

FRANJA ELECTORAL TELEVISIVA

Orden de las apariciones

1	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN
2	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSH	LAGOS
3	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH
4	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN
5	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN
6	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI
7	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN
8	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS
9	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH
10	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN
11	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN
12	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI
13	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN
14	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS
15	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH
16	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN
17	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN
18	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI
19	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN
20	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS
21	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH
22	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN
23	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN
24	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI
25	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN
26	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS
27	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN	HIRSCH
28	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN	MARIN
29	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI	LARRAIN
30	LARRAIN	MARIN	HIRSCH	LAGOS	LAVIN	FREI

1.- La propaganda electoral por televisión, prevista en la ley 18.883 para la próxima elección presidencial, se transmitirá, al igual que en las dos oportunidades anteriores, en una franja de 30 minutos, en horario prime; es decir, entre las 20:45 y las 21:15 hrs. o entre las 21:45 y 22:15 hrs, de Lunes a Viernes. Los días Sábado y Domingo, el horario será de 12:30 a 13:00 hrs.

2.- Cada candidato tendrá 5 minutos, en el orden que corresponde, según el sorteo que haga el Consejo Nacional de Televisión. Este orden se irá rotando diariamente.

3.- En todo lo demás, regirán las mismas sobre procedimiento de entrega y exigencias técnicas que fije el Consejo, teniendo en cuenta la experiencia de las elecciones presidenciales y parlamentarias de 1993 y 1997.

-*- *-*

En caso de que el Consejo resuelva dividir los 30 minutos en dos franjas de 15 minutos, el horario de transmisión debería ser de 12:45 a 13:00 hrs., en la mañana y de 20:45 a 21:00 hrs., en la noche todos los días de la semana.

En tal caso, el tiempo de cada candidato será de 2,5 minutos y se someterá en cada franja al sorteo que haga el Consejo; orden que se rotará diariamente en la mañana y en la noche.

ACTA DEL ACUERDO SOBRE DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS PARA
LA PROPAGANDA ELECTORAL POR TELEVISION

En Santiago, a 27 de octubre de 1993, los representantes de los comandos de las candidaturas presidenciales y de los pactos de las candidaturas a diputados y senadores, los canales de televisión de libre recepción, representados por el Presidente de la Asociación Nacional de Televisión (ANATEL) y el Consejo Nacional de Televisión, representado por su Presidente, han dispuesto levantar la siguiente acta, que contiene los procedimientos acordados para permitir el desarrollo del proceso de propaganda política por televisión para las elecciones presidencial y parlamentaria del 11 de diciembre de 1993.

Las partes comparecientes expresan que los procedimientos y acuerdos establecidos se refieren única y exclusivamente a las elecciones que se celebrarán en la fecha antes indicada.

Los representantes de los comandos de las candidaturas presidenciales y de los pactos de las candidaturas a diputados y senadores dejan constancia de la buena disposición de los canales agrupados en ANATEL para materializar el acuerdo contenido en esta acta.

Dejan constancia, asimismo, de la contribución del Consejo Nacional de Televisión al logro de dicho acuerdo.

Los representantes de los comandos de las candidaturas presidenciales de los señores Max Neef, Pizarro, Pinera y Reitze y los representantes del Pacto Alternativa Democrática de Izquierda y del Pacto La Nueva Izquierda concurren a suscribir esta acta haciendo expresa manifestación de su rechazo a la alternancia diaria de los bloques de propaganda electoral establecida en el artículo 3º del documento.

ANATEL concurre a la firma de esta acta de acuerdo para contribuir a solucionar la situación de hecho existente en relación a la propaganda electoral en televisión para las elecciones presidenciales y parlamentarias, sin que este esfuerzo de los canales de televisión de libre recepción signifique, en caso alguno, renunciar a la posición que ANATEL ha venido sosteniendo respecto a que no corresponde a los canales de televisión asumir el costo de la transmisión de este tipo de propaganda.

ANTECEDENTES DEL ACUERDO

1. La Asociación Nacional de Televisión, ANATEL, y los comandos de las candidaturas parlamentarias y presidenciales de los partidos políticos y pactos que participarán en las elecciones del 11 de diciembre de 1993, han solicitado al Consejo Nacional de Televisión su mediación para

regular la propaganda electoral por televisión.

2. La Asociación Nacional de Televisión, ANATEL, y los comandos de las candidaturas parlamentarias y presidenciales de los partidos políticos y pactos que participarán en las elecciones del 11 de diciembre de 1993, han contraído el compromiso de respetar las disposiciones que de común acuerdo han elaborado sobre esta materia.

