

EL SALVADOR: 1º MONITOREO DE PROPAGANDA ELECCIONES 2024

PERÍODO MONITOREADO:
OCTUBRE 2023

ACCIÓN CIUDADANA
CENTRO DE MONITOREO POLÍTICO

NOVIEMBRE 2023





Centro de Monitoreo Político
Copyright®. Todos los derechos reservados.

El Salvador: 1° monitoreo de propaganda elecciones 2024 (octubre 2023)
San Salvador, El Salvador, Noviembre de 2023.

Informe elaborado por: Acción Ciudadana - Centro de Monitoreo Político.
Coordinador General de la Investigación: Eduardo Escobar.
Coordinadora del Centro de Monitoreo Político: Denisse Siliézar.
Investigadoras: Denisse Siliézar y Ana Recinos.

TABLA DE CONTENIDO:

1. Contexto	4
2. Metodología	5
3. Principales resultados sobre la propaganda emitida	7
4. Valor estimado de la propaganda electoral por partido	8
5. Valor estimado de la propaganda electoral por candidato (a)	9
6. Contenido de los anuncios emitidos por los candidatos (as)	10
7. Valor estimado de la propaganda emitida por el Gobierno	11
8. Contenido de los anuncios emitidos por el Gobierno	12
9. Valor estimado de la propaganda electoral en el período	13
10. Conclusiones	14

