

Elecciones Presidenciales 2019: Monitoreo a la Campaña Electoral. 4° Informe.

CENTRO DE MONITOREO DE TRANSPARENCIA Y DEMOCRACIA DE ACCIÓN CIUDADANA.

01 DE FEBRERO DE 2019.



Metodología

Monitoreo de Medios:

- Monitoreo Tecnológico de Medios SA desarrolló una plataforma tecnológica que permite monitorear el 100% del tiempo en Tv, Radio, Tv Cable:
 - La plataforma se aplica a la auditoría de medios a fin de comprobar transmisión de pauta, soporte de facturación y rendición de cuentas.
 - Opera en 9 países y desde 2011 en Guatemala.
 - La plataforma monitorea la pauta de spots comerciales, pauta electoral, y transmisiones de música para las empresas discográficas, y asociaciones de autores e interpretes.

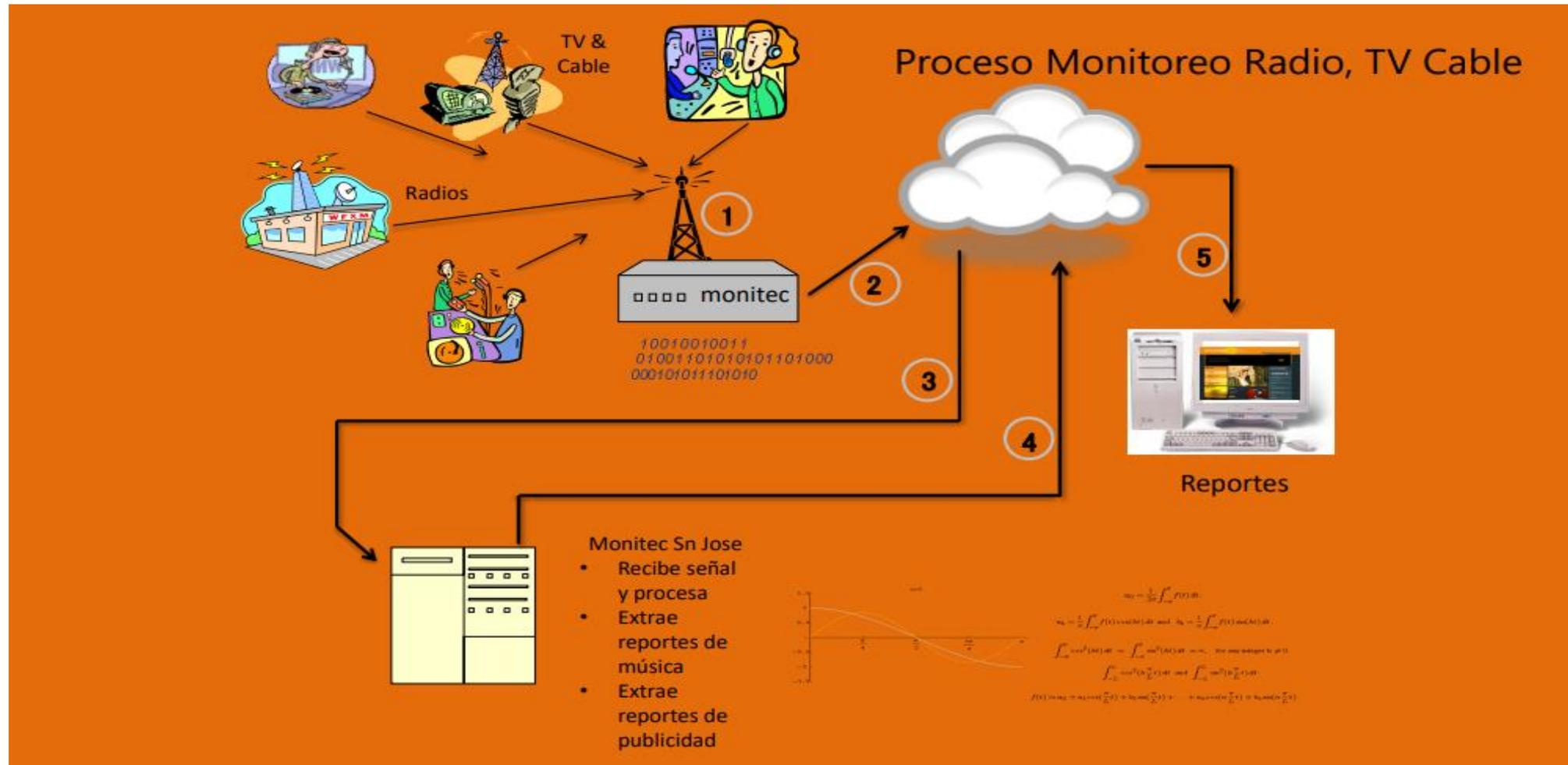
Sistema de Monitoreo:

- En cada plaza a monitorear, se coloca una estación de “escucha” (hardware = cajas de sintonía y captura de señal).
- El sistema graba toda la transmisión de cada medio monitoreado, la digitaliza, comprime y envía por Internet al centro de procesamiento Monitec en Costa Rica.
- En el centro de procesamiento, nuestra plataforma hace la búsqueda de los spots contenidos entre toda la programación (stream) de cada medio.
- Para que el sistema realice la búsqueda, debe tener una copia digital del spot a buscar. En El Salvador se obtienen a través de la empresa de monitoreo Publisearch, quien diariamente entrega una copia física de cada spot de TV y Radio.

Sistema de Monitoreo:

- El sistema realiza la grabación del medio, procesamiento, detección e identificación de spots, y armado de base de datos de resultados en forma automática y autónoma; no existe intervención humana en todo el proceso que pueda alterar los datos o resultados.
- El sistema reporta solo aquellos spots que fueron detectados, indicando el nombre del spot, partido político, medio en que se detectó la transmisión, la fecha/hora/minuto/segundo en que se detectó, y la duración del spot en segundos.
- Manualmente se agrega la tarifa correspondiente al spot detectado.

Proceso de Monitoreo de Radio, TV:



Monitoreo Exterior:

- **Vallas:** Estas se contratan mensualmente. Se contrata la valla por espacio de 30 días y los materiales o campaña que se anuncian en la valla depende de cada anunciante. Normalmente se pone un anuncio y se mantiene sin cambio durante el mes, aunque hay anunciantes que cambian la propaganda cada 15 días.
- **Mupis:** Este medio se contrata por periodos catorcenales. Si bien los materiales publicitarios pueden ser cambiados cada semana, el periodo contratado es de 14 días.
- **Metodología:** Se realizan dos levantamientos por mes, sobre rutas predefinidas de alto tráfico. Se hacen recorridos de inspección durante los cuales se documenta la cantidad de medios utilizados que se van encontrando durante el recorrido, y se les toma fotografía para documentar la publicación. En el caso de pantallas electrónicas, el personal de monitoreo observa y documenta los cortes comerciales de cada pantalla. Estos cortes comerciales son definidos y se repiten iguales durante el día, y cada día que dura el contrato.

Monitoreo Exterior (algunas arterias monitoreadas):

El monitoreo se realiza en las 21 calles y avenidas más transitadas del área metropolitana:

- Panamericana
- Autopista Aeropuerto
- Paseo Gral. Escalón
- Alameda Roosevelt
- Alameda Manuel Enrique Araujo
- Av. Masferrer
- Calle El Mirador
- Bulevar Los Héroes
- Bulevar Constitución
- Bulevar del Ejército
- Bulevar Monseñor Romero
- Bulevar Santa Elena
- San Benito
- 75 av. Norte
- Bulevar Los Próceres
- Av. Jerusalén
- Bulevar Arturo Castellanos.
- Calle Chiltiupan
- Alameda Juan Pablo II
- Calle El Pedregal
- 49 av. Sur

Limitaciones del Sistema de Monitoreo:

- Se calcula que el grado de acierto de detección de spots es del 96% del tiempo monitoreado. El sistema monitorea 24 horas al día, 365 días al año.



- Las situaciones que afectan el grado de acierto son las siguientes:
 - Interrupciones en la transmisión del medio culpa del propio medio (falta de energía, caída de torres, pérdida de enlace, etc.)
 - Condiciones climatológicas (fuertes lluvias, vientos, destellos solares) que afectan o distorsionan las ondas hertzianas.
 - Caídas del sistema por falta de energía o internet.

Impacto de la labor de Monitec:

- La labor de Monitec monitoreando gasto de campaña electoral en Guatemala implicó que, después de 2 años de investigaciones, las autoridades judiciales del MP y CICIG presentaron denuncias contra secretarios generales de partidos Patriota, Líder, UNE, EPG, y FCN Nación, diputados, un presidente en funciones, y 9 industriales por delitos de financiamiento electoral ilícito.
- Ver documento anexo a la presentación para mayor información.

Aclaraciones Metodológicas:

- Para asignar el costo de los anuncios pautados de cada candidato se utiliza la **tarifa plena** declarada por cada medio de comunicación.
- El monitoreo no toma en consideración bonos o regalías que puedan recibir los partidos políticos al comprar pautas publicitarias en medios de comunicación.
- La propaganda detectada por cada candidato es asignada al partido o partidos en los cuales está inscrita la persona para competir por el cargo.
- Se han tomado en consideración los mensajes publicados por el Gobierno de El Salvador, debido a que buscan influir en la decisión electoral.
- Los resultados son presentados de manera alfabética según cada partido.
- Los datos reportados en el monitoreo comprenden desde octubre 2018 hasta enero 2019.

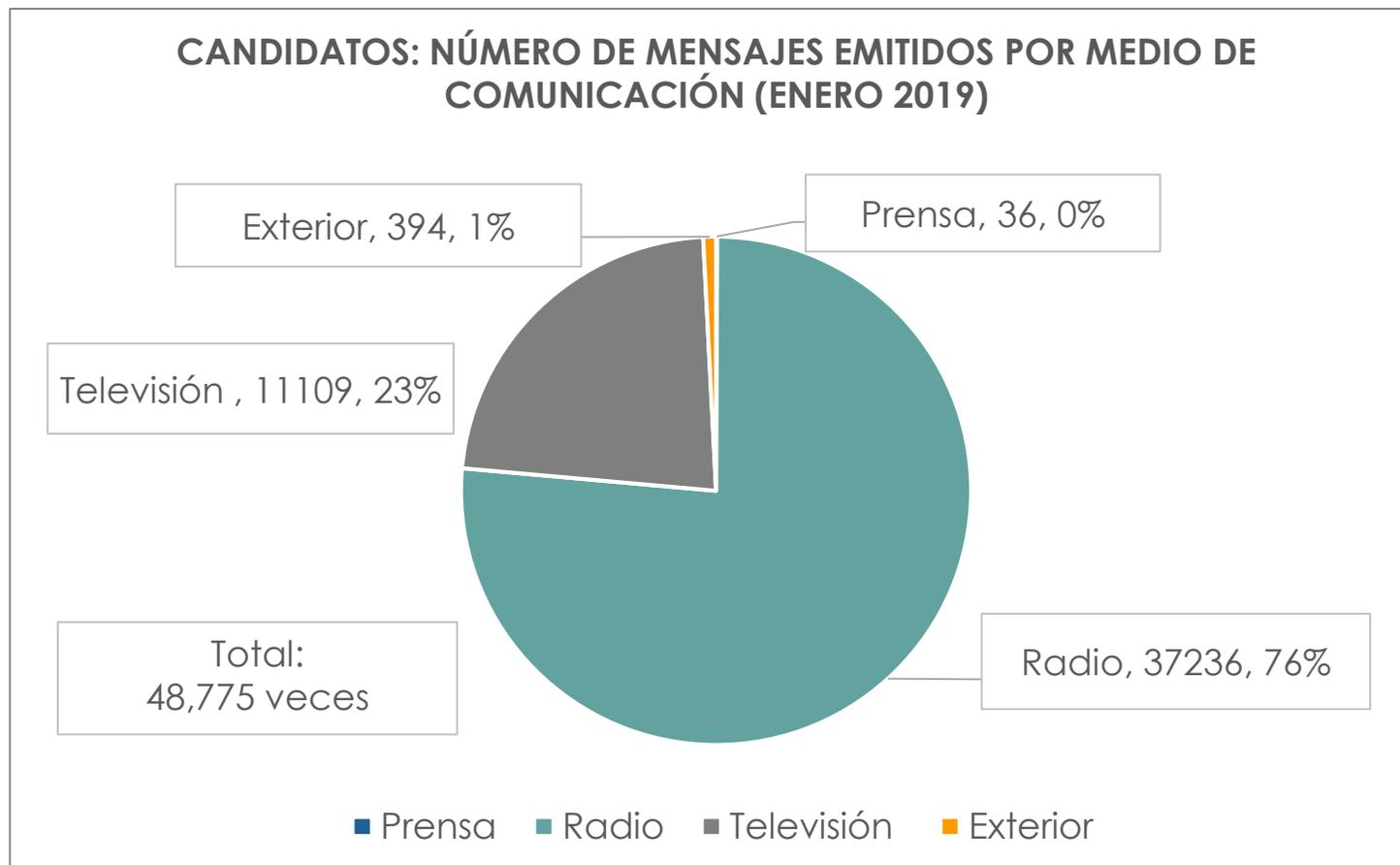
Ficha Técnica:

- Medios monitoreados:
 - Prensa Escrita: 6
 - Radio: 31
 - Televisión: 10 canales nacionales/ 14 canales de cable.
 - Exterior: 591 (Vallas carreteras, Vallas electrónicas, Mupis, Pasarelas).
- Fecha:
 - Del 02 de octubre hasta el 27 de enero de 2019 (En prensa escrita hasta el 28 enero de 2019).