Las partes firmantes de esta Acta han acordado aprobar las siguientes disposiciones para implementar la propaganda electoral por televisión para las elecciones presidencial y parlamentaria que se realizarán el 11 de diciembre de 1993:

I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Los partidos, pactos y personas naturales deberán respetar, en su propaganda electoral, los valores contemplados en el inciso tercero del artículo 1º de la Ley Nº18.838 y lo dispuesto en las normas generales y especiales sobre contenidos de las emisiones de televisión dictadas por el Consejo Nacional de Televisión y publicadas en el Diario Oficial de 20 de agosto de 1993.

Los respectivos candidatos, partidos y pactos serán responsables de los contenidos que emitan a través de las correspondientes propagandas electorales.

Los canales de libre recepción, por su parte, se limitarán a transmitirlos en los horarios que se han acordado en el presente instrumento.

Artículo 2. Los tiempos de propaganda asignados a los pactos y a las candidaturas independientes serán intransferibles.

El inicio diario de las propagandas correspondientes a cada candidatura presidencial y parlamentaria deberá llevar una inequívoca identificación del candidato, partido o pacto al que pertenecen.

II. DISTRIBUCION DIARIA DEL TIEMPO Y ORDEN DE APARICION

Artículo 3. Los 40 minutos de propaganda electoral se transmitirán, en todos los canales, en dos bloques, en los siguientes horarios:

- Diariamente de 20:50 a 21:10 horas;
- De Lunes a Viernes de 12:00 a 12:20 horas y Sábado y Domingo de 10:40 a 11:00 horas. Por razones de carácter técnico, TELENORTE transmitirá la propaganda electoral los días Sábado y Domingo entre las 13:40 y las 14:00 horas.

Los bloques de propaganda se alternarán diariamente entre las candidaturas presidenciales y parlamentarias.

Corresponderá a las candidaturas presidenciales iniciar su propaganda a las 20:50 horas del primer día y a las parlamentarias el mismo día a las 12:00 horas, rotándose en los días sucesivos, incluyendo los horarios de Sábados y Domingos.

Artículo 4. De acuerdo con el sorteo practicado en el Servicio Electoral con fecha 14 de septiembre de 1993, el orden de aparición de las candidaturas presidenciales dentro del respectivo bloque horario será el siguiente: Sr. Manfred Max Neef, Sr. Eugenio Pizarro Poblete, Sr. Eduardo Frei Ruiz-Tagle, Sr. Cristián Reitze Campos, Sr. Arturo Alessandri Besa, Sr. José Piñera Echeñique. Este orden variará diariamente, corriéndose la secuencia un lugar adelante, de modo que a quien corresponda cerrar el primer día le tocará abrir al día siguiente, produciéndose así el desplazamiento señalado.

Artículo 5. De acuerdo al sorteo efectuado en el Servicio Electoral el 25 de agosto de 1993, el orden de aparición de las listas parlamentarias dentro del respectivo bloque horario será el siguiente: Alternativa Democrática de Izquierda, Unión por el Progreso de Chile, Nueva Izquierda, Concertación de Partidos por la Democracia. Este orden de aparición rotará de la misma manera que la establecida para las candidaturas presidenciales.

Artículo 6. A las candidaturas independientes corresponderá cerrar cada una de las franjas. El orden de aparición de los candidatos, determinado por orden alfabético, será el siguiente: Sr. Jorge Blaessinger Lobos, Sr. Eduardo Cerda

García, Sr. Samuel Jiménez Moraga, Sr. Víctor Muñoz Leighton, Sr. Marco Muñoz Machuca, Sr. Bernardo Olave García. Los candidatos independientes rotarán diariamente siguiendo el mismo procedimiento que el establecido para las candidaturas de listas políticas.

Artículo 7. Televisión Nacional de Chile actuará como cabeza de la transmisión simultánea, y su obligación como tal se limita, exclusivamente, a transmitir el material que le entregue el Consejo Nacional de Televisión y a poner su señal a disposición de los restantes canales.

III. PROCEDIMIENTO DE ENTREGA DE LA PROPAGANDA

Artículo 8. Cada comando presidencial, pacto y candidato independiente deberá entregar al Consejo Nacional de Televisión las grabaciones con su propaganda al menos dos días antes de su emisión, entre las 9 y las 13 horas. La entrega se hará en Moneda 1020, 4 piso. Si una misma grabación debe transmitirse en días consecutivos, el representante del respectivo comando, partido o candidatura independiente deberá indicarlo por escrito en el momento de la entrega de la grabación.

Artículo 9. Los comandos presidenciales, los pactos y los candidatos independientes, deberán acreditar, antes del 9 de noviembre de 1993, uno o más representantes ante el Consejo Nacional de Televisión, para la entrega de las grabaciones. Los representantes deberán firmar un libro que se mantendrá en el Consejo Nacional de Televisión, en el que se anotará la fecha y hora de recepción de éstas.