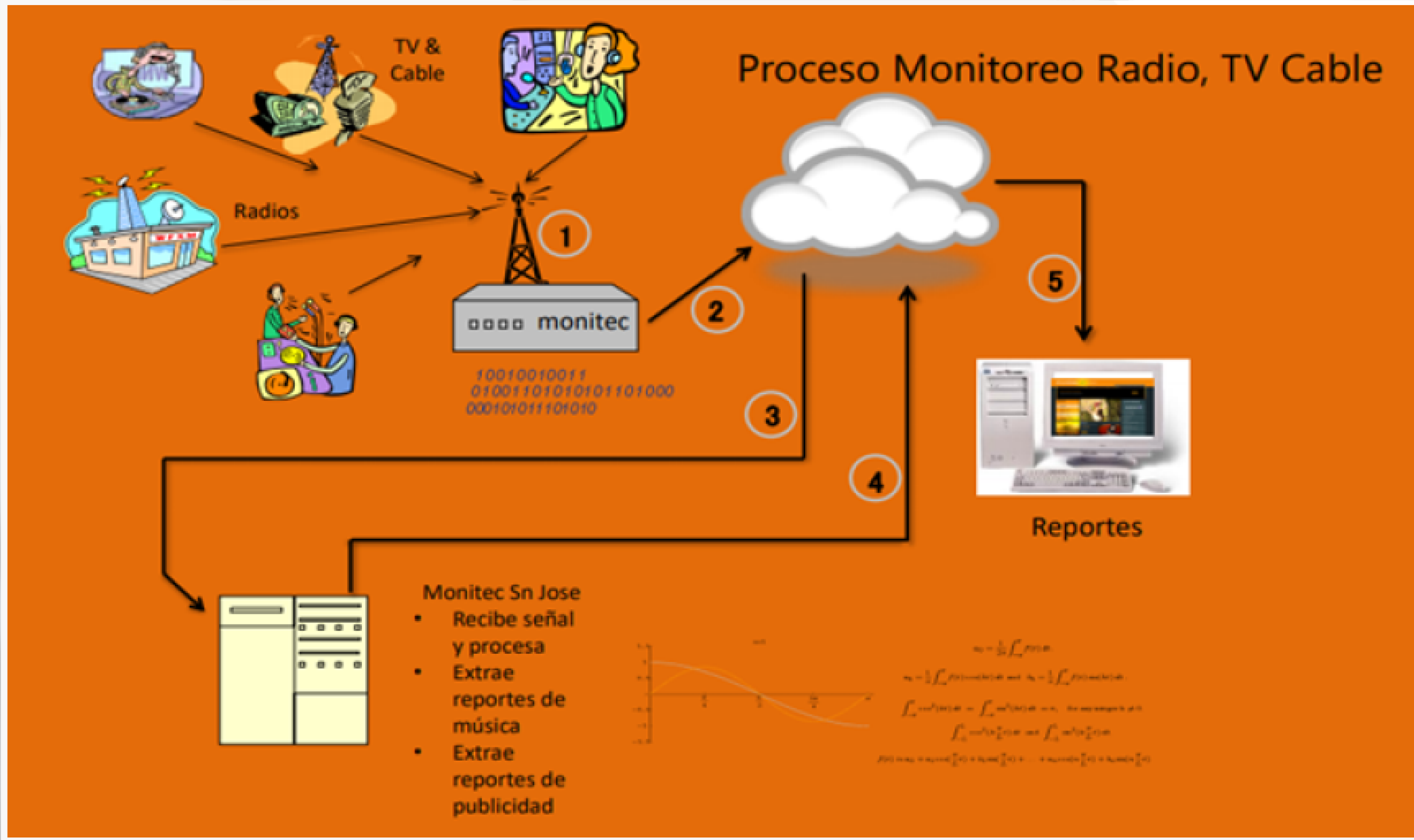
1. CONTEXTO

- El monitoreo de propaganda electoral realizado por Acción Ciudadana busca ser un insumo para fiscalizar el financiamiento de los partidos políticos, y verificar el tipo de oferta electoral que se presenta a la ciudadanía. Desde el punto de vista económico, este tipo de monitoreo ayuda a estimar los ingresos que reciben los partidos y sus candidaturas, y la forma en la que estos invierten sus recursos. Es importante señalar, que Acción Ciudadana ha analizado el valor de la propaganda electoral desde la elección 2018, siendo este el cuarto ejercicio de monitoreo de la organización que pone a disposición de la ciudadanía, academia, periodistas y demás sectores interesados en el tema.
- De acuerdo con el Código Electoral, la propaganda electoral es un derecho de los partidos políticos o coaliciones debidamente inscritas (art. 172). Pese a ser un derecho, es una práctica recurrente de los partidos y sus candidaturas pautar publicidad en el período no oficial de la campaña. La elección 2024 no ha sido la excepción.
- Además de incumplir un mandato legal en relación al período establecido para emitir propaganda, la contienda electoral se vuelve inequitativa, y es que quienes poseen más recursos tienen mayor posibilidad de hacer llegar su mensaje aun cuando está prohibido en la ley. Si bien las publicaciones pueden llegar a ser sancionadas, estas ya lograron su objetivo de atraer al votante. De ahí la importancia que el TSE monitoree y sancione en tiempo y en forma las infracciones.
- El presente monitoreo a la campaña electoral se constituye nuevamente como una medida que coadyuva a detectar gastos no reportados y hasta financiamiento ilegal.

2. METODOLOGÍA

- El presente monitoreo de propaganda electoral realizado en el mes de octubre 2023, da seguimiento a los anuncios emitidos en radio, televisión, prensa escrita y vallas del exterior. En el presente mes, la recolección de los datos estuvo a cargo de la empresa MONITEC (Monitoreo Tecnológico de Medios S.A.), cuya plataforma monitorea los medios de comunicación seleccionados a fin de comprobar la transmisión de la pauta,
- El objeto de estudio de la investigación continúa siendo la propaganda electoral de los partidos políticos que participarán en el proceso electoral 2024, para cuantificarla en su magnitud y en su valor económico. Los partidos monitoreados fueron: ARENA, CD, FMLN, FPS, FS, GANA, NUEVAS IDEAS, NUESTRO TIEMPO, PCN, PDC, PAÍS y VAMOS. Con respecto al período de análisis, se optó por realizar un monitoreo a los anuncios pautados en el mes de octubre 2023, es decir, el mes oficial de inicio de la campaña electoral presidencial.
- Para obtener los datos del monitoreo se utilizó el sistema de captura de publicidad de MONITEC. En el caso específico de la radio y televisión, el sistema graba toda la transmisión de cada medio monitoreado las 24 horas al día, la digitaliza, comprime y envía por Internet al centro de procesamiento. Posteriormente, y con la copia digital de los spots y cuñas a buscar (Huella digital), se realiza el procesamiento, detección e identificación de la pauta, para después realizar el armado de la base de resultados en forma automática y autónoma; es decir, no existe intervención humana en todo el proceso que pueda alterar los datos o resultados. Una vez identificadas las pautas con el nombre del anuncio, partido político al que corresponde, medio en que se detectó la transmisión, la fecha/hora/minuto/segundo en que se detectó, y la duración de la pauta en segundo, se agrega manualmente la tarifa correspondiente. En el caso de la publicidad en el exterior, se realizaron dos levantamientos por mes, sobre rutas predefinidas de alto tráfico. En este sentido, se hicieron recorridos de inspección durante los cuales se documentó la cantidad de medios utilizados, y se les tomó fotografía para documentar la publicación. El monitoreo se realizó en las 21 calles y avenidas más transitadas del área metropolitana.
- Es importante señalar que 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. Asimismo, la propaganda detectada por cada candidato es asignada al partido o partidos en los cuales está inscrita la persona para competir por el cargo. También es importante indicar, que se han tomado en consideración aquellos mensajes publicados por el Gobierno de El Salvador que buscan influir en la decisión electoral.
- Se calcula que el grado de acierto de la detección de pauta es del 96% del tiempo monitoreado. Las situaciones que afectan el grado de acierto son las siguientes: interrupciones en la transmisión por causas imputables al medio, condiciones climatológicas (fuertes lluvias, vientos, destellos solares) que afectan o distorsionan las ondas hertzianas, y caídas del sistema por falta de energía o internet.