Propaganda Electoral: ARENA, DS, FMLN, GANA, PCN, PDC, VAMOS.

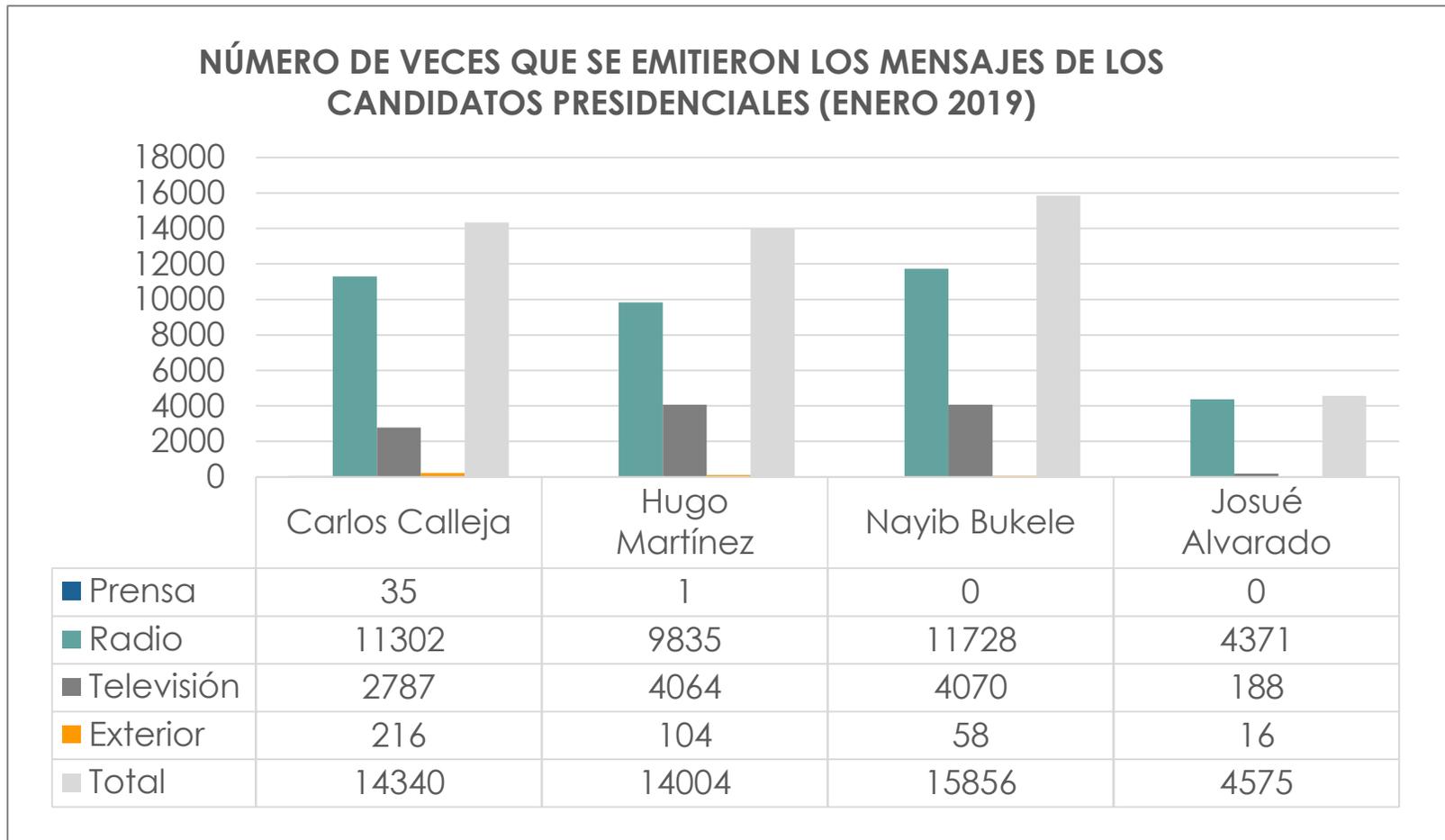


Número de veces que se emitieron los mensajes de los Candidatos a la Presidencia, por medio de comunicación (Enero 2019)



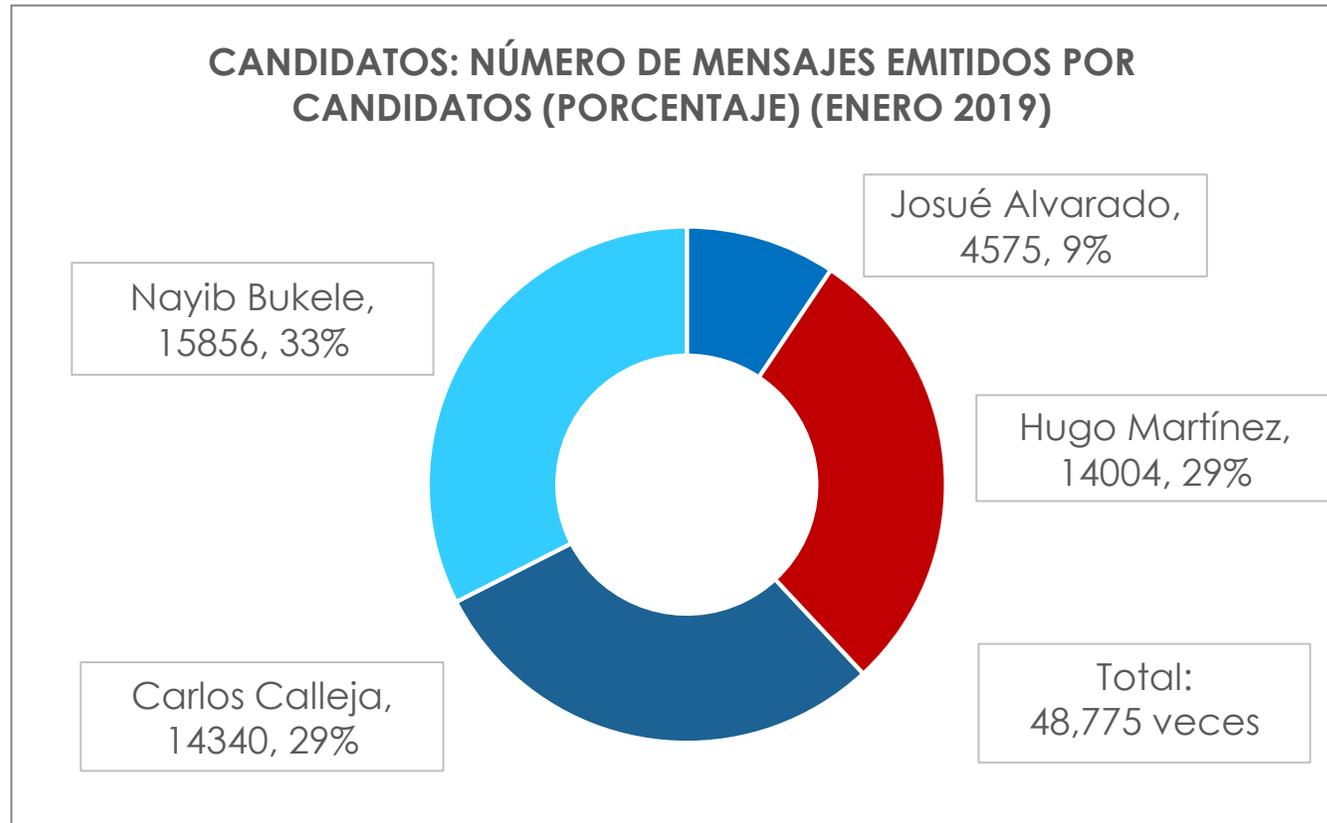
Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Número de veces que se emitieron los mensajes de los Candidatos a la Presidencia (Enero 2019)



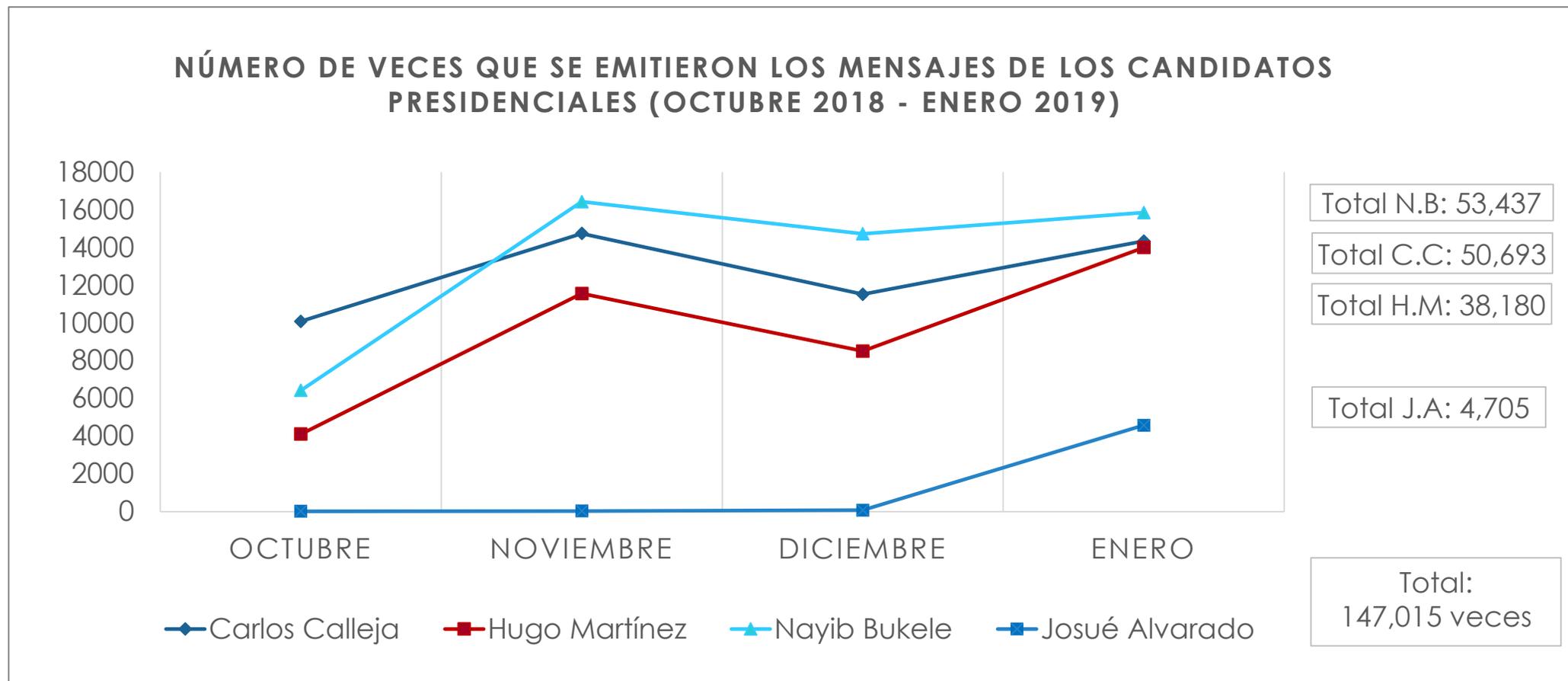
Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Número de veces que se emitieron los mensajes de los Candidatos a la Presidencia (Porcentaje) (Enero 2019)



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Número de veces que se emitieron los mensajes de los Candidatos a la Presidencia (Octubre 2018 – Enero 2019)



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Número de veces que se emitieron los mensajes de los Candidatos a la Presidencia (Octubre 2018 – Enero 2019)

Candidatos: frecuencia de mensajes, octubre 2018 - enero 2019.					
	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Total
Carlos Calleja	55	34389	15240	1009	50693
Hugo Martínez	105	26719	10665	691	38180
Nayib Bukele	0	39680	13517	240	53437
Josué Alvarado	2	4371	257	75	4705
Total	162	105159	39679	2015	147015

Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Tiempo aire de transmisión de los mensajes publicados en Radio y Televisión (Días), Enero 2019

Tiempo aire en días, Enero 2019		
Radio	Televisión	Total
14.07	4.98	19.05

Tiempo aire en días, Enero 2019			
	Radio	Televisión	Total
Carlos Calleja	4.08	1.11	5.19
Hugo Martínez	3.63	1.49	5.12
Nayib Bukele	4.59	2.34	6.93
Josué Alvarado	1.77	0.04	1.81
Total	14.07	4.98	19.05