Artículo 10. Cada grabación deberá ser entregada debidamente compaginada, en dos copias, y sincronizada. El Consejo verificará, en presencia del respectivo representante -o representantes- acreditado, que el tiempo de grabación corresponda al legalmente asignado y que la grabación entregada se ajuste a las especificaciones técnicas establecidas en el artículo 11 de este acuerdo. Si un comando presidencial, pacto o candidato independiente no entrega la cinta grabada en el tiempo fijado en el artículo 8 precedente, se entenderá que ha renunciado voluntariamente, y sin derecho a compensación alguna, al

derecho de exhibición gratuita de su propaganda electoral en el día correspondiente.

Si el tiempo de la grabación entregada es superior al legalmente asignado, o si ella no cumple con todas y cada una de las especificaciones técnicas establecidas en el artículo 11 del presente acuerdo, la grabación será puesta a disposición del respectivo representante, para que efectúe el ajuste correspondiente y, modificada, la entregue con una anticipación de a lo menos 24 horas al día de su exhibición, entre las 9:30 y las 12:00 horas.

De persistir la infracción por exceso de tiempo o por incumplimiento de las especificaciones técnicas, se tendrá por renunciado voluntariamente, y sin derecho a compensación alguna, al ejercicio del derecho a exhibición por el respectivo comando, pacto o candidatura independiente.

IV. ESPECIFICACIONES TECNICAS

Artículo 11. Las grabaciones deberán ajustarse a las siguientes especificaciones técnicas:

- a) Sistema: NTSC color 525 líneas, 30 cuadros por segundo, frecuencia subportadora 3579545 (+/-) 10 Hz.
- b) Formato:
 - b.1) Formato Betacam SP
- c) Video
 - c.1) Niveles: 1 volts peak to peak positivo
0.7 Volt video
0.3 Volt sincronis
 - c.2) Razón señal o ruido mejor que 51 dB formato Betacam SP

d) Audio:

- d.1) Niveles 100% de modulación equivalente a OVU
- d.2) Resp. de Frec. 50 Hz a 15 KHz (+/-) 1.5 dB
- d.3) Razón Señal Ruido mejor que 56 dB.
- d.4) Distorsión a 1 KHz menor que 1%.

e) Consideraciones Generales:

- e.1) Encabezamiento: inicio de la grabación deben incluirse las siguientes señales de prueba: 1 minuto de barras color al 100% standard, con un tono de 1.000 ciclos/seg. al 100% de modulación OVU .

e.2) Audio:

- Formato Betacam. El programa debe venir mezclado completo en canal 1.

e.3) Generaciones:

- La edición debe tener como máximo 2 generaciones.

e.4) Origen de contenido:

El origen del contenido debe tener calidad profesional, es decir, debe provenir de:

- Cámara profesional
- Reproductor formato Betacam SP, U-Matic 3/4 SP, M2 o digital de primera generación.
- Generador de caracteres
- Computador gráfico
- Cualquier equipo profesional que cumpla las especificaciones anteriores.

- e.5) Calidad de Video y Audio. Tanto el Video como el audio deben tener una calidad calificable con 4 como mínimo en la escala internacional de 1 a 5, esto quiere decir:

- Defectos perceptibles bajo inspección acuciosa pero no molestos. Los defectos que se tomarán en cuenta en la inspección visual y auditiva serán, entre otros, los siguientes:

- Video:
 - Inestabilidad de imagen
 - Desenganches
 - Imagen con blancos quemados
 - Excesivo nivel de crominancia
 - Diferencia de fase color entre las fuentes de imagen empleadas en la edición.
 - Defectos provocados por arrugas a las cintas
 - Drop-out excesivo.

- Audio:
 - Zumbido
 - Distorsión
 - Niveles excesivos o demasiado bajo
 - Intermitencias

Artículo 12. El Consejo Nacional de Televisión solamente editará las grabaciones que cumplan con los requisitos señalados en el artículo precedente y las entregará a Televisión Nacional de Chile, para su exhibición.

Artículo 13. Televisión Nacional de Chile y los demás canales de televisión de libre recepción transmitirán íntegramente las grabaciones entregadas por el Consejo Nacional de Televisión.

Diariamente, y antes de la exhibición de cada bloque de grabaciones de la propaganda reglamentada en estas disposiciones, se exhibirá un anuncio que señalará que los canales de televisión proceden a transmitir la propaganda electoral gratuita de acuerdo a lo dispuesto en la ley 18.700.