2. METODOLOGÍA



3. PRINCIPALES RESULTADOS SOBRE LA PROPAGANDA EMITIDA (OCTUBRE 2023)

1

CANDIDATURAS

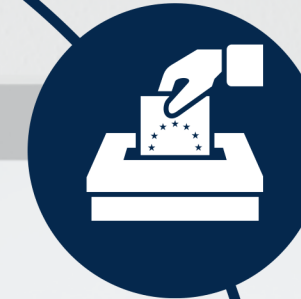
Número de candidatos (as) que pautaron publicidad en radio, televisión, prensa escrita y vallas del exterior.



01

TIPOS DE ELECCIÓN

La publicidad detectada corresponde a candidaturas que competirán en la elección municipal 2024.



02

PARTIDOS POLÍTICOS

Número de partidos cuyas candidaturas pautaron publicidad en los medios monitoreados.



3

ANUNCIOS

Número de anuncios detectados por parte de candidaturas y partidos que competirán en la elección 2024.



\$1,094,284.00

VALOR ECONÓMICO

Estimación del valor económico de la propaganda emitida por los candidatos, partidos y el Gobierno en los medios monitoreados.



14

ANUNCIOS

Número de anuncios detectados por parte del Gobierno de tipo electoral y que resalta logros y obras ejecutadas.



\$52,600.00

VALOR ECONÓMICO

Estimación del valor económico de la propaganda emitida por los candidatos y partidos en los medios monitoreados.



\$1,041,684.00

VALOR ECONÓMICO

Estimación del valor económico de la propaganda emitida por el Gobierno en los medios monitoreados. (PROPAGANDA GUBERNAMENTAL QUE BUSCA BENEFICIAR AL PARTIDO OFICIAL).



