

CAMPAÑA 2023: MONITOREOS DE REDES Y AUDITORIAS DE MEDIOS

Monitoreos en Redes Sociales

Elecciones 2023

META: FACEBOOK / INSTAGRAM

La empresa META presenta en sus registros una gran cantidad de contratación de publicidad electoral. Esto incluye a las plataformas **Facebook e Instagram**. La propia empresa generó la biblioteca de anuncios que permite consultar y conocer contrataciones realizadas por cualquier página en alguna de las plataformas.

Las páginas de Facebook que contratan publicidad (cualquier rubro: comercial, política, social) tienen una sección de transparencia que permite acceder a la biblioteca de anuncios de ese usuario. En ese apartado se pueden consultar las creatividades (se guardan por 7 años) utilizando búsquedas por períodos de tiempo.

Informe de la Biblioteca de Anuncios de Meta

Cada uno de estos reportes brinda información sobre los gastos y la cantidad de elementos contratados durante el período estipulado.

Al descargar un reporte, se obtiene el ID de la página, el nombre del anunciante, el descargo de responsabilidad (de la contratación), el gasto total en pesos de **ese período** y la cantidad de posteos en la librería. El análisis de la Biblioteca de anuncios en combinación con los canales de colaboración entre la Cámara Electoral y Meta permitió el resultado obtenido.

Monitoreo de la Unidad de Análisis de Información:

El análisis de la Cámara Nacional Electoral monitoreó y analizó las bibliotecas de anuncios de alrededor de **24.000** cuentas desde principios del 2023 hasta la fecha de la elección de Segunda Vuelta el 19 de noviembre.



Precampaña PASO: del 1 de enero al 23 de junio de 2023



Campaña PASO: del 24 de junio al 13 de agosto



Campaña Generales: del 14 de agosto al 22 de octubre



Campaña SEGUNDA VUELTA: del 23 de octubre al 19 de noviembre

Monitoreo y filtrado de la información:

- Se analizaron todas las bibliotecas de anuncios de las cuentas preseleccionadas como temas de **política, social o electoral**.

- El análisis consistió en determinar si las contrataciones de cada cuenta correspondían a gastos de campaña para elecciones nacionales o no.

Más allá de los gastos de campaña para la elección nacional se detectaron:

- o Gastos de gobiernos nacional, provincial, municipal
- o Gastos de elecciones locales. En varios casos, combinados con gastos de la elección nacional
- o Medios de comunicación: desde los medios más tradicionales hasta medios "creados" para la campaña. Esto se encontró combinado con cuentas que contrataron publicidad negativa.

Se detectaron gastos en Meta, **considerando solo los gastos para elecciones nacionales**, por un total de **\$ 1.841.741.611**

El detalle según cada elección:



Es importante aclarar que el **88%** de los gastos detectados corresponden a contrataciones de agrupaciones políticas de ORDEN NACIONAL para las campañas presidenciales.

GOOGLE - YouTube

La plataforma GOOGLE nuclea la mayoría de la publicidad web (incluso en medios) y en YouTube. Su monitoreo COMPLETO es virtualmente imposible. A lo largo de los procesos electorales pasados, la colaboración con la empresa permitió obtener cierta cantidad de información sobre gastos de campaña. Hasta las elecciones del año 2021 la información provista por la empresa correspondía a consultas que debían cumplir condiciones técnicas complicadas.

Con la puesta en funcionamiento, por parte de GOOGLE, de una biblioteca de anuncios el caudal de información obtenida cambió positivamente. Es importante aclarar que todavía se detecta que la información de gastos es incompleta y que surgen cambios y modificaciones permanentes que complican su utilización.

No hay que perder de vista que toda la información de gastos obtenida, **DEPENDI** de la herramienta provista por la propia plataforma.

Monitoreo de la Unidad de Análisis de Información:

Desde la Cámara Nacional Electoral se han monitoreado y analizado las bibliotecas de anuncios desde principios del 2023 hasta la fecha de la elección de Segunda Vuelta el 19 de noviembre.