ACTA DEL ACUERDO SOBRE DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS PARA LA PROPAGANDA ELECTORAL POR TELEVISION

En Santiago, en el mes de septiembre de 1997, los representantes de las candidaturas parlamentarias de los partidos políticos, pactos e independientes, abajo firmantes, que participarán en las elecciones del 11 de diciembre de 1997, los canales de televisión de libre recepción, representados por el Presidente de la Asociación Nacional de Televisión (ANATEL) y el Consejo Nacional de Televisión, representado por su Presidenta, han dispuesto levantar la siguiente acta, que contiene los procedimientos acordados para permitir el desarrollo del proceso de propaganda política electoral por televisión, para las elecciones parlamentarias del 11 de diciembre de 1997.

Las partes comparecientes expresan que los procedimientos y acuerdos establecidos, se refieren única y exclusivamente a las elecciones que se celebrarán en la fecha antes indicada.

Los representantes de las candidaturas parlamentarias de los partidos, pactos e independientes, abajo firmantes, dejan constancia de la buena disposición de los canales agrupados en ANATEL, para materializar el acuerdo contenido en esta acta. Dejan constancia, asimismo, de la contribución del Consejo Nacional de Televisión al logro de dicho acuerdo.

ANATEL concurre a la firma de esta acta de acuerdo, para contribuir a solucionar la situación de hecho existente en relación a la propaganda electoral en televisión, para las elecciones parlamentarias correspondientes al año 1997, sin que este nuevo esfuerzo que asumen los canales de libre recepción, signifique en caso alguno renunciar a la posición que ANATEL ha venido sosteniendo en el tiempo, en cuanto a que no corresponde que sean los canales de libre recepción, los que deban pagar el costo que tiene la transmisión de este tipo de propaganda. En esta oportunidad, al realizar este nuevo aporte, los canales de televisión abierta han tenido especialmente presente la circunstancia de haberse postergado para el próximo año la discusión del proyecto de ley de financiamiento de los partidos políticos, en el cual debiera quedar resuelta la forma de financiamiento de la propaganda televisiva, conforme les fuera expresado por autoridades de Gobierno y representantes de diversos partidos políticos con motivo de las elecciones presidenciales y parlamentarias del año 1993.

ANTECEDENTES DEL ACUERDO

1. La Asociación Nacional de Televisión, ANATEL, y los representantes de las candidaturas parlamentarias de los partidos políticos, pactos e independientes, abajo firmantes, que participarán en las elecciones del 11 de diciembre de 1997, han solicitado al Consejo Nacional de Televisión su mediación para regular la propaganda electoral por televisión.

2. La Asociación Nacional de Televisión, ANATEL, y los representantes de las candidaturas parlamentarias de los partidos políticos, pactos e independientes que participarán en las elecciones del 11 de diciembre de 1997, han contraído el compromiso de respetar las disposiciones que de común acuerdo han elaborado sobre esta materia.

Las partes firmantes de esta Acta han acordado aprobar las siguientes disposiciones para implementar la propaganda electoral por televisión, para las elecciones parlamentarias que se realizarán el 11 de diciembre de 1997:

I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Los partidos políticos, pactos y candidaturas independientes deberán respetar, en su propaganda electoral, los valores contemplados en el inciso tercero del artículo 1º de la Ley N°18.838 y lo dispuesto en las Normas Generales y Especiales sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión, dictadas por el Consejo Nacional de Televisión y publicadas en el Diario Oficial de 20 de agosto de 1993.

Los respectivos candidatos, partidos y pactos serán responsables de los contenidos que emitan a través de las correspondientes propagandas electorales.

Los canales de libre recepción, por su parte, se limitarán a transmitirlos en los horarios que se han acordado en el presente instrumento.

Artículo 2. Los tiempos de propaganda asignados a los partidos, pactos y candidaturas independientes serán intransferibles.

El inicio de cada propaganda deberá llevar una inequívoca identificación del partido, pacto o candidato independiente al que pertenece.

II. DISTRIBUCION DIARIA DEL TIEMPO Y ORDEN DE APARICION

Artículo 3. La franja de propaganda electoral de 30 minutos, que comienza el día 11 de noviembre y finaliza el 8 de diciembre, se dividirá en dos bloques de 15 minutos, considerándose cada bloque como el universo de tiempo a repartir. De modo que cada candidatura dividirá el tiempo que le corresponde, ocupando la mitad en cada bloque de 15 minutos.

A tal efecto, las candidaturas podrán entregar un único compacto para que se emita en el bloque de la mañana y sea retransmitido en el bloque de la tarde o en días sucesivos, o bien, podrán optar por entregar dos compactos diferentes para que sean emitidos uno en el bloque de la mañana y otro en el bloque de la tarde.

Sin embargo, las candidaturas independientes, de partidos y de aquellos pactos a los que, considerando la suma de los tiempos asignados a todos los partidos que lo integran, les haya correspondido un tiempo inferior a los 30 segundos de propaganda electoral, podrán optar por acumularlo diariamente, apareciendo alternadamente sólo en uno de los dos bloques en que ha sido dividida la franja.

