, sin créditos del Consejo Nacional Electoral (CNE), incumpliendo la disposición del CNE. Al no haber dichos créditos, no podemos identificar si se trata de publicidad contratada en base al fondo de promoción electoral, o por fuera de este.
- El Movimiento Patria Altiva y Soberana Alternativa lista 35, que promueve la candidatura de Walter Ocampos para la alcaldía de la Concordia, difunde cuñas radiales diarias sin mención del Consejo Nacional Electoral (CNE), en radio Súper W (96.9 La Concordia), 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.
- El Movimiento Patria Altiva y Soberana Alternativa lista 35, que promueve la candidatura de Jaime Ruiz para Asambleísta por Pichincha, difunde publicaciones convocando a una invitación pública (diario la Hora, 14.04.09) sin logo del Consejo Nacional Electoral (CNE), 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.
- El candidato a la Presidencia de la República, Alvaro Noboa, del PRIAN lista 7, muestra en uno de 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 candidato a la Prefectura de Pichincha, Roberto Aguilar, del PRIAN lista 7, muestra en uno de sus spots de campaña en televisión la imagen de niño/as (Gama TV 15.04.09.) con duración de 30 segundos, 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 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.
- Las campañas de los candidatos a la Presidencia en medios de comunicación se caracterizan por apelar a las emociones y últimamente al ataque a sus contendientes, 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...”.

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, Teleamazonas, 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