Precampaña PASO: del 1 de enero al 23 de junio de 2023



Campaña PASO: del 24 de junio al 13 de agosto



Campaña Generales: del 14 de agosto al 22 de octubre



Campaña SEGUNDA VUELTA: del 23 de octubre al 19 de noviembre

Monitoreo y filtrado de la información:

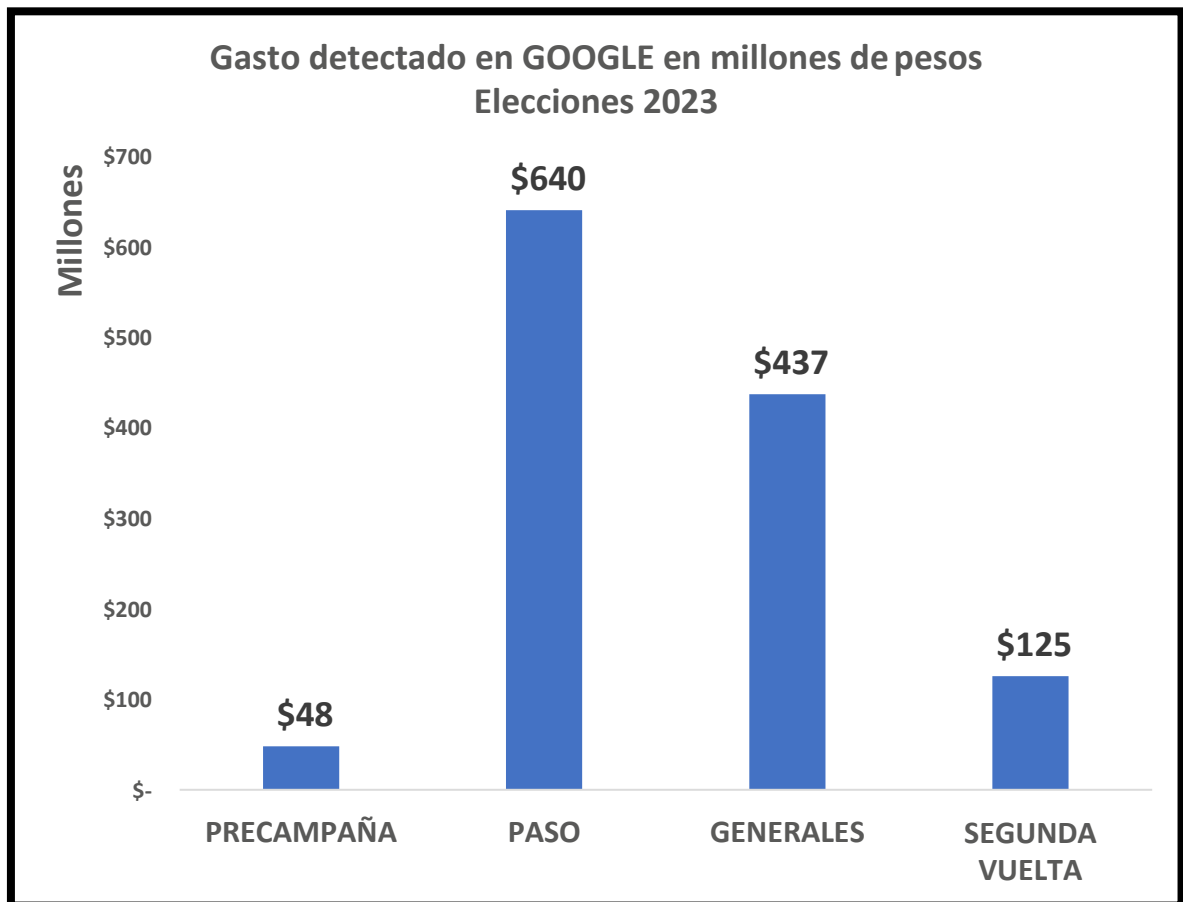
- Se analizaron todas las bibliotecas de anuncios de las cuentas preseleccionadas como temas de **política, social o electoral**.
- El análisis consistió en determinar si las contrataciones de cada cuenta correspondían a gastos de campaña para elecciones nacionales o no.

Más allá de los gastos de campaña para la elección nacional se detectaron:

- o Gastos de gobiernos nacional, provincial, municipal
- o Gastos de elecciones locales. En varios casos, combinados con gastos de la elección nacional

Se detectaron gastos en GOOGLE, **considerando solo los gastos para elecciones nacionales**, por un total de **\$ 1.249.905.000**

El detalle según cada elección:



Es importante aclarar que el **92%** de los gastos detectados corresponden a contrataciones de agrupaciones políticas de ORDEN NACIONAL para las campañas presidenciales.