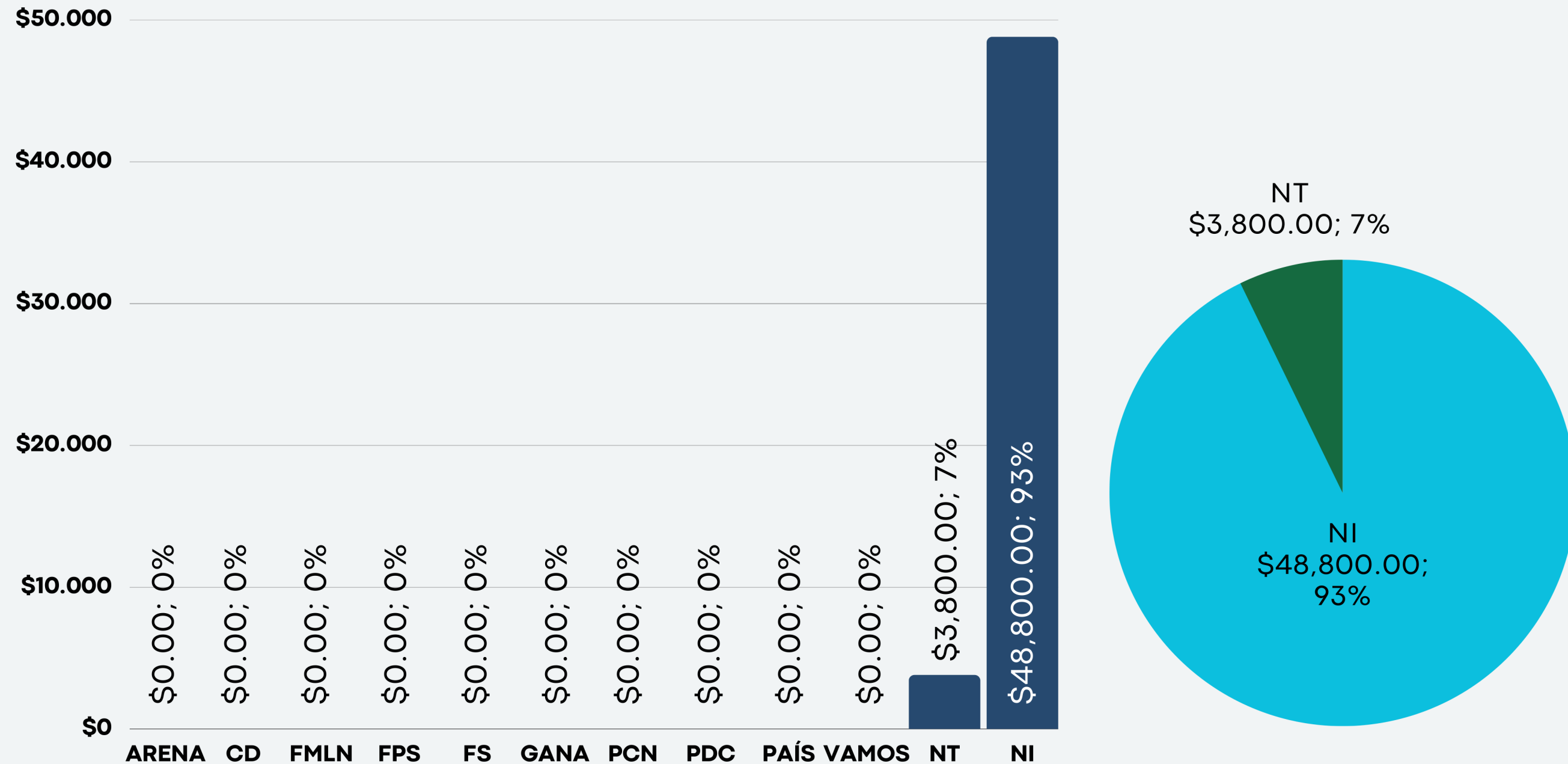
4. VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO (OCTUBRE 2023)

De acuerdo con los datos, el valor estimado de la propaganda electoral emitida en radio, televisión, prensa escrita y vallas del exterior, en octubre 2023 asciende a **\$52,600.00**. El monto anterior corresponde a la publicidad de **1 candidatura perteneciente a 1 partido político, y la publicidad general de otro partido** que competirán en la elección legislativa 2024.

Por partido político, el **93% del valor estimado corresponde a NUEVAS IDEAS**, mientras que el **7% restante pertenece a NUESTRO TIEMPO**. No se detectó publicidad en los medios monitoreados del resto de partidos.

Según los datos, **la candidatura detectada del partido NUEVAS IDEAS realizó campaña adelantada**. De acuerdo con el art. 172 del Código Electoral, la propaganda de la elección presidencial puede ser realizada cuatro meses antes de la fecha de la elección, dos meses antes en el caso de la elección de Diputados, y un mes antes en el caso de los Concejos Municipales.

TOTAL VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA ELECTORAL (OCTUBRE 2023): \$52,600.00



5. VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA ELECTORAL POR CANDIDATO (A) (OCTUBRE 2023)

TOTAL VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA ELECTORAL (OCTUBRE 2023):
\$52,600.00

VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA ELECTORAL

JOSÉ CHICAS (NI)