- Artículo 4.** Los 30 minutos de propaganda electoral se transmitirán, en todos los canales, en dos bloques, en los siguientes horarios: diariamente de 20:50 a 21:05 horas; de Lunes a Viernes de 12:00 a 12:15 horas; y Sábado y Domingo de 10:45 a 11:00 horas. Por razones de carácter técnico, TELENORTE transmitirá el primer bloque de propaganda electoral los días Domingo entre las 18:00 y las 18:15 horas.
- Artículo 5.** De acuerdo al sorteo efectuado en el Servicio Electoral el 21 de agosto de 1997, el orden de aparición de las listas parlamentarias dentro del respectivo bloque horario será el siguiente: A. Partido Humanista; B. Pacto Unión por Chile; C. Pacto Concertación de Partidos por la Democracia; D. Pacto La Izquierda; E. Pacto Chile 2000. Este orden de aparición rotará diariamente, corriéndose la secuencia un lugar adelante, de modo que a quién corresponda cerrar el primer día le tocará abrir al día siguiente, produciéndose así el desplazamiento señalado.
- Artículo 6.** A las candidaturas independientes les corresponderá cerrar cada uno de los bloques horarios de 15 minutos en que se dividirá la franja. Cada una de ellas aparecerá sólo en uno de los dos bloques en que ha sido dividida la franja, alternándose diariamente entre sí, de modo que un día aparezca en el bloque de la mañana y al siguiente en el bloque de la tarde, y así sucesivamente. El orden inicial de los candidatos independientes, determinado por orden alfabético, será el siguiente: la Sra. Rosa Ortelia González Román cerrará el bloque de la mañana y el Sr. Samuel Venegas Rubio cerrará el bloque de la tarde.
- Artículo 7.** Televisión Nacional de Chile actuará como cabeza de la transmisión simultánea y su obligación como tal se limita, exclusivamente, a transmitir el material que le entregue el Consejo Nacional de Televisión y a poner su señal a disposición de los restantes canales.

III. PROCEDIMIENTO DE ENTREGA DE LA PROPAGANDA

Artículo 8. Cada partido, pacto y candidato independiente deberá entregar al Consejo Nacional de Televisión las grabaciones con su propaganda al menos dos días antes de su emisión, entre las 11 y las 13 horas. La entrega se hará en Constitución N°74, Providencia, Santiago. Si una misma grabación debe transmitirse en los dos bloques horarios en que se dividirá la franja diariamente o en días consecutivos, el representante del respectivo partido, pacto o candidatura independiente deberá indicarlo por escrito en el momento de la entrega de la grabación.

Artículo 9. Los partidos, pactos y candidatos independientes, deberán acreditar, a más tardar el 7 de noviembre de 1997, uno o más representantes o apoderados ante el Consejo Nacional de Televisión para la entrega de las grabaciones. Los representantes deberán firmar un libro que se mantendrá en el Consejo Nacional de Televisión, en el que se anotará la fecha y hora de recepción de las grabaciones.

Artículo 10. Cada grabación deberá ser entregada debidamente compaginada y sincronizada, en dos copias. El Consejo verificará, en presencia del respectivo representante o representantes acreditado, que el tiempo de grabación corresponda al legalmente asignado y que la grabación entregada se ajuste a las especificaciones técnicas establecidas en el artículo 11 de este acuerdo. Si un partido, pacto o candidato independiente no entrega la cinta grabada en el tiempo fijado en el artículo 8 precedente, se entenderá que ha renunciado voluntariamente, y sin derecho a compensación alguna, al derecho de exhibición gratuita de su propaganda electoral en el día correspondiente.

Si el tiempo de la grabación entregada es superior al legalmente asignado o si ella no cumple con todas y cada una de las especificaciones técnicas establecidas en el artículo 11 del presente acuerdo, la grabación será puesta a disposición del respectivo representante para que efectúe el ajuste correspondiente y, modificada, la entregue con una anticipación de a lo menos 24 horas al día de su exhibición, entre las 11:00 y las 13:00 horas.

De persistir la infracción por exceso de tiempo o por incumplimiento de las especificaciones técnicas, se tendrá por renunciado voluntariamente, y sin derecho a compensación alguna, al ejercicio del derecho a exhibición por el respectivo partido, pacto o candidatura independiente.

IV. ESPECIFICACIONES TECNICAS

Artículo 11. El Consejo Nacional de Televisión verificará que las grabaciones se ajusten al tiempo asignado y a las siguientes especificaciones técnicas:

A) **Sistema:** NTSC color 525 líneas, 30 cuadros por segundo, frecuencia subportadora 3579545 (+ / -) 10 Hz.