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Tiempo aire de transmisión de los mensajes publicados en Radio y Televisión (Días), Octubre 2018 – Enero 2019

Candidatos: tiempo aire, octubre 2018 - enero 2019 (días)

	Octubre		Noviembre		Diciembre		Enero		Total		Total
	Radio	Tv	Radio	Tv	Radio	Tv	Radio	Tv	Radio	Tv	
Carlos Calleja	1.71	1.32	2.98	1.74	2.85	1.84	4.08	1.11	11.62	6.01	17.63
Hugo Martínez	1.26	0.86	2.91	1.3	3.66	1.26	3.63	1.49	11.46	4.91	16.37
Nayib Bukele	1.17	1.92	5.24	2.24	4.99	1.72	4.59	2.34	15.99	8.22	24.21
Josué Alvarado	0	0	0	0	0	0.02	1.77	0.04	1.77	0.06	1.83
Total	4.14	4.1	11.13	5.28	11.5	4.84	14.07	4.98	40.84	19.2	60.04

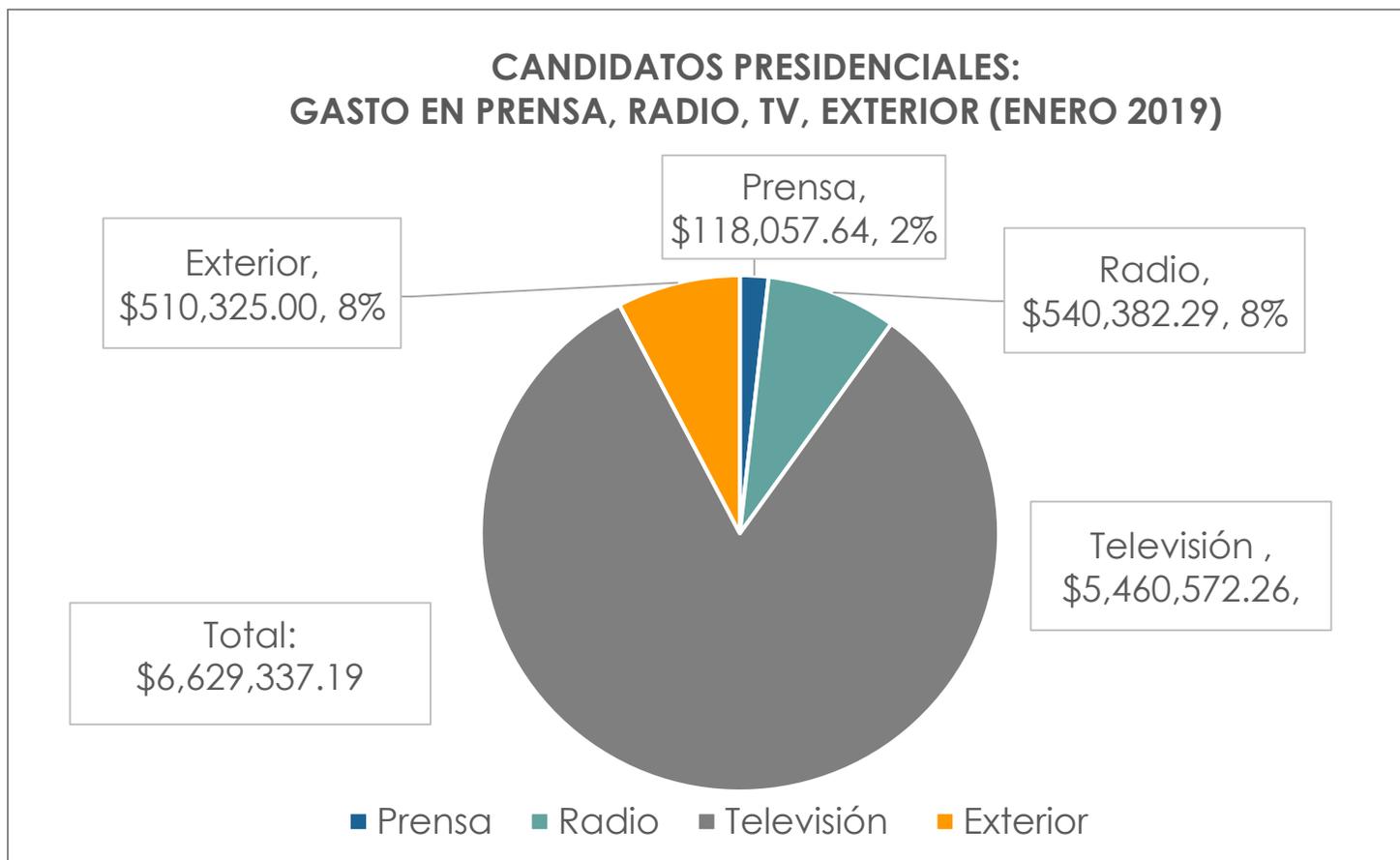


Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Estimación del Gasto en Propaganda Electoral: ARENA, DS, FMLN, GANA, PCN, PDC, VAMOS.

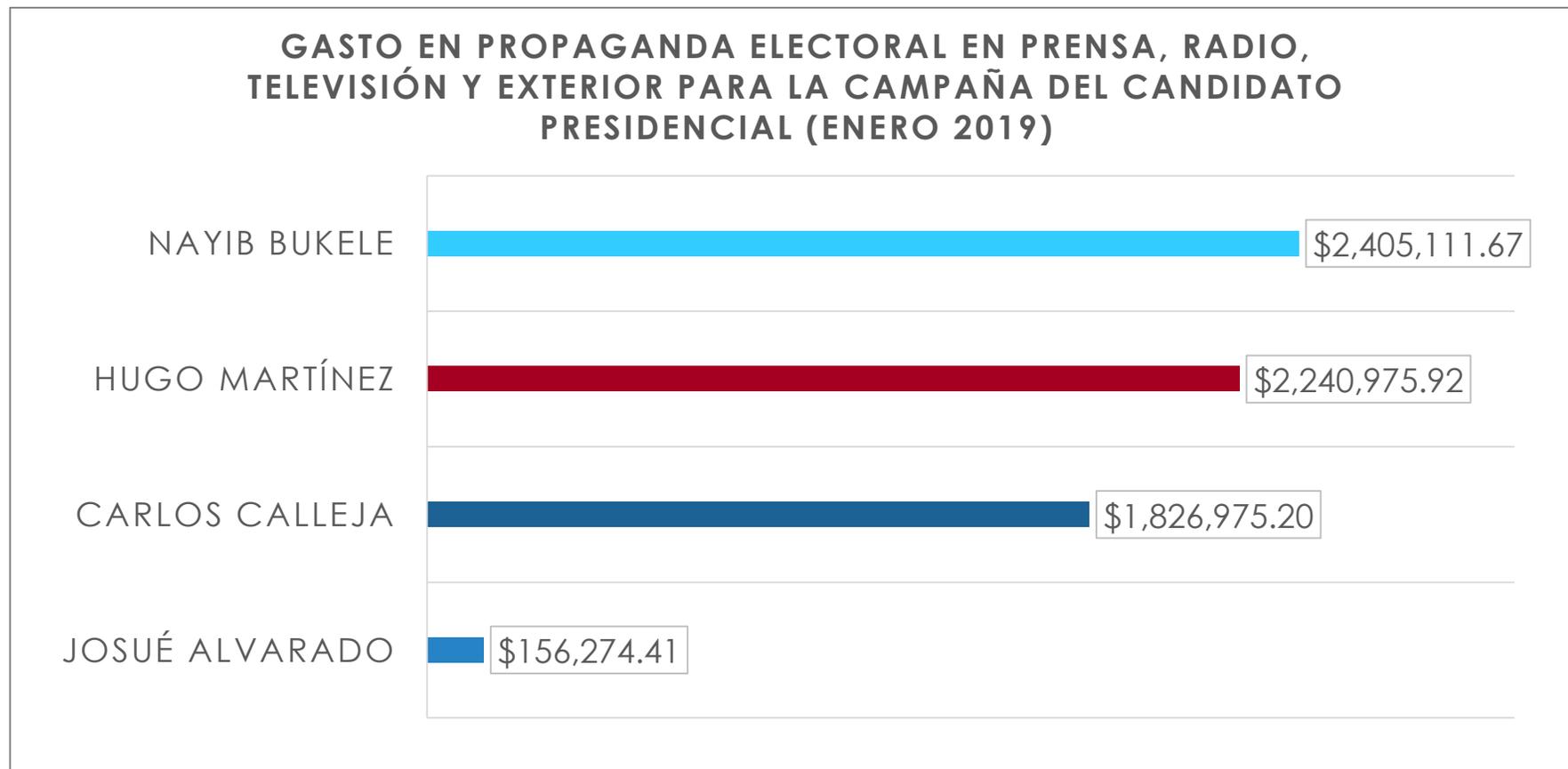


Estimación del Gasto en Propaganda Electoral en prensa, radio, televisión, exterior (Enero 2019)



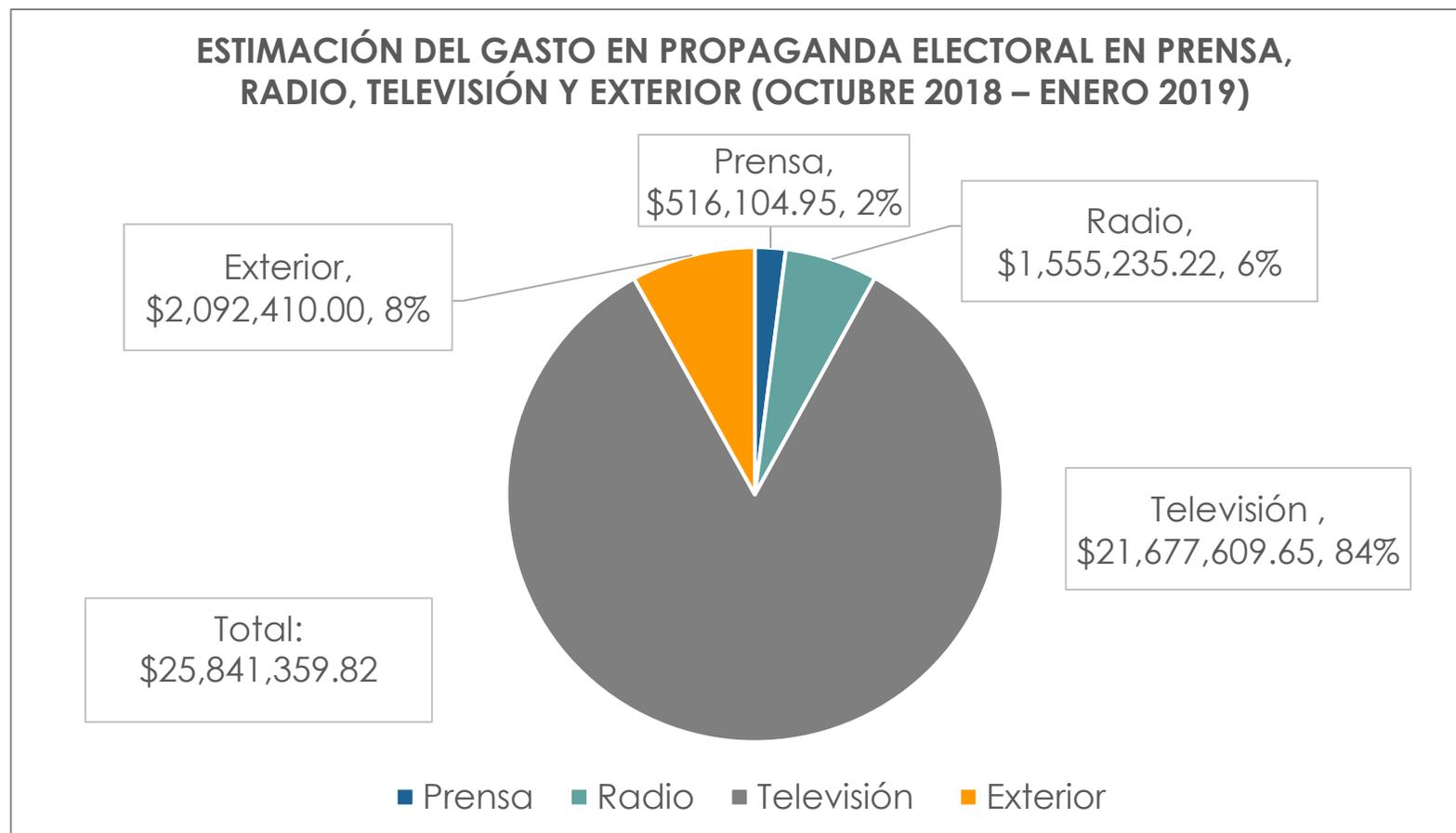
Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Estimación del Gasto en Propaganda Electoral en prensa, radio, televisión y exterior, (Enero 2019) (por candidato)