\$48,800.00; 93%

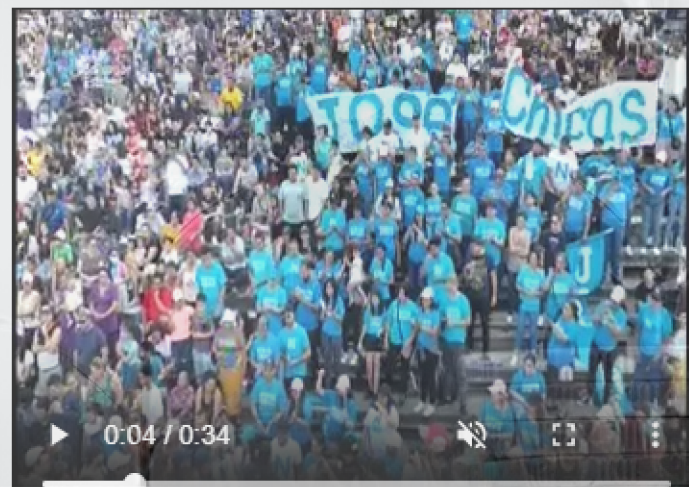


PARTIDO NT

\$3,800.00; 7%



El monitoreo de propaganda realizado en radio, televisión, prensa escrita y vallas del exterior, detectó que **el valor estimado más alto corresponde al candidato a Alcalde José Chicas del partido NI**. El candidato Chicas **publicó 1 anuncio en TV que fue reproducido 101 veces, por un valor estimado de \$48,800.00**. El monitoreo también detectó **publicidad del partido NUESTRO TIEMPO**, correspondiente a **2 anuncios en vallas del exterior publicadas en el AMSS por un valor estimado de \$3,800.00**



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA
CON BASE DATOS PROPORCIONADOS POR MONITEC.

7. VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA EMITIDA POR EL GOBIERNO (OCTUBRE 2023)

El monitoreo de propaganda realizado en radio, televisión, prensa escrita y vallas del exterior, detectó que **existió propaganda emitida por el Gobierno en el período analizado. El valor estimado de dicha propaganda asciende a \$1,041,684.00 procedentes de 14 anuncios emitidos en TV, prensa escrita y radio.** Según los datos, **los anuncios en TV fueron transmitidos en 8 medios televisivos y tuvieron una duración de 121,430 segundos, equivalentes a 1.41 días.** Los anuncios en radio **fueron transmitidos en 8 emisoras radiales y tuvieron una duración de 14,490 segundos, equivalentes a 4 hrs. de reproducción sin parar.** En el caso de los anuncios en prensa escrita, de los 4 anuncios que fueron detectados, **al menos 2 de estos se repitieron 2 veces en diferentes días del mes.** Como se señaló en el informe de septiembre, la propaganda del Gobierno puede ser clasificada en 2 tipos: propaganda electoral y propaganda que resalta logros y obras ejecutadas.



GOBIERNO

VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA ELECTORAL

\$1,041,684.00; 100%

TOTAL VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA DEL GOBIERNO DE TIPO ELECTORAL (OCTUBRE 2023):
\$220,794; 21%

TOTAL VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA DEL GOBIERNO QUE RESALTA LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS (OCTUBRE 2023):
\$820,890.00; 79%