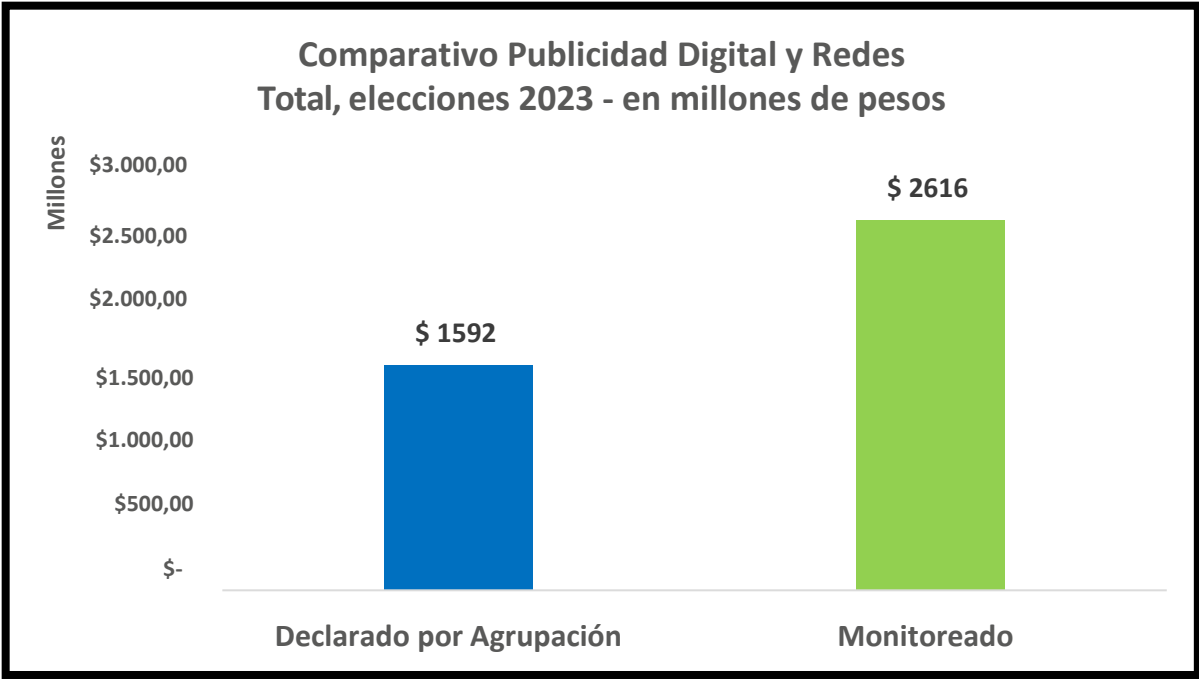
COMPARATIVO Publicidad Digital y Redes Sociales

De los monitoreos en redes sociales surge como significativa la comparación de la información declarada en las **principales** 5 candidaturas presidenciales del 2023 con el resultado del monitoreo.