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Estimación del Gasto en Propaganda Electoral en prensa, radio, televisión y exterior (octubre 2018 – enero 2019)



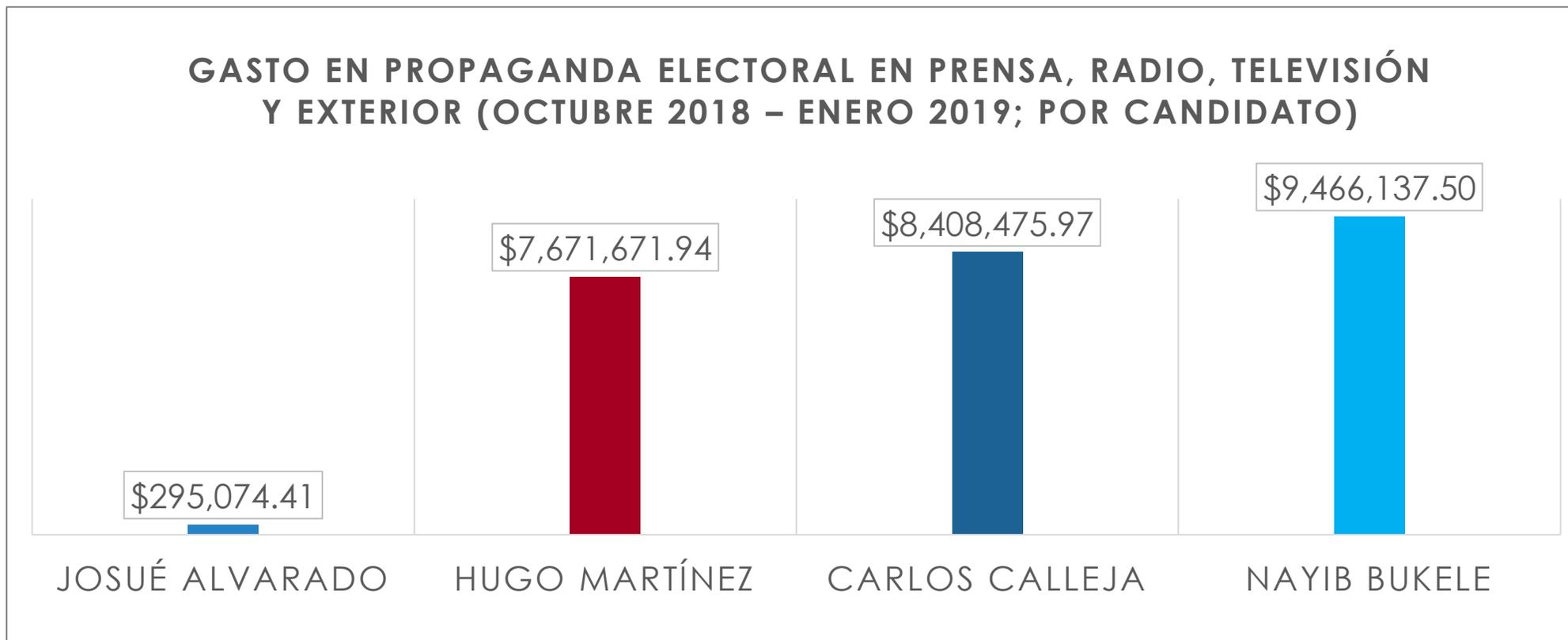
Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Estimación del Gasto en Propaganda Electoral en prensa, radio, televisión y exterior (octubre 2018 – enero 2019)



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Estimación del Gasto en Propaganda Electoral en prensa, radio, televisión y exterior, (octubre 2018 – enero 2019; por candidato)



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Estimación del Gasto en Propaganda Electoral en prensa, radio, televisión y exterior, durante la campaña electoral 2019 (porcentaje)



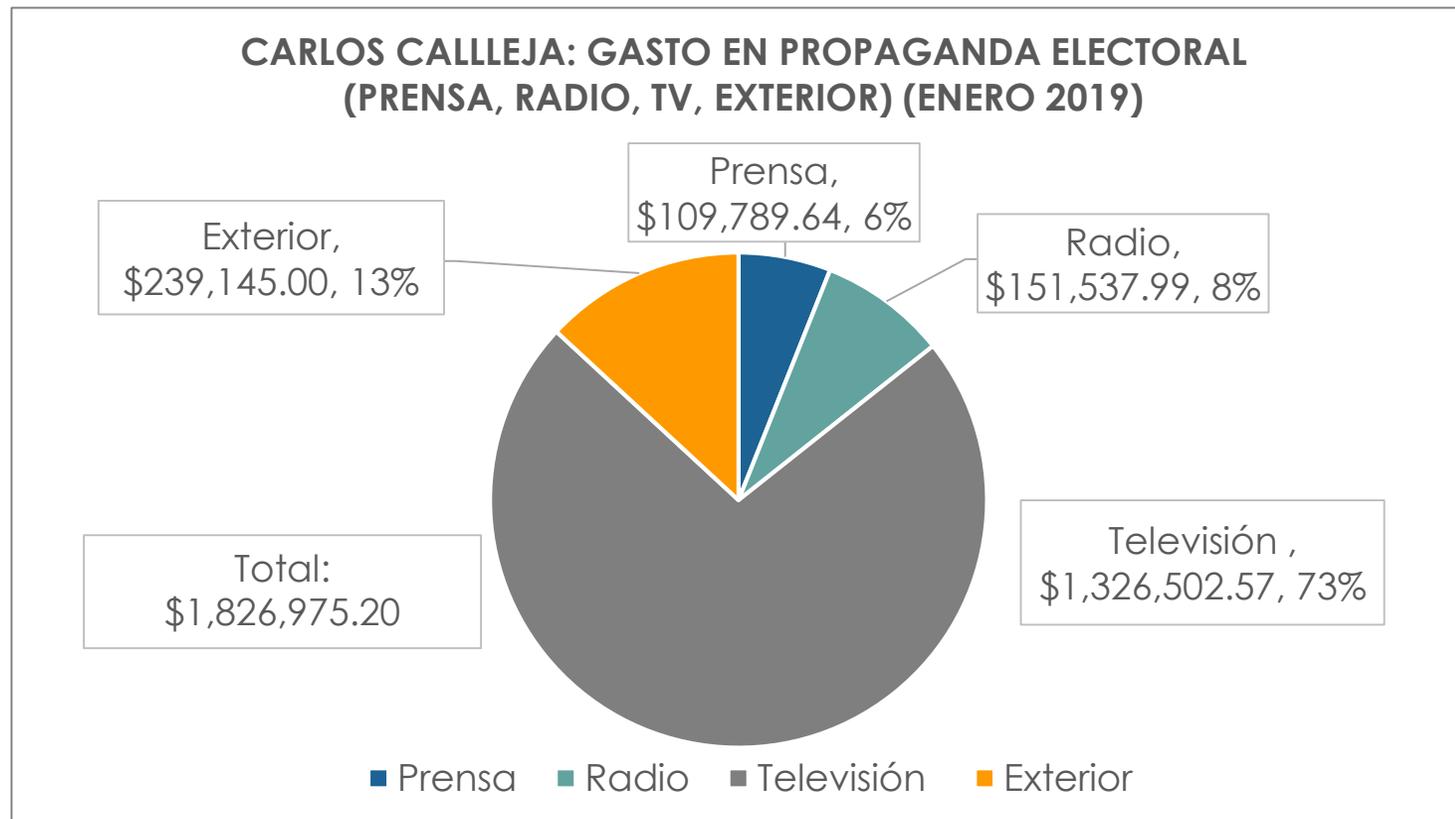
Josué Alvarado	Hugo Martínez	Carlos Calleja	Nayib Bukele	Total
1.14%	29.69%	32.54%	36.63%	100.00%
\$295,074.41	\$7,671,671.94	\$8,408,475.97	\$9,466,137.50	\$25,841,359.82

Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Propaganda en favor de Fórmula Presidencial: Carlos Calleja y Carmen Aída Lazo

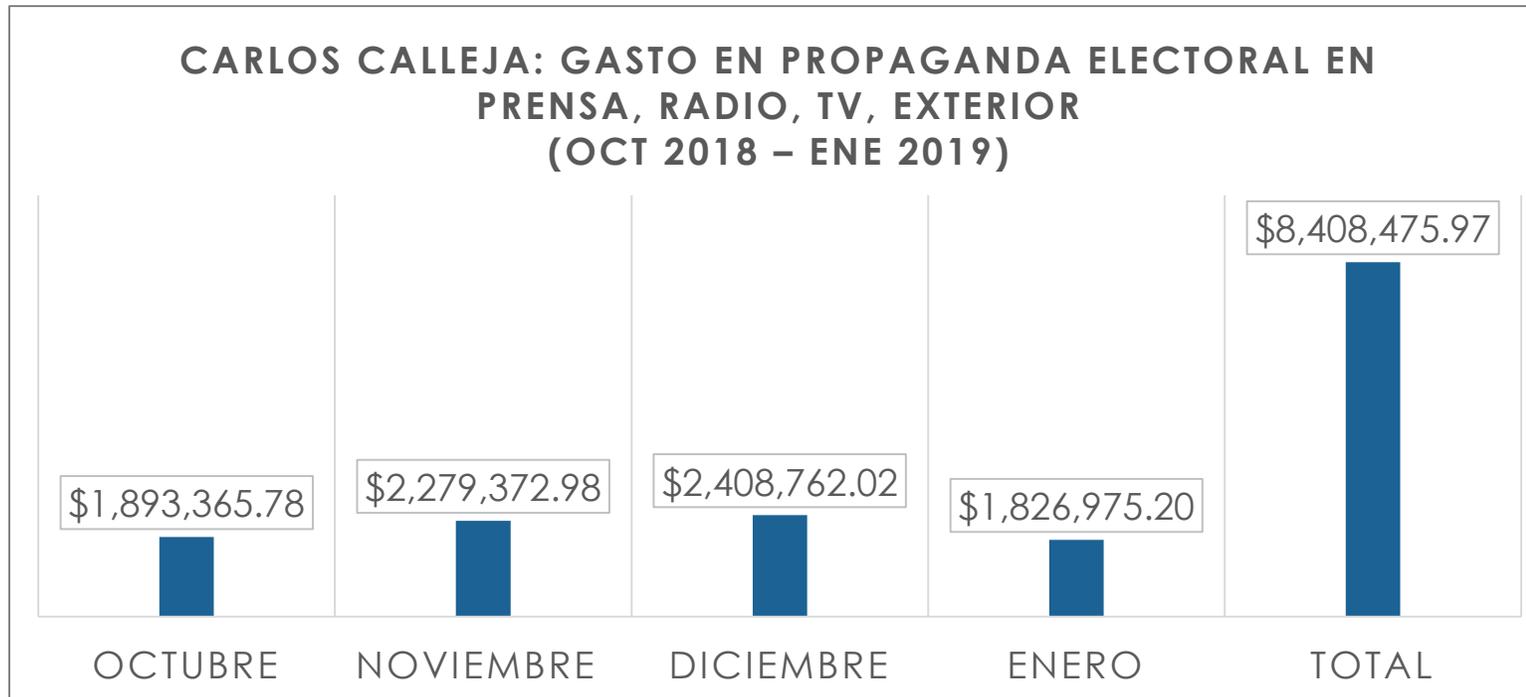


Carlos Calleja: estimación del gasto en propaganda electoral emitida en prensa, radio, televisión y exterior (Enero 2019)