B) **Formato:** Betacam SP

C) **Video:**

C.1) Niveles: 1 volts peak to peak positivo
0.7 Volt video
0.3 Volt Sincronis

C.2) Razón señal o ruido mejor que 51 db formato Betacam SP.

D) **Audio:**

D.1) Niveles 100% de modulación equivalente a OVU
D.2) Resp. De Frec. 50 Hz a 15 Khz (+ / -) 1.5 dB
D.3) Razón Señal Ruido mejor que 56 dB.
D.4) Distorsión a 1 Khz menor que 1%.

E) **Consideraciones Generales:**

E.1) **Encabezamiento:** al inicio de la grabación deben incluirse las siguientes señales de prueba: 1 minuto de barras color al 100% standard, con un tono de 1.000 ciclos/seg. al 100% de modulación OVU.

E.2) **Audio:** Formato Betacam. El programa debe venir mezclado completo en canal 1.

E.3) **Generaciones:** La edición debe tener como máximo 2 generaciones.

E.4) **Origen de contenido:** El origen del contenido debe tener calidad profesional, es decir, debe provenir de:

- Cámara profesional.
- Reproductor formato Betacam Sp, U-Matic ¾ SP,
M2 o digital de primera generación.
- Generador de caracteres.
- Computador gráfico.
- Cualquier equipo profesional que cumpla las especificaciones anteriores.

E.5) **Calidad de Video y Audio:** Tanto el video como el audio deben tener una calidad calificable con 4 como mínimo en la escala internacional de 1 a 5, esto quiere decir: defectos perceptibles bajo inspección acuciosa pero no molestos. Los defectos que se tomarán en cuenta en la inspección visual y auditiva serán, entre otros, los siguientes:

Video:

- Inestabilidad de imagen
- Desenganches
- Imagen con blancos quemados
- Excesivo nivel de crominancia
- Diferencia de fase color entre las fuentes de imagen empleadas en la edición.
- Defectos provocados por arrugas a las cintas
- Drop-out excesivo.

Audio:

- Zumbido
- Distorsión
- Niveles excesivos o demasiado bajos
- Intermencias

Artículo 12. El Consejo Nacional de Televisión solamente editará las grabaciones que cumplan con los requisitos señalados en el artículo precedente y las entregará a Televisión Nacional de Chile, para su exhibición.

Televisión Nacional de Chile y los demás canales de televisión de libre recepción transmitirán íntegramente las grabaciones entregadas por el Consejo Nacional de

Televisión, sin posibilidad de rechazarlas aludiendo incumplimiento de alguna de las especificaciones técnicas acordadas.

Artículo 13. Diariamente, y antes de la exhibición de cada bloque de grabaciones de la propaganda reglamentada en estas disposiciones, se exhibirá un anuncio que señalará que los canales de televisión proceden a transmitir la propaganda electoral gratuita de acuerdo a lo dispuesto en la Ley 18.700.

Escobar M

Partido Socialista CH.

Mans

Partido Demócrata Cristiano

[Signature]

Partido Humanista

[Signature]
Samuel Espinoza Rueda

[Signature]

José Novoa

UDI

[Signature]

Alejandro Pariblen de los
VCCP-

[Signature]
PPD.

[Signature]
N.A.P.

[Signature]
P.N.

[Signature]
PRSD.

[Signature]
Partido del Sur.

[Signature]

Partido Comunista

Pilar Anaya
CNTU.

Francisco Anríquez
ANATEL.

Por Chile 2000

-valos concitar: demorar: permanecer -

- interdit de parler de jorue -

- ijumar a lavui -

- lagos sila a habla de m p yecti

- In jorues votar x el futuro y nunca x el p p do.

- Lagos encarna el p zado

- no hay me intellectualiza -

**LA ELECCION PRESIDENCIAL Y LA FRANJA
ELECTORAL**



DIAGNOS
Comunicaciones, Mercado y Opinión Pública

INDICE

I.	PRESENTACION	3
II.	METODOLOGIA	5
III.	FICHA TECNICA	7
IV.	RESULTADOS	9
	1. <i>Vio o no vio Franja Electoral el primer día.</i>	10
	2. <i>Razones para no ver Franja el primer día.</i>	11
	3. <i>Frecuencia con que piensa seguir viendo la Franja.</i>	12
	4. <i>Tiene tomada decisión de voto para Elección Presidencial.</i>	13
	5. <i>Utilidad de la Franja Electoral.</i>	14
	6. <i>Similitud entre publicidad política y publicidad comercial.</i>	15
	7. <i>Opinión sobre autenticidad de candidatos en campaña.</i>	16
	8. <i>Candidato Presidencial más auténtico.</i>	17
	9. <i>Candidato Presidencial menos auténtico.</i>	18
	10. <i>Voto en Elecciones Parlamentarias de 1997.</i>	19
V.	REUMEN Y CONCLUSIONES	20
ANEXOS		
	1. <i>Cuestionario</i>	24
	2. <i>Cuadros Estadísticos</i>	28

I. PRESENTACION

Radio Cooperativa y la empresa consultora Diagnos, en el marco del proceso eleccionario actual, se han unido con el fin de aportar al debate público nacional información científica respecto del estado de ánimo de los chilenos.