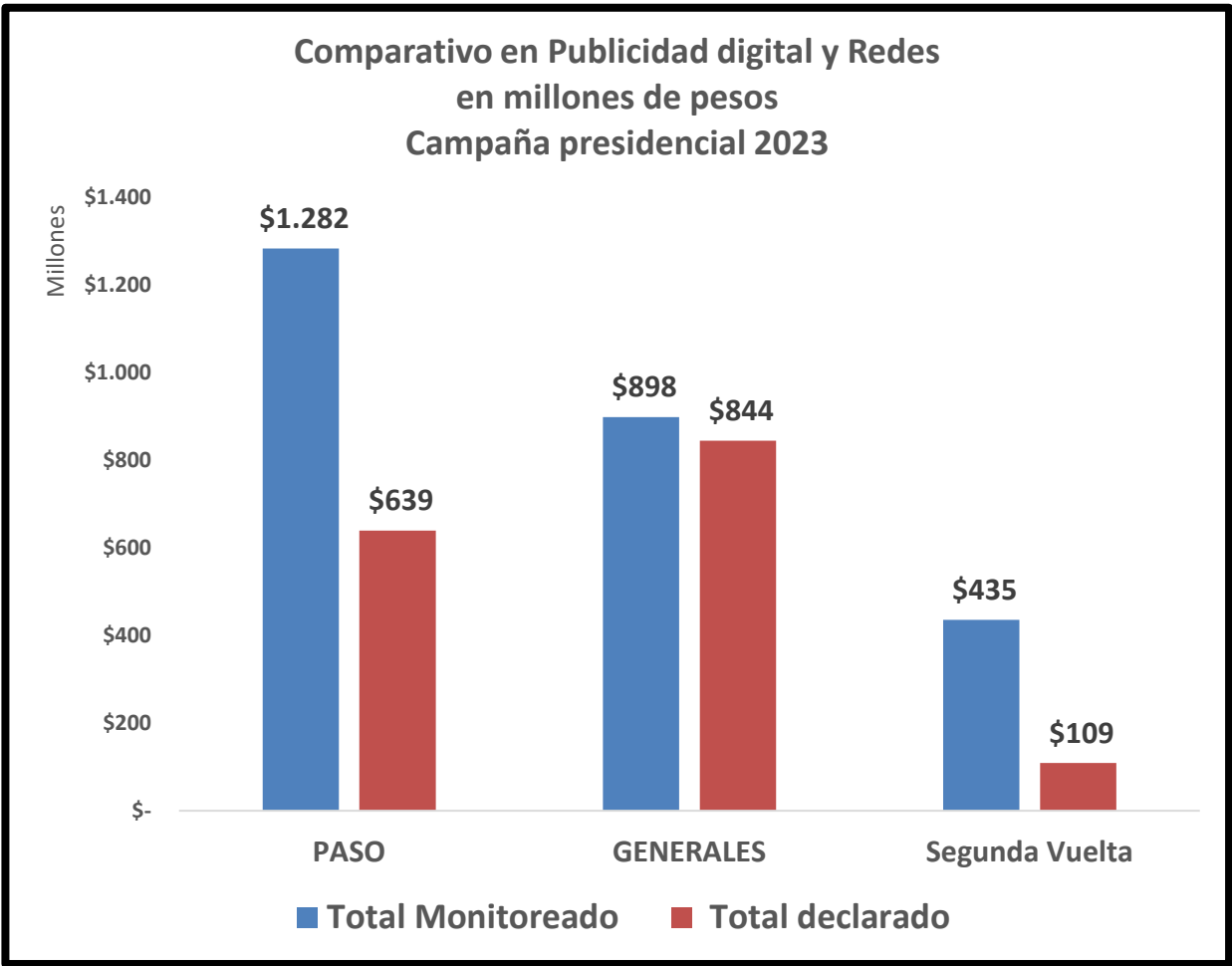
Aclaraciones importantes:

- El monitoreo del período PASO incluye la PRECAMPAÑA desde el 1º de enero de 2023
- **Los resultados corresponden a números previos al proceso de AUDITORÍA en cada expediente**

Teniendo en cuenta todas las aclaraciones, los totales del comparativo de las principales 5 alianzas durante las 3 etapas electorales (PASO, Generales y Segunda Vuelta) muestran **gastos no declarados en alrededor de 1000 millones de pesos.**



El resultado del comparativo según cada etapa del proceso electoral 2023:



Auditorias de medios - Circularización

Elecciones 2023

Vía Pública

Con el objeto de controlar el financiamiento de campañas, se lleva a cabo un monitoreo de la publicidad en la vía pública para todas las categorías de cargos nacionales, como así también del proceso de promoción de agrupaciones e instalación de figuras que eventualmente serán candidatos.

El resultado que se obtiene de esta auditoría es un insumo para la verificación de los informes de campañas electorales y los balances anuales presentados por las agrupaciones políticas.

Para la campaña 2023 se contrató, a través de una licitación, a la empresa Syconline S.A.

El monitoreo cubrió:

- ☐ CABA
- GRAN BUENOS AIRES, 1er, 2do y 3er Cordón.
- ☐ CORDOBA (Capital)
- ☐ MENDOZA (Capital)
- ☐ SANTA FE (Capital)
- ☐ ROSARIO
- PARANÁ
- ☐ CORRIENTES (Capital)
- ☐ RESISTENCIA
- ☐ MAR DEL PLATA
- BAHÍA BLANCA

Resultados generales:

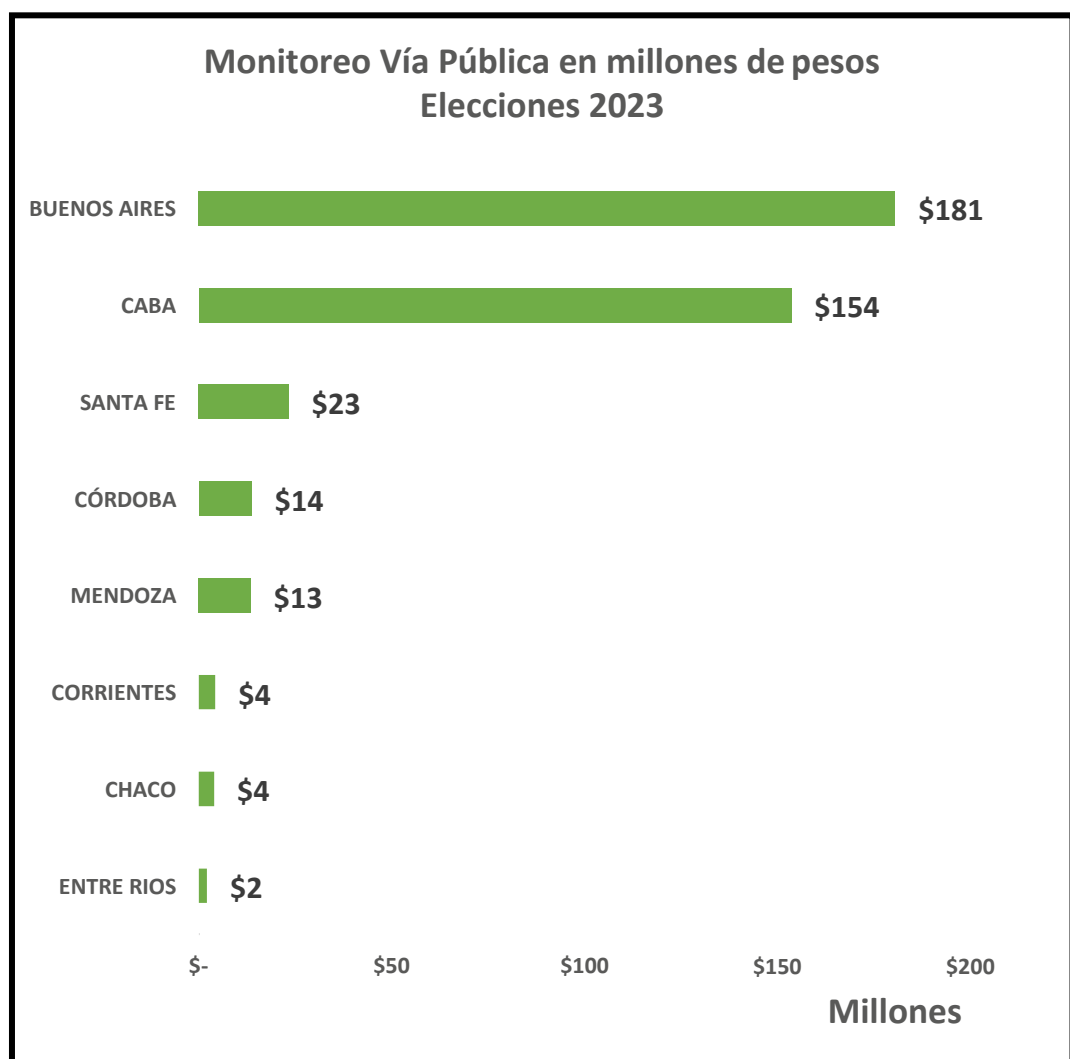
- Se relevaron alrededor de **3500 publicidades** en vía pública de diferentes agrupaciones políticas.

- La valuación total de la auditoría, calculada como proyección del valor de mercado, asciende a **\$395.000.000**

Diferentes tipos de avisos:

- ☐ CARTELES ESPECTACULARES
- ☐ CARTELES LED - RUTEROS
- ☐ SUPERVALLAS - CARTELES 4X4
- ☐ GIGANTOGRAFIAS - SEXTUPLES
- ☐ TRANSILUMINADOS PANTALLAS - REFUGIOS
- ☐ CARAS PANTALLAS MUNICIPALES
- ☐ CARTELERAS DOBLES - PANTALLAS MOVILES - MEDIANERAS
- ☐ LUNETAS DE COLECTIVOS - BOCA DE ACCESO A SUBTES

Distribución del gasto detectado por distrito:



Clipping

Con vistas al financiamiento de campañas, se lleva a cabo un monitoreo de la información en medios de comunicación web y redes sociales de los precandidatos, candidatos y sus agrupaciones. El objetivo del monitoreo es detectar actividades que permitan exteriorizar gastos de campaña en diferentes rubros.

El resultado obtenido representa un insumo para la verificación de los informes de campañas electorales y los balances anuales presentados por las agrupaciones políticas.