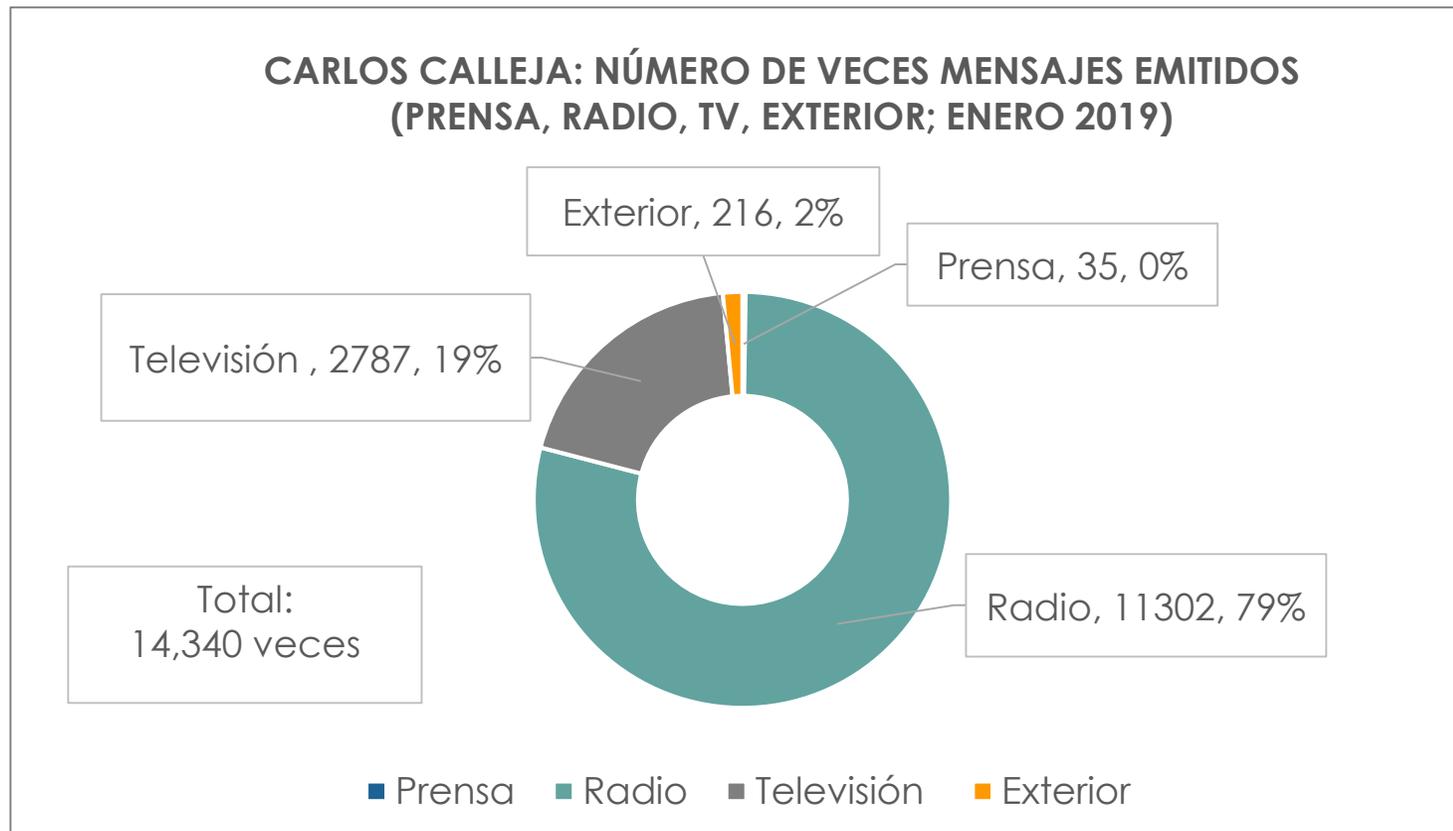
Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Carlos Calleja: evolución del gasto en prensa, radio, televisión y exterior (Octubre 2018 – Enero 2019)



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Carlos Calleja: número de veces que se emitieron los mensajes por medio de comunicación (Enero 2019)

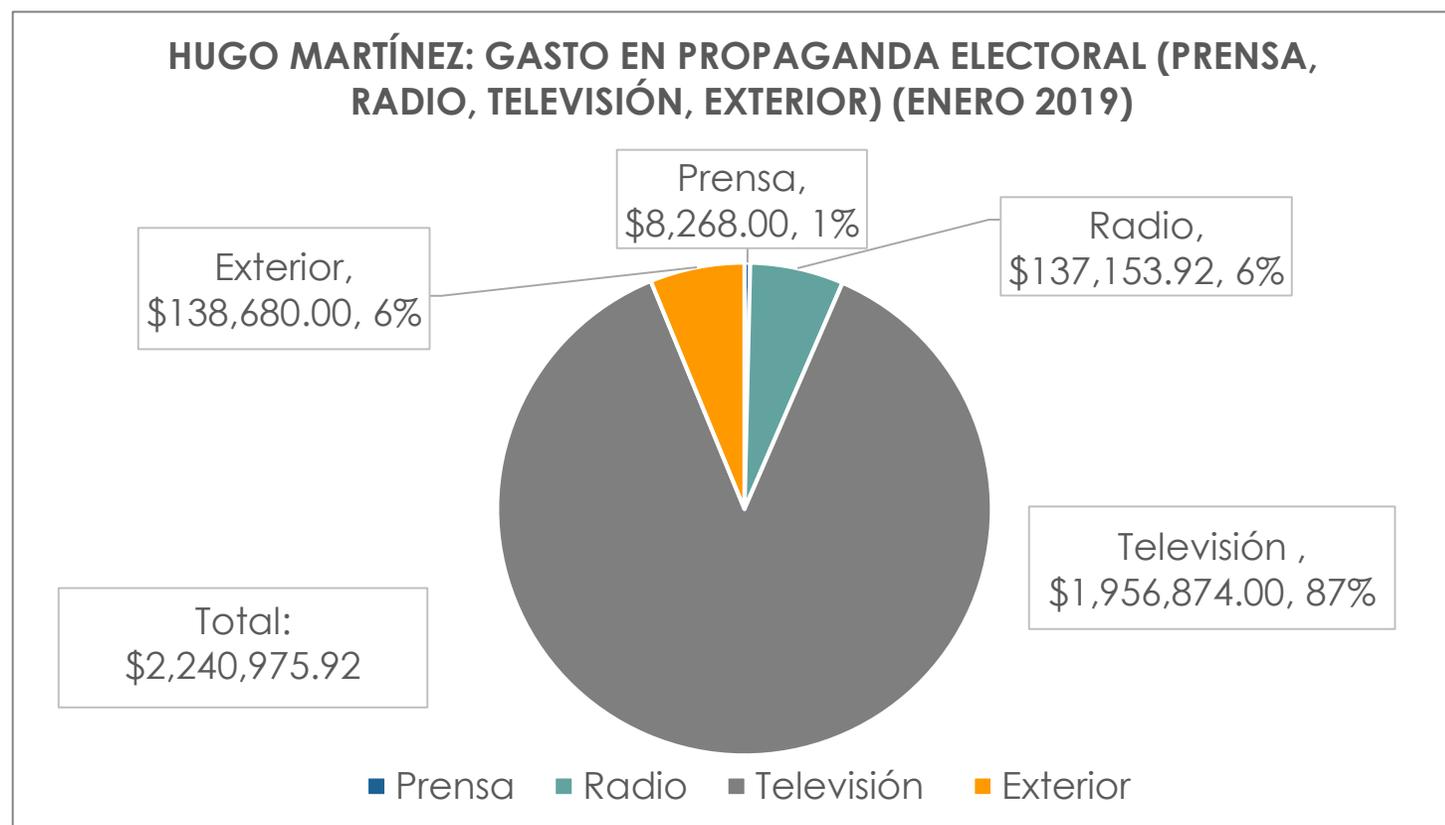


Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Propaganda en favor de Fórmula Presidencial: Hugo Martínez y Karina Sosa



Hugo Martínez: estimación del gasto en propaganda electoral emitida en prensa, radio, televisión y exterior (Enero 2019)



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

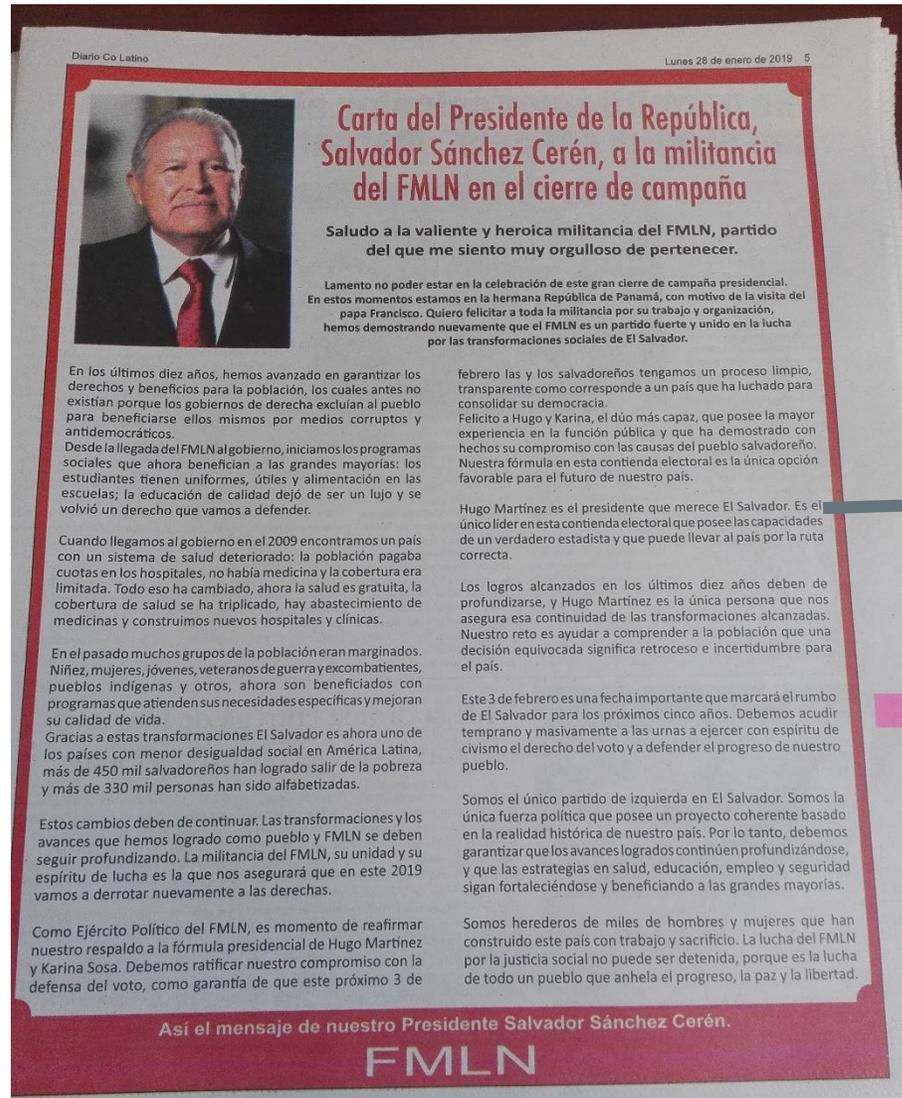
Hugo Martínez: estimación del gasto en propaganda electoral emitida en prensa, radio, televisión y exterior (Enero 2019)*

Hugo Martínez: Gasto en propaganda electoral por medio de comunicación; Enero 2019						
	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Total	Porcentaje
Partido	\$0.00	\$137,153.92	\$1,827,476.00	\$138,680.00	\$2,103,309.92	94%
Gobierno	\$6,708.00	\$0.00	\$129,398.00	\$0.00	\$136,106.00	6%
Otros	\$1,560.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,560.00	0%
Total	\$8,268.00	\$137,153.92	\$1,956,874.00	\$138,680.00	\$2,240,975.92	100%

Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

***Nota:** Para estimar el gasto en propaganda electoral del candidato se ha tomado en consideración el gasto del Partido Fmln, el gasto del Gobierno de la República (que comprende desde el 01 al 03 de enero 2019), y el gasto correspondiente a Otros; este último hace referencia a una publicación del Presidente Salvador Sánchez Cerén demostrando su apoyo hacia la fórmula presidencial del partido (Se desconoce a quién corresponde el gasto de dicha publicación dado que no es firmada por el Partido, o por la Presidencia de la República).

Continuación de lámina anterior:

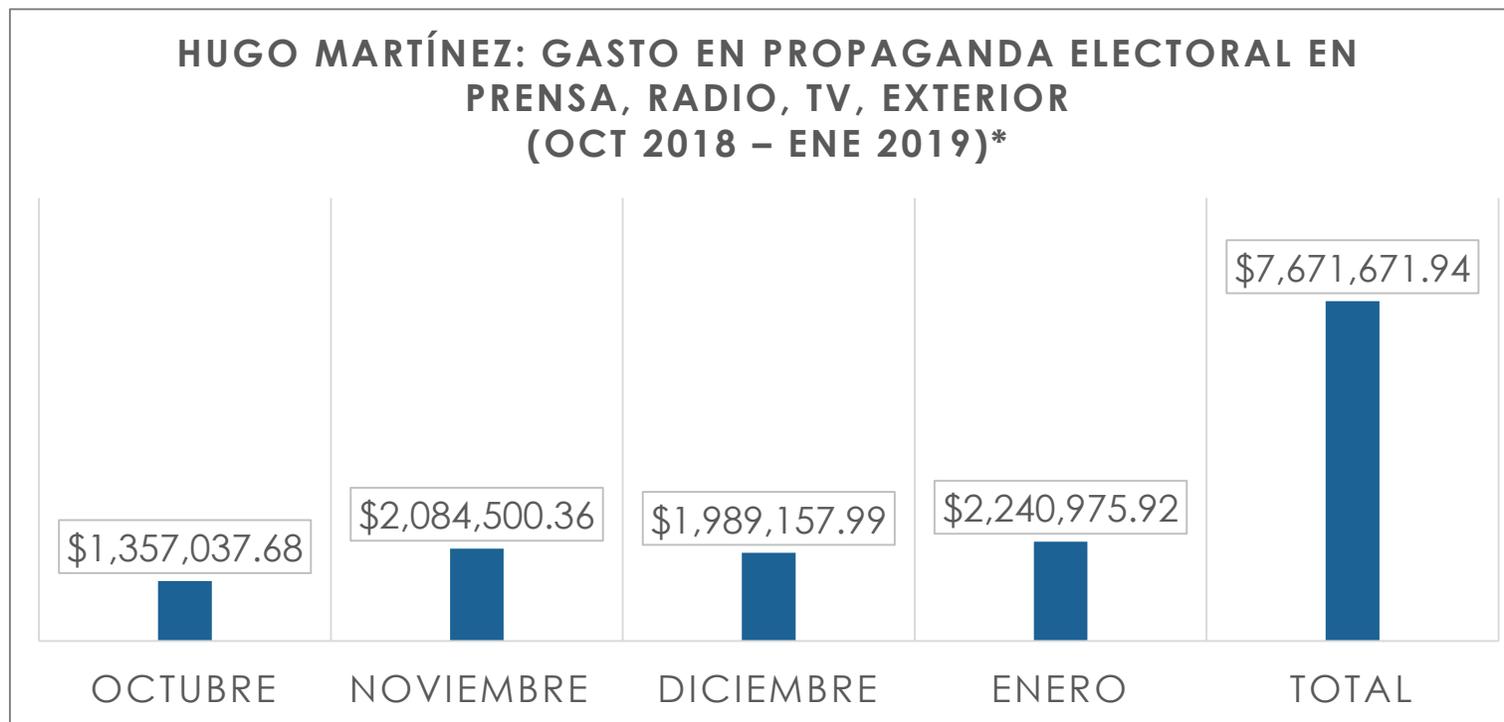


Estos cambios deben de continuar. Las transformaciones y los avances que hemos logrado como pueblo y FMLN se deben seguir profundizando.