A través de una serie de estudios de opinión vinculados a la próxima elección presidencial, Radio Cooperativa y Diagnos reponen una iniciativa que tiene su antecedente directo en el "Computador de Cooperativa".

Entre los años 1984 y 1989, Radio Cooperativa y Diagnos llevaron a cabo una experiencia que resultó pionera en el campo de los programas periodísticos sustentados en estudios de opinión pública.

Al ofrecer este nuevo ciclo de programas, esperamos contribuir con un aporte novedoso y atractivo para los auditores de Cooperativa que estén interesados en la elección del 12 de Diciembre.

Finalmente, dejamos explícitamente establecido que los sondeos de opinión que sirven de soporte a esta iniciativa, se ciñen estrictamente a los principios éticos y a las normas técnicas adoptadas por la Asociación Chilena de Estudios de Opinión Pública (ACHOP), de la cual Diagnos es miembro.



METODOLOGIA Y FICHA TECNICA

II. METODOLOGIA

La información de que da cuenta el presente informe se obtuvo a través de una encuesta, cuyo diseño metodológico se describe a continuación.

La población está compuesta por todas las personas inscritas en el Registro Electoral y que vivan en las ciudades de Santiago, Concepción, Talcahuano, Valparaíso y Viña del Mar. De esta población, se extrajo una muestra aleatoria, estratificada de tamaño 1200. Debido a las diferencias en los tamaños poblacionales de Santiago con el resto de las ciudades, la distribución de la muestra se realizó en forma pseudo proporcional, de tal manera, que en Santiago se fijó una muestra arbitraria de 492 personas y el resto de la muestra se distribuyó en forma proporcional a los inscritos de cada ciudad y en caso de determinar muestras decimales, éstas se ajustaron al múltiplo 12 más próximo. La proporcionalidad se restituye en la Fase de Procesamiento, ponderando los totales según el peso real de los inscritos en cada ciudad.

La unidad de muestreo fue el sector, que se define como la totalidad de manzanas adyacentes a la manzana seleccionada (Manzana Madre) de tal manera que una vez seleccionada una manzana queda definido el sector, con lo cual las manzanas que conforman el sector no participan en la segunda manzana seleccionada; este procedimiento se itera hasta completar el número de sectores a seleccionar. En cada sector se seleccionó una muestra aleatoria sistemática de 12 viviendas, entrevistando a la primera persona inscrita condicionado a la cuota en cuanto al género y edad.

Se optó por determinar la muestra de cada ciudad según las variables género y edad, sobre la base de la evidencia en el sentido que ellas influyen en ciertas tendencias del electorado; es decir, se trata de variables que expresan comportamientos heterogéneos en cuanto a las dimensiones a indagar en esta serie de estudios. Para controlar estas variables, se diseñó una muestra por cuota (porcentaje de cada género y grupo etario), controlándose en el proceso de la entrevista, de tal manera que en cada ciudad se cumpliera la cuota establecida, en forma proporcional a la distribución que la variable género presenta entre los inscritos en el registro electoral respectivo. Los estratos de edad se conformaron de acuerdo a las proyecciones por edad del INE.

En caso de rechazo o de no haber en el hogar una persona elegible, por no estar inscrita o por no responder a los requisitos de las cuotas faltantes, se pasa al hogar adyacente. Este procedimiento no altera la selección sistemática de hogares, la que se sigue aplicando igual.

Esta metodología está avalada por el Código Internacional de ESOMAR, adoptado por la ACHOP, que en su punto 5.2.6. señala: “ **A fin de realizar encuestas rápidas con muestras de gran tamaño, la mayoría de las encuestas de opinión preelectorales basadas en entrevistas cara a cara emplearán métodos de muestreo por cuotas. La aplicación de valores demográficos simples para asegurar un equilibrio exacto de la muestra constituye una práctica normal correcta. Si algunas partes del electorado han sido deliberadamente muestreadas en forma exagerada, deberá usarse la ponderación para recuperar el equilibrio correcto**”.

III. FICHA TECNICA

Universo:

Inscritos en el registro electoral de las ciudades Santiago, Valparaíso, Viña del Mar, Concepción y Talcahuano.

Cobertura:

Los inscritos en los registros electorales de estas ciudades representan el 43.7% del total de inscritos en el país.