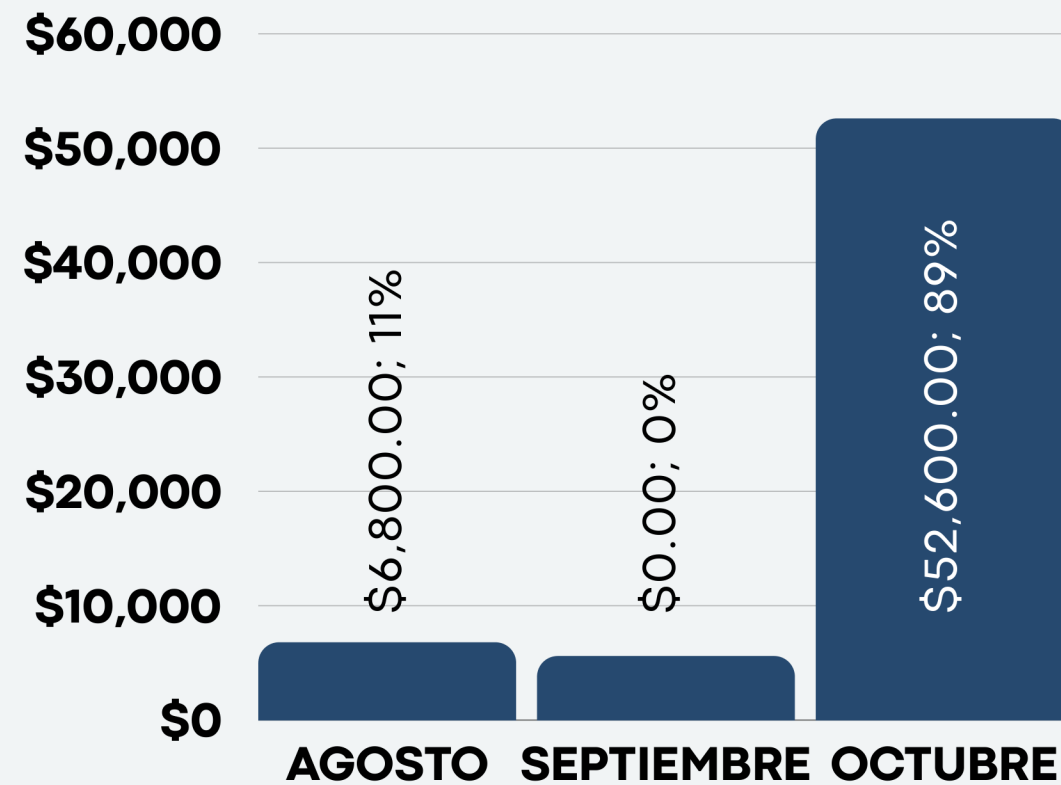
ORIGEN	ANUNCIO	MES	MEDIO	TRANSMITIDO	Nº DE REPRODUCCIONES	DURACIÓN	COSTO	TIPO DE PROPAGANDA
GOBIERNO	Central Hidroeléctrica 3 Feb	OCTUBRE	TV	Canal 10, canal 12, canal 2, canal 35, canal 4, canal 6, TCS	505	22,725	\$344,835.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	DOM Ahuachapán	OCTUBRE	TV	Canal 10, canal 21	170	17,000	\$93,950.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	DOM Cabañas	OCTUBRE	TV	Canal 10	97	11,640	\$64,340.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	DOM San Salvador	OCTUBRE	TV	Canal 10, canal 21	359	37,695	\$218,505.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	DOM Usulután	OCTUBRE	TV	Canal 10, canal 21	149	13,410	\$74,370.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	Recuerdas esto prisioneros	OCTUBRE	TV	Canal 10, canal 12, canal 2, canal 35, canal 4, canal 6, canal 8, TCS	289	17,340	\$220,454.00	ELECTORAL
GOBIERNO	Todo tiene su tiempo	OCTUBRE	TV	Canal 10	12	1,620	\$9,090.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	Descubre un nuevo El Salvador	OCTUBRE	PRENSA	El Diario El Salvador	1	0	\$1,794.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	Obras que cambian vidas	OCTUBRE	PRENSA	El Diario El Salvador	2	0	\$3,588.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	Obras que generan desarrollo	OCTUBRE	PRENSA	El Diario El Salvador	1	0	\$1,794.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	Obras que generan empleo	OCTUBRE	PRENSA	El Diario El Salvador	2	0	\$3,588.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	Esta haciendo cientos de obras	OCTUBRE	RADIO	Radio El Salvador	20	2,400	\$800.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	Central Hidroeléctrica 3 Feb	OCTUBRE	RADIO	Cool FM, Cuscatlán, Femenina, laser español, Punto 105, radio El Salvador, Viva FM, YSKL	246	11,070	\$4,236.00	LOGROS Y OBRAS EJECUTADAS
GOBIERNO	Recuerdas esto prisioneros	OCTUBRE	RADIO	Radio El Salvador	17	1,020	\$340.00	ELECTORAL
TOTAL					1,870	135,920	\$1,041,684.00	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA
CON BASE DATOS PROPORCIONADOS POR MONITEC.

9. VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA ELECTORAL EN EL PERÍODO (AGOSTO-OCTUBRE 2023)

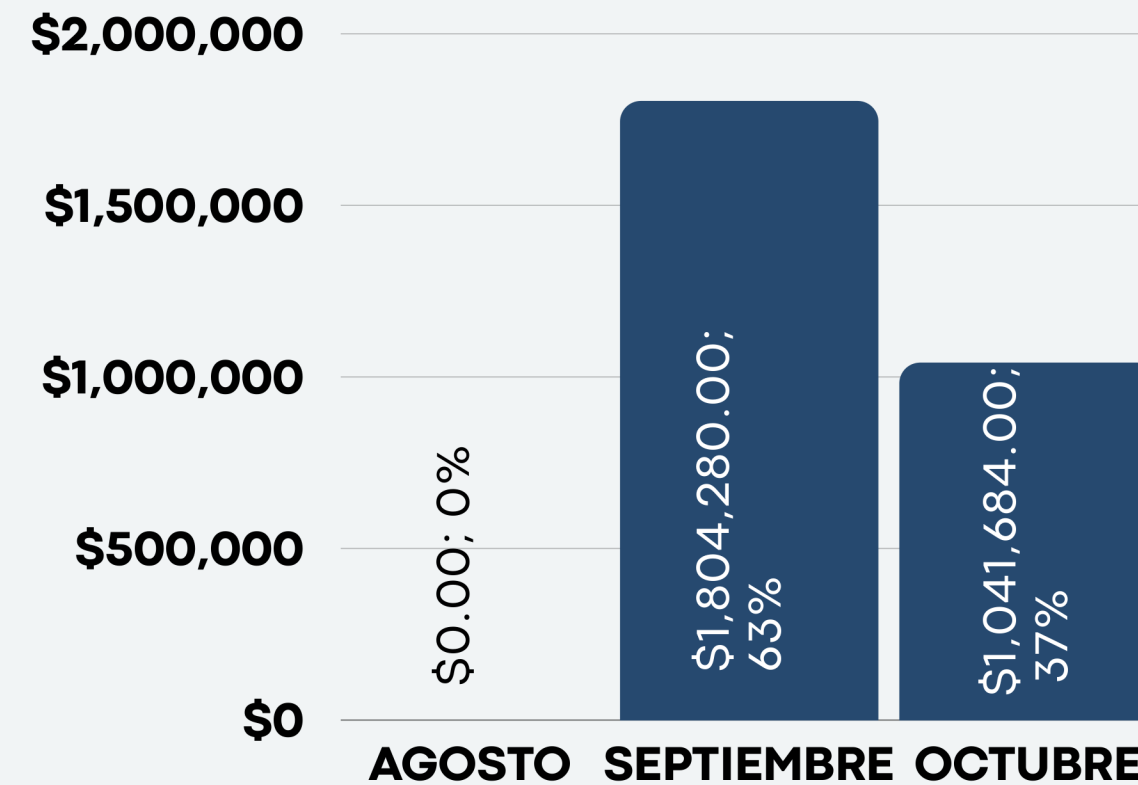
TOTAL VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA ELECTORAL DE LAS CANDIDATURAS (AGOSTO-OCTUBRE 2023):

\$59,400.00



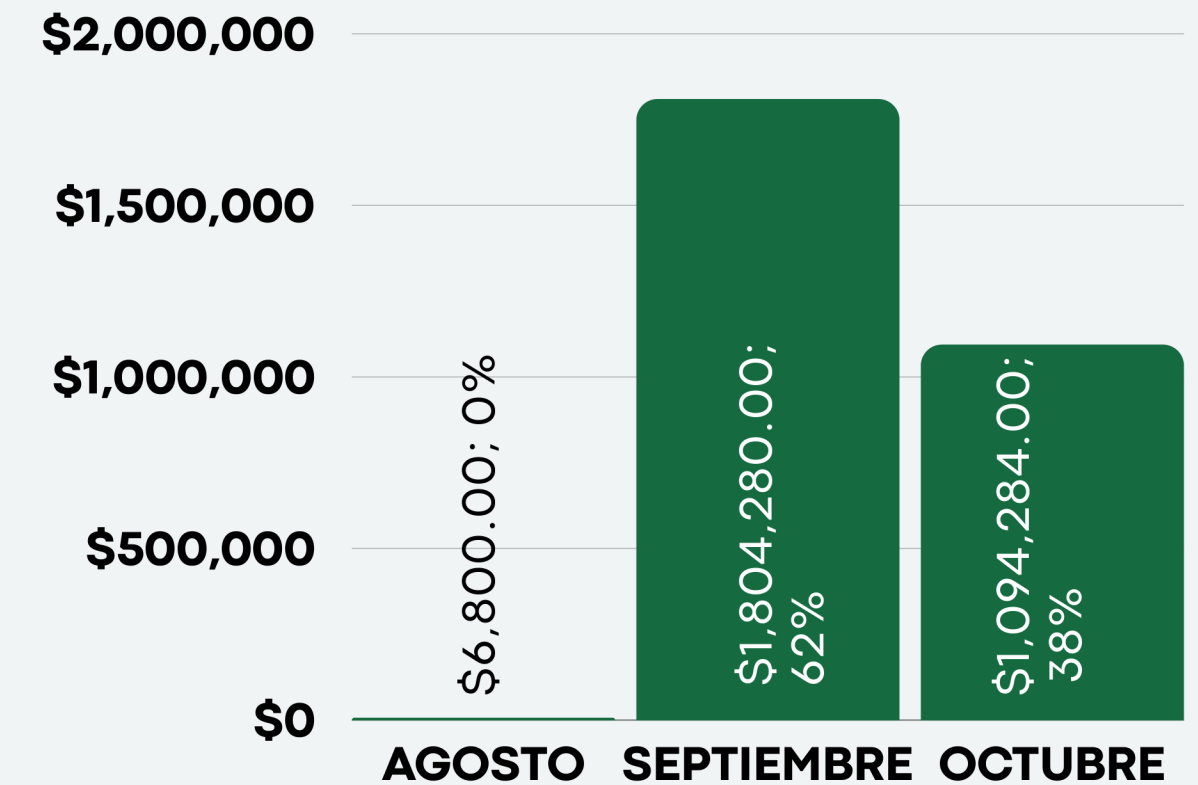
TOTAL VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA EMITIDA POR EL GOBIERNO (AGOSTO-OCTUBRE 2023):