Hugo Martínez es el presidente que merece El Salvador. Es el único líder en esta contienda electoral que posee las capacidades de un verdadero estadista y que puede llevar al país por la ruta correcta.

Fuente: Publicado en Diario Colatino, lunes 28 de enero 2019.

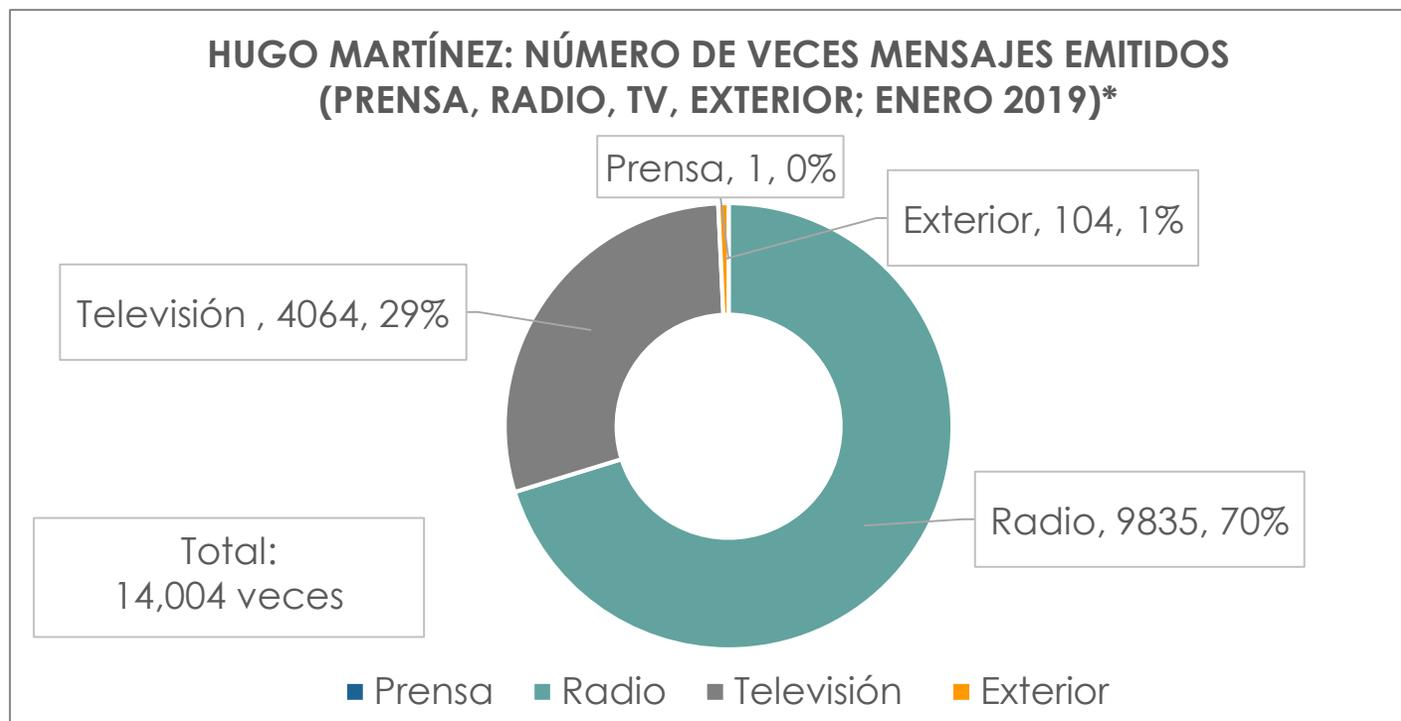
Hugo Martínez: evolución del gasto en prensa, radio, televisión y exterior (Octubre 2018 – Enero 2019)



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

***Nota:** del total gastado en la campaña a favor del candidato (\$7,671,671.94), es importante indicar que el 69% (\$5,261,536.82) corresponden a campaña emitida por el partido y el 31 % (\$2,402,255.12) pertenecen a publicidad emitida por el Gobierno; el resto corresponde a otros.

Hugo Martínez: número de veces que se emitieron los mensajes por medio de comunicación (Enero 2019)



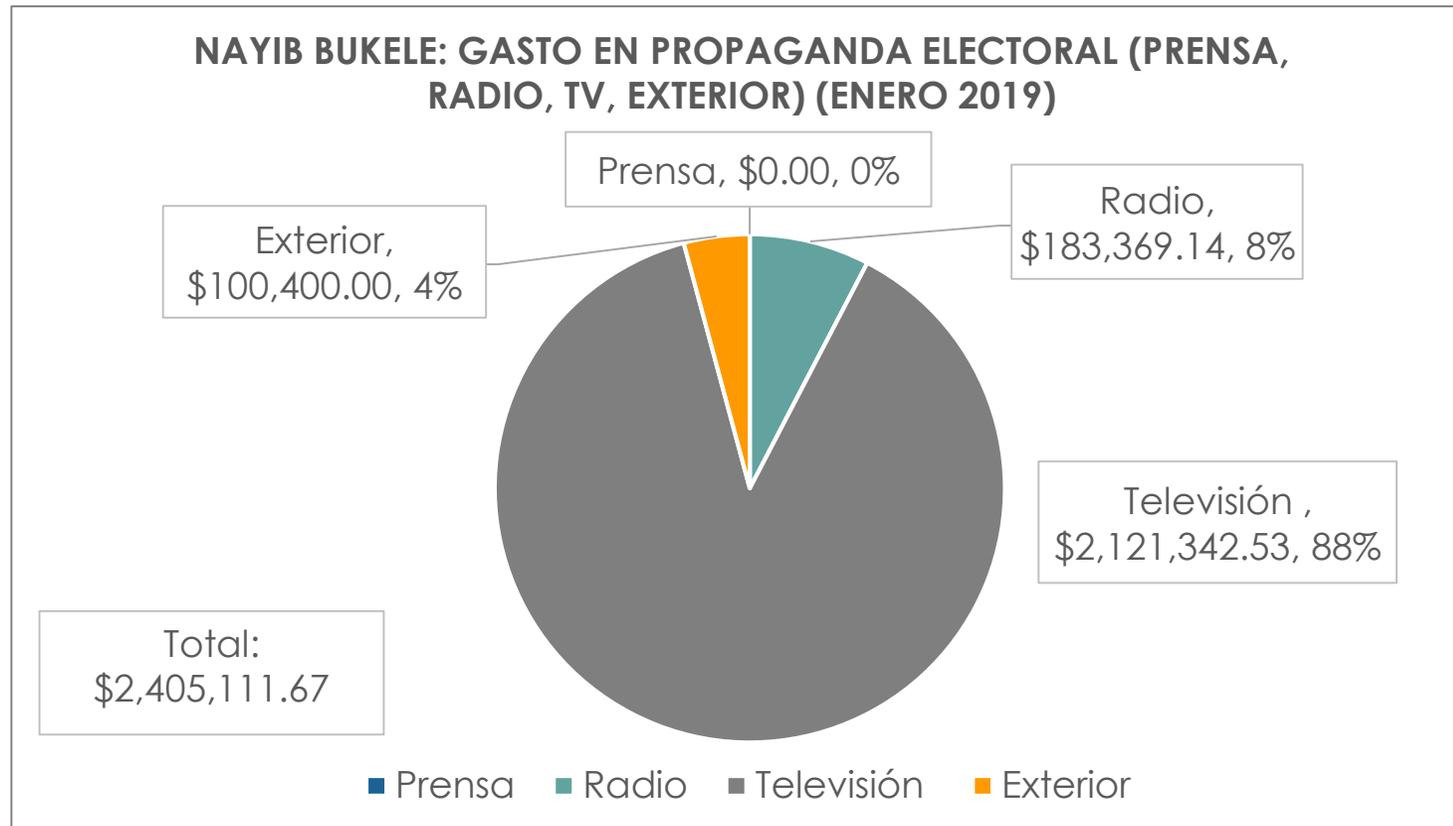
Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

***Nota:** del total de reproducciones de los mensajes (14,004 veces), es importante indicar que el 99 % (13,845 veces) corresponden a campaña emitida por el partido y el 1 % (158 veces) pertenecen a publicidad emitida por el Gobierno; el resto corresponde a otros.

Propaganda en favor de Fórmula Presidencial: Nayib Bukele y Félix Ulloa

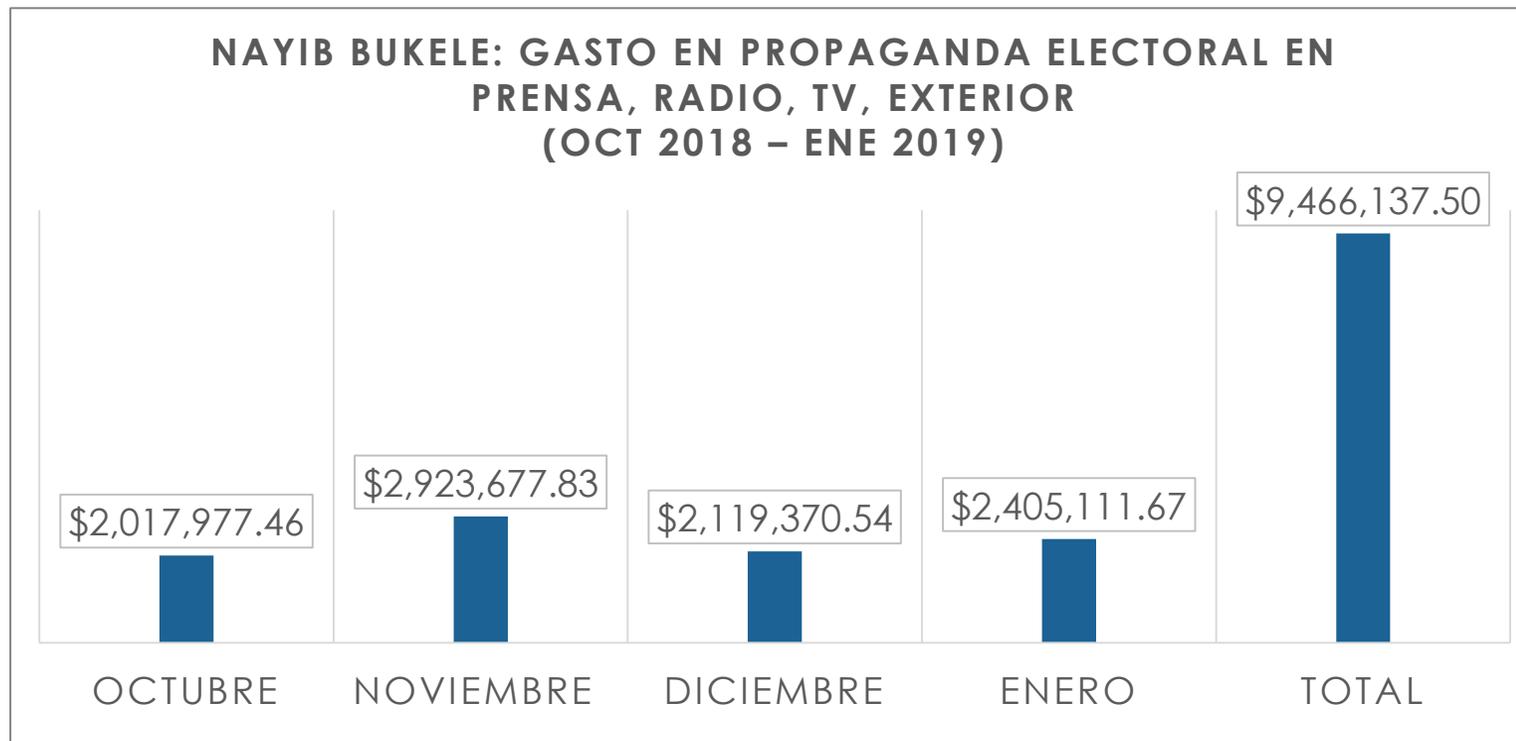


Nayib Bukele: estimación del gasto en propaganda electoral emitida en prensa, radio, televisión y exterior (Enero 2019)