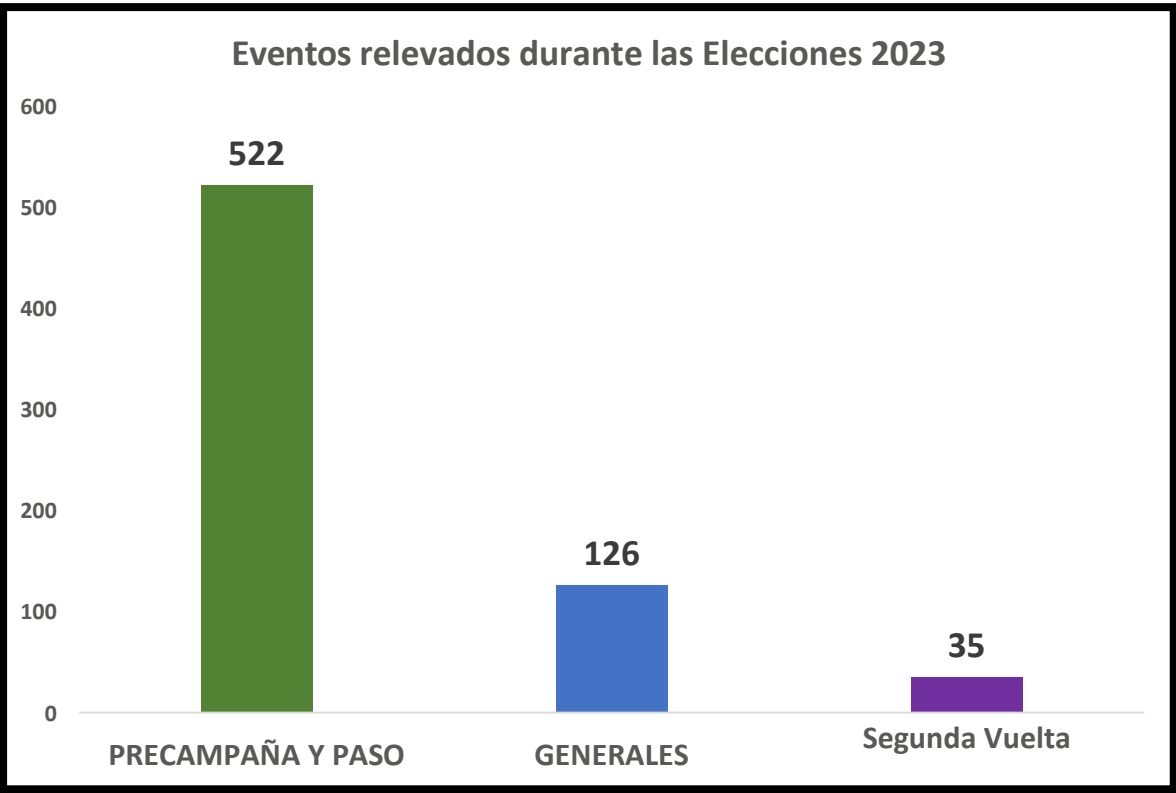
El clipping se organizó alrededor de los siguientes puntos:

- Cobertura de TODOS los distritos del país
- Se monitorearon aproximadamente 850 medios.
- Más de 500 cuentas de Facebook de agrupaciones y candidatos para extraer actividades de campaña (Eventos y gastos).
- Más de 450 cuentas de X (ex Twitter) de agrupaciones y candidatos para extraer actividades de campaña (Eventos y gastos).
- Cruce de los datos obtenidos con la Base de Circularización a terceros.
- Análisis de redes sociales de candidatos y agrupaciones para extraer actividades de campaña (eventos y gastos).
- Cobertura permanente que logra cubrir la actividad previa al período de campaña.

Los tipos de eventos y noticias relevadas permiten detectar todo tipo de actividad. Entre los principales rubros detectados se encuentran:

- Actos no declarados: eventos en hoteles, estadios, clubes.
- Hotelería y gastos de funcionamiento
- Traslados, vuelos, eventos en todo el país
- Consultores y asesores en la campaña
- Vínculos con empresas y actores relevantes.

La cantidad de eventos y la importancia de cada uno de ellos es variable. Pero, en términos generales, la cantidad de eventos detectados durante el proceso electoral 2023 fue:



Pedidos de información a terceros

Las consultas sobre gastos de campaña a profesionales, empresas y proveedores de servicios en general son una de las fuentes de información más relevantes a la hora de analizar las rendiciones de las agrupaciones políticas. Desde el Cuerpo de Auditores se envían a todas las secretarías electorales del país los listados de los proveedores a los que se debe consultar. El procedimiento se completa con los agregados y cambios que cada secretaría propone, sumado a los cambios y correcciones de cada campaña electoral.