\$2,845,964.00



TOTAL VALOR ESTIMADO DE LA PROPAGANDA ELECTORAL DE LAS CANDIDATURAS Y LA PROPAGANDA EMITIDA POR EL GOBIERNO (AGOSTO-OCTUBRE 2023):

\$2,905,364.00



El monitoreo de propaganda realizado en los meses de agosto, septiembre y octubre 2023, refleja que la publicidad emitida por los partidos políticos y sus candidaturas, junto a la publicidad emitida por el Gobierno, **asciende a \$2,905,364.00**. Este valor corresponde a mensajes publicados en las redes sociales de Facebook, anuncios pagados en televisión, radio y vallas del exterior. **El 62% del valor estimado de la propaganda en los 3 meses, corresponde a la publicidad emitida en septiembre**, la cual fue realizada en televisión. Según su origen, **el 98% del valor de la publicidad detectada en ambos meses corresponde a mensajes publicados por el Gobierno de El Salvador (\$2,845,964.00)**, mientras que el 2% restante pertenece a publicidad pagada por las candidaturas (\$59,400.00).

NOTA: EN LA PRIMERA VERSIÓN DE ESTE REPORTE SE INCLUYERON DATOS DE PROPAGANDA DE DANIELA SALAZAR, PUES SE HIZO PÚBLICA SU CANDIDATURA POR EL PARTIDO FUERZA SOLIDARIA. EN ESTA SEGUNDA VERSIÓN, SE ELIMINARON LOS DATOS DE DICHA PERSONA DEBIDO A QUE DESISTIÓ DE SU CANDIDATURA SEGÚN NOTIFICÓ A ACCIÓN CIUDADANA.

10. CONCLUSIONES

- Los partidos y las candidaturas continúan irrespetando el período oficial de campaña electoral. Es importante que la autoridad electoral asuma su papel de ente fiscalizador y emita las sanciones respectivas en tiempo y forma. La falta de control genera inequidad en la contienda electoral.
- El Gobierno, como en otras ocasiones, continua utilizando recursos del Estado para realizar propaganda afín al partido NUEVAS IDEAS y a la figura del presidente. La publicidad emitida por el Gobierno no sólo resalta los logros y obras ejecutadas en la presente administración, sino que también busca incidir en la decisión de los votantes al desestimar a partidos de oposición y persuadir al electorado a su favor. La propaganda electoral del Gobierno se “disfraza” como propaganda gubernamental, pero al final lo que busca es beneficiar al partido y al presidente.
- Los partidos políticos que representan los valores de propaganda más altos del período analizado, no han hecho pública su información financiera. En ese sentido, se desconoce el origen de su financiamiento, y los donantes que respaldan dichos proyectos políticos. La falta de transparencia no permite garantizar que la procedencia de los ingresos sea lícita, y que los fondos hayan sido utilizados de forma correcta.
- El inicio oficial de la campaña electoral 2024 es atípico respecto a procesos electorales anteriores, y es que el monto invertido en publicidad resulta ser muy bajo. Esto puede ser consecuencia de la falta de fondos privados o públicos de los partidos, o bien, un cambio en la estrategia de inversión de recursos. La apuesta de los partidos puede ser la campaña legislativa y no la presidencial, debido al fuerte aparataje estatal que limita su capacidad de incidencia y atracción del voto.

EL SALVADOR: 1º MONITOREO DE PROPAGANDA ELECCIONES 2024

PERÍODO MONITOREADO:
SEPTIEMBRE 2023

ACCIÓN CIUDADANA
CENTRO DE MONITOREO POLÍTICO

NOVIEMBRE 2023