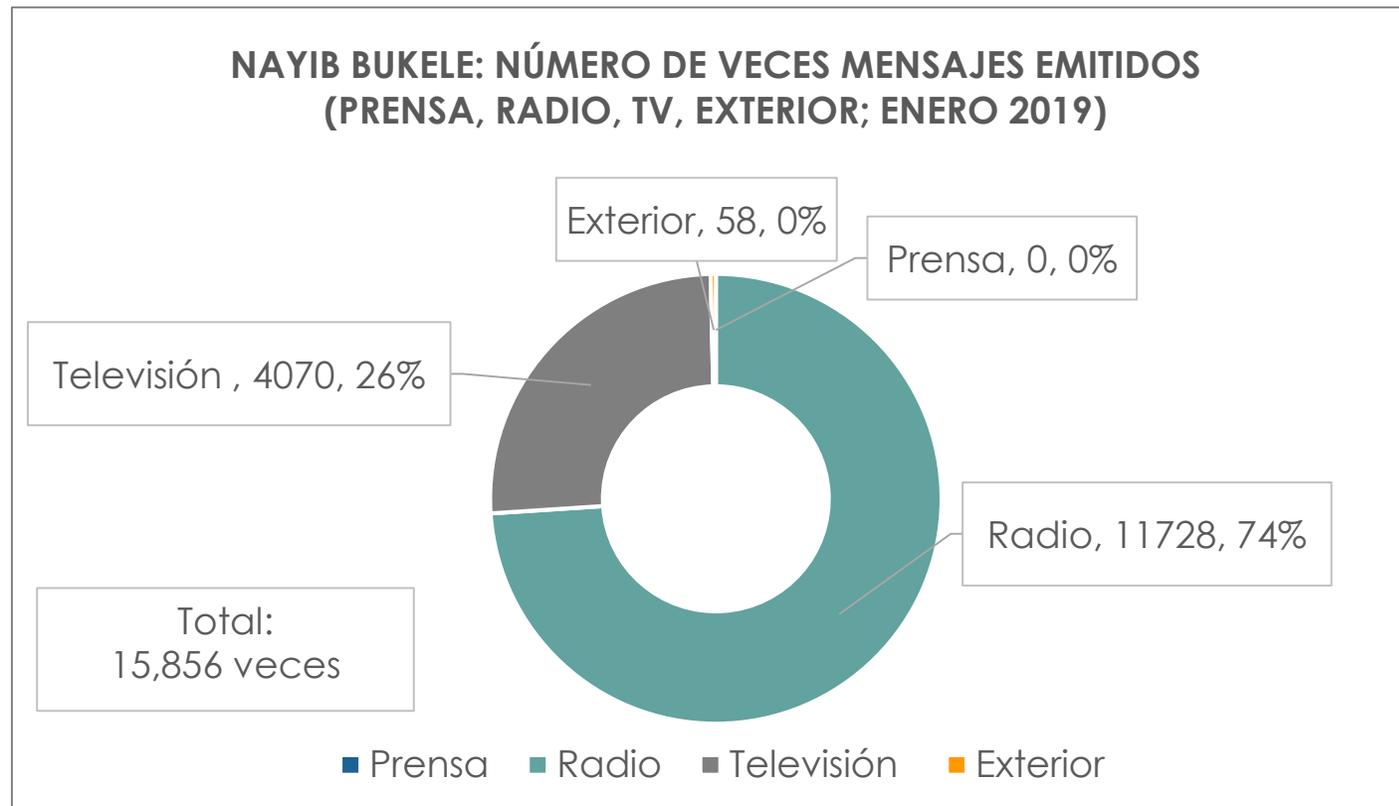
Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Nayib Bukele: evolución del gasto en prensa, radio, televisión y exterior (Octubre 2018 – Enero 2019)



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Nayib Bukele: número de veces que se emitieron los mensajes por medio de comunicación (Enero 2019)

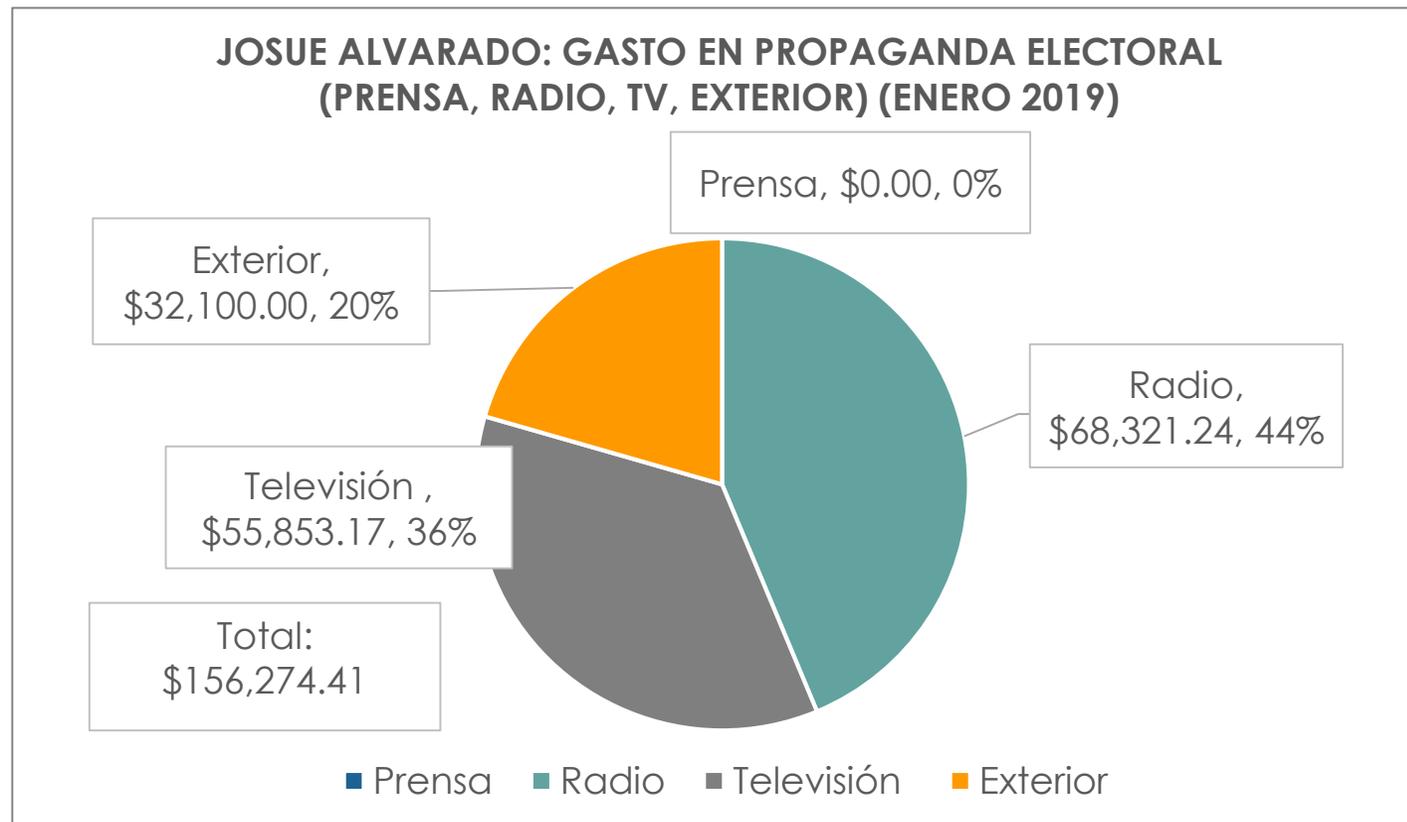


Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Propaganda en favor de Fórmula Presidencial: Josué Alvarado y Roberto Rivera Ocampo

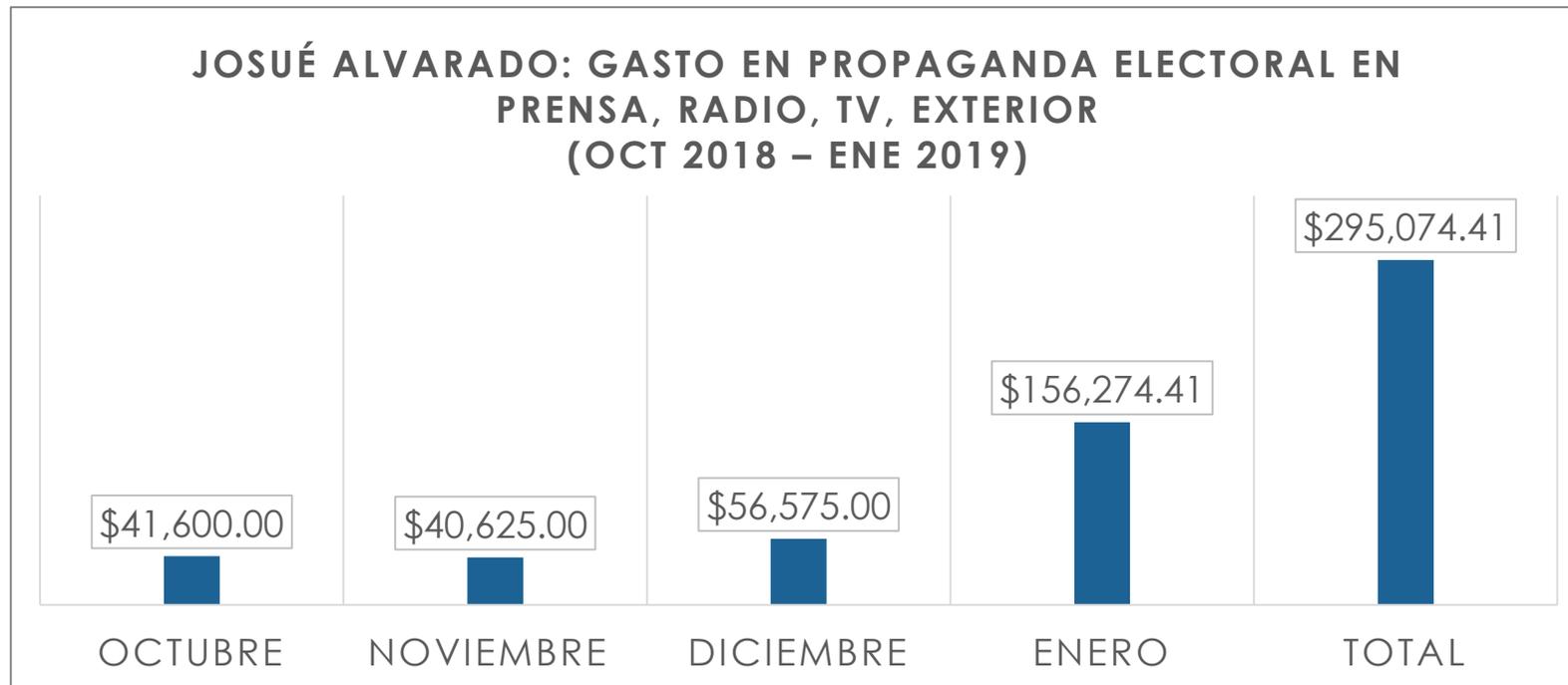


Josué Alvarado: estimación del gasto en propaganda electoral emitida en prensa, radio, televisión y exterior (Enero 2019)



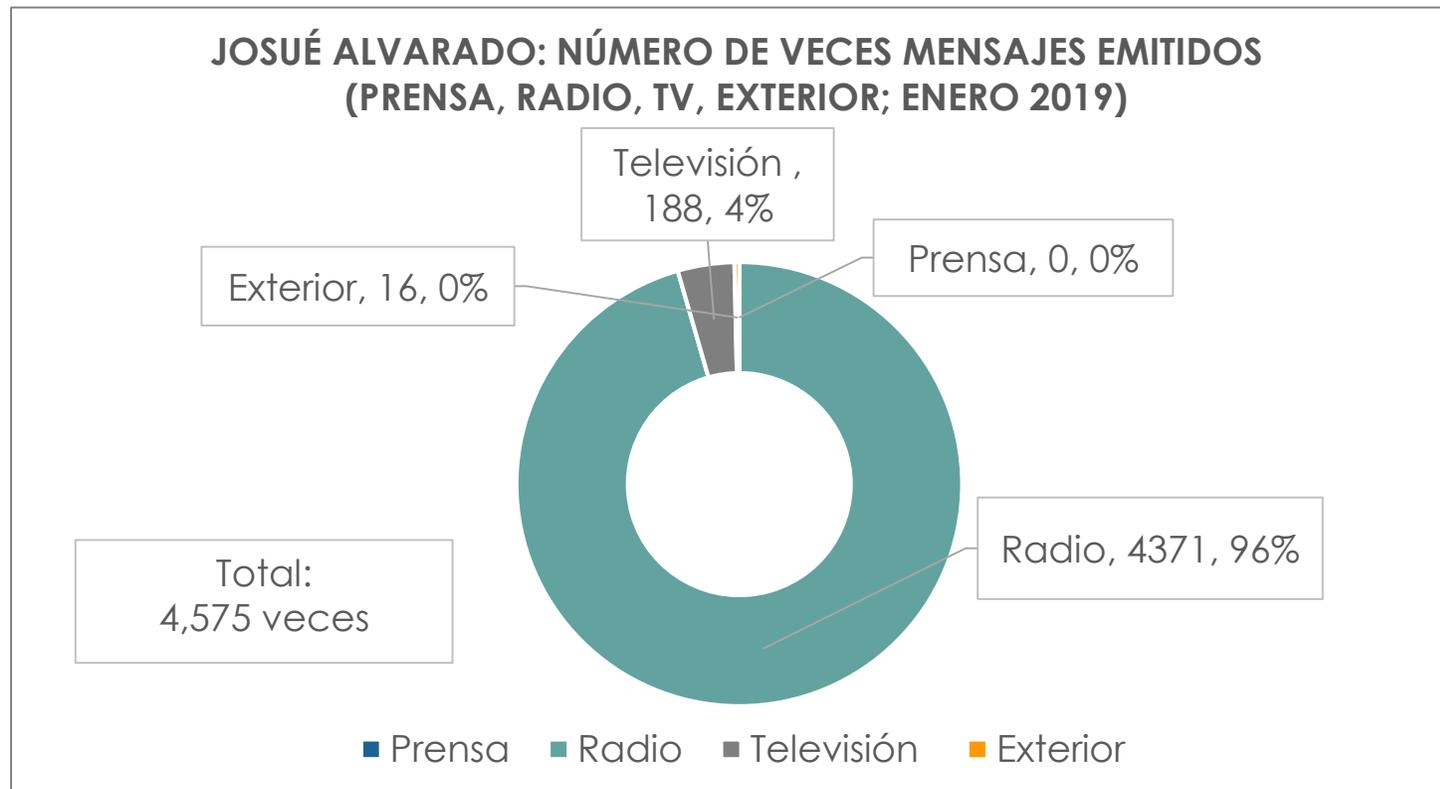
Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Josué Alvarado: evolución del gasto en prensa, radio, televisión y exterior (Octubre 2018 – Enero 2019)



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

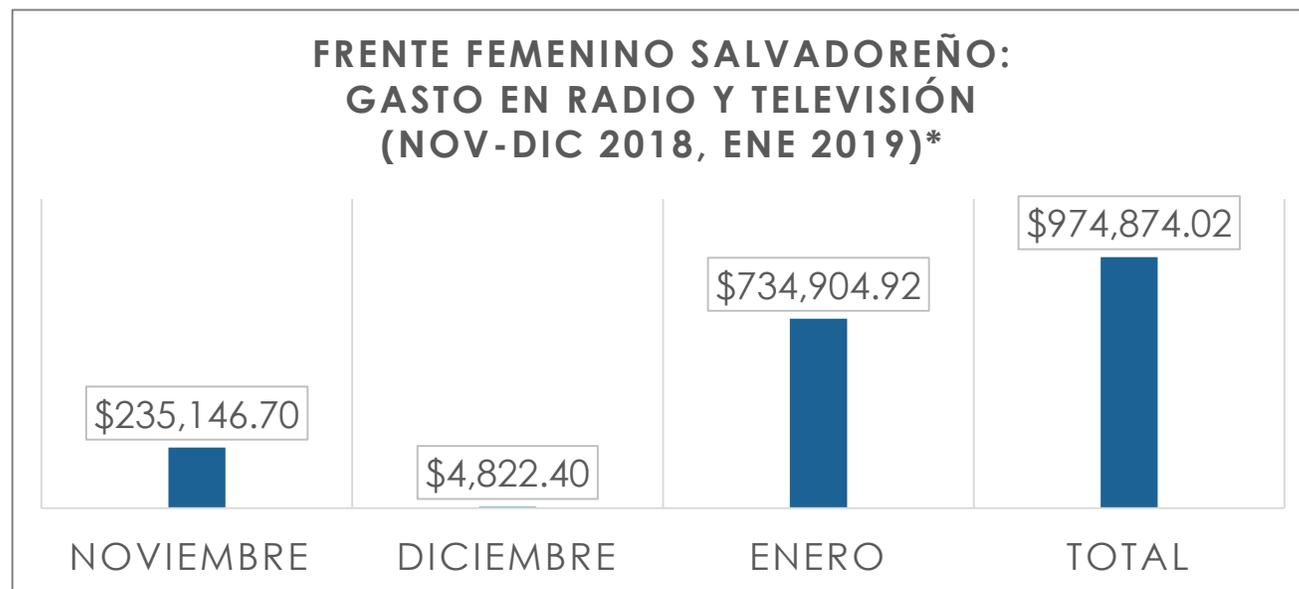
Josué Alvarado: número de veces que se emitieron los mensajes por medio de comunicación (Enero 2019)



Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Campaña Negativa de Terceros

Frente Femenino Salvadoreño: gasto en propaganda electoral en radio y televisión (Nov-Dic 2018, Ene 2019)



ESTE ES UN MENSAJE
DEL FRENTE FEMENINO SALVADOREÑO

NAYIB
ES
GANA

¿QUIÉN
MANDARÍA?

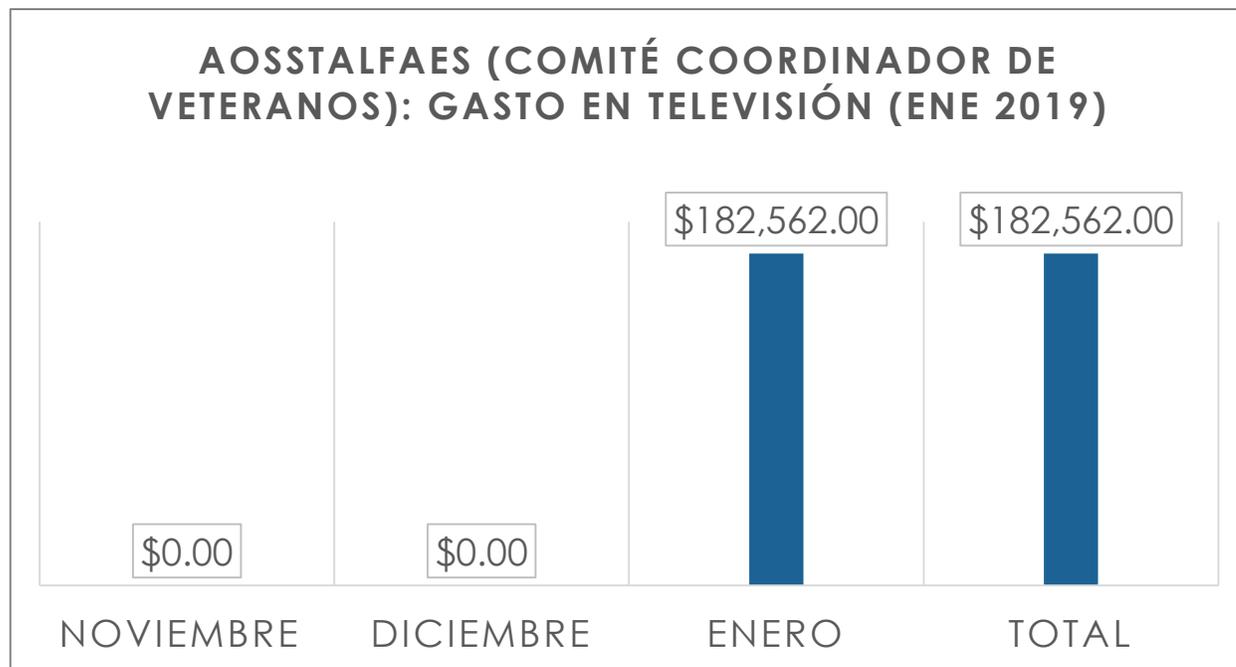
¿DE VERDAD LE VAS A CONFIAR TU VOTO
A ALGUIEN QUE TE MIENTE?

- 564 mensajes detectados en Tv (Noviembre 2018).
- 32 mensajes detectados en Tv (Diciembre 2018).
- 6,823 mensajes detectados; 5,371 en Radio y 1,452 en Tv (Enero 2019)
- Total de mensajes: 7,419

Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Nota: primeros mensajes fueron firmados inicialmente por el Sector Femenino del Partido Arena.

AOSSTALFAES (Comité Coordinador de Veteranos): gasto en propaganda electoral en televisión (Enero 2019)

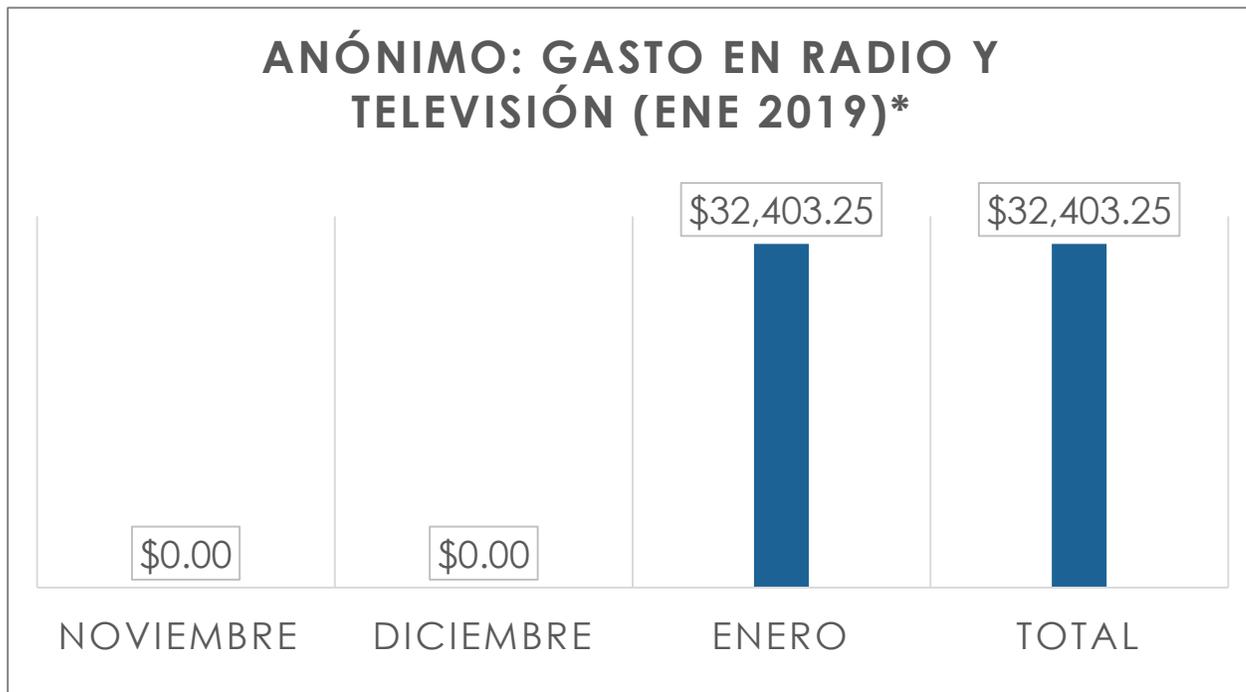


#EllosTienenLoRobado

- 339 mensajes detectados en Tv (Enero 2019)

Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Anónimo: gasto en propaganda electoral en radio y televisión (Enero 2019)



- 363 mensajes detectados; 314 en Radio y 49 en Tv (Enero 2019)

Fuente: elaboración propia con base datos de Monitec y Publisearch.

Nota: Se desconoce que organización esta pagando dichos mensajes, dado que firman de manera anónima.

Conceptos utilizados en la Propaganda Electoral (Octubre 2018 – Enero 2019)

Fórmula Presidencial: Nayib Bukele y Félix Ulloa



Octubre 2018 - Noviembre 2019



Mensajes emitidos en radio y televisión durante la campaña electoral 2019.
Fuente: elaboración propia.

Elecciones Presidenciales 2019: Monitoreo a la Campaña Electoral. 4° Informe.

CENTRO DE MONITOREO DE TRANSPARENCIA Y DEMOCRACIA DE ACCIÓN CIUDADANA.

01 DE FEBRERO DE 2019.