Diseño Muestral: Aleatorio, estratificado.

Tamaño: 1.198 casos.

Error Muestral: 2,8% al 95% de confianza, bajo supuestos de varianza máxima.

Distribución de la Muestra:

Por ciudad

Ciudad	Numero de casos	Porcentaje	Valor de Ponderación
Santiago	492	41.0	80.42
Valparaíso	180	15.0	5.12
Viña del Mar	180	15.0	4.94
Concepción	204	17.0	5.57
Talcahuano	144	12.0	3.95
TOTAL	1.200	100.0	100.00

Por sexo

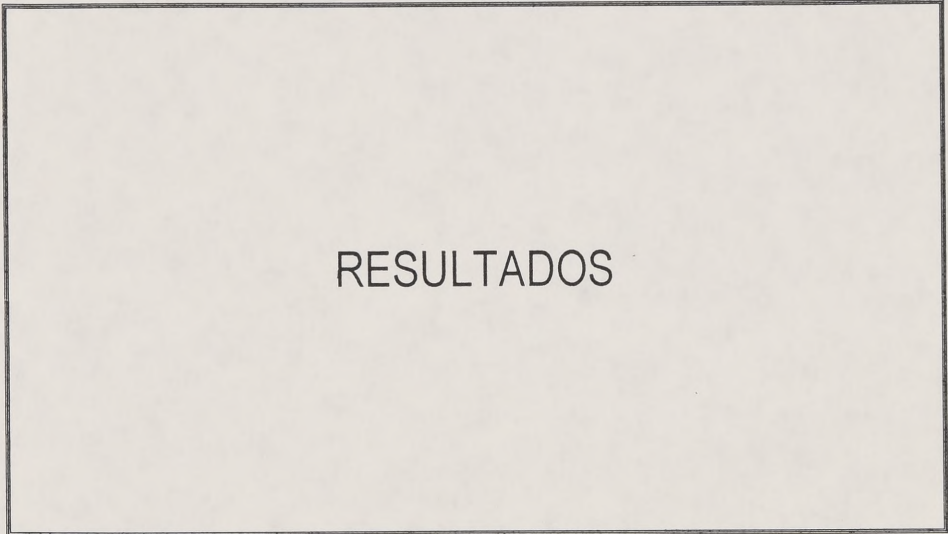
	Numero de casos	Porcentaje
Hombres	560	46.7
Mujeres	640	53.3

Por edad

Tramo	Numero de casos	Porcentaje
18 - 34	513	42.8
35 - 54	456	38.0
55 y más años	231	12.9

Trabajo de Terreno:

La encuesta se aplicó simultáneamente en las 5 ciudades el Sábado 13 de Noviembre. La supervisión se realizó en forma simultánea y se aplicó al 25% de la muestra total.

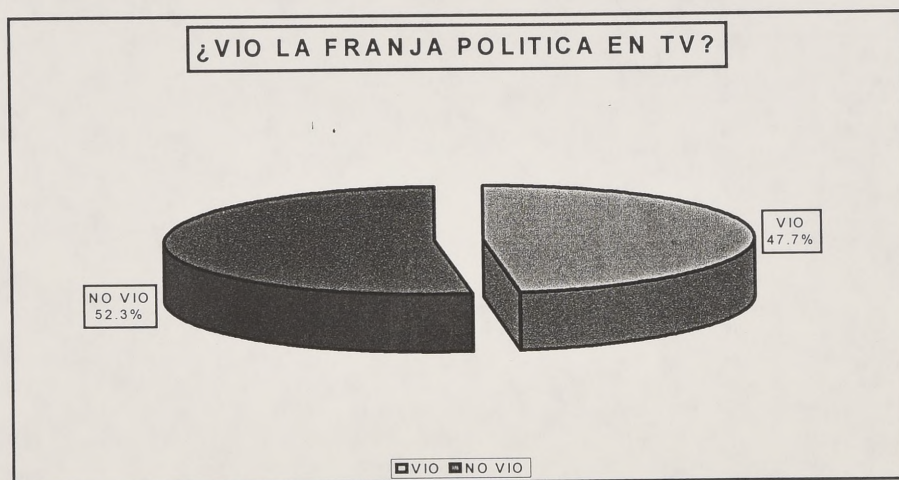


RESULTADOS

1. Vio o no Franja Electoral el Primer Día.

- Cómo usted sabe, ayer se inició la Franja Política en Televisión, a cargo de cada uno de los seis Candidatos Presidenciales, la cual se prolongará hasta 4 días antes de la Elección Presidencial. En primer lugar quiero preguntarle si usted vio o no la Franja de ayer en alguno de sus dos horarios.

Alternativas	%
Vio	47.7
No vio	52.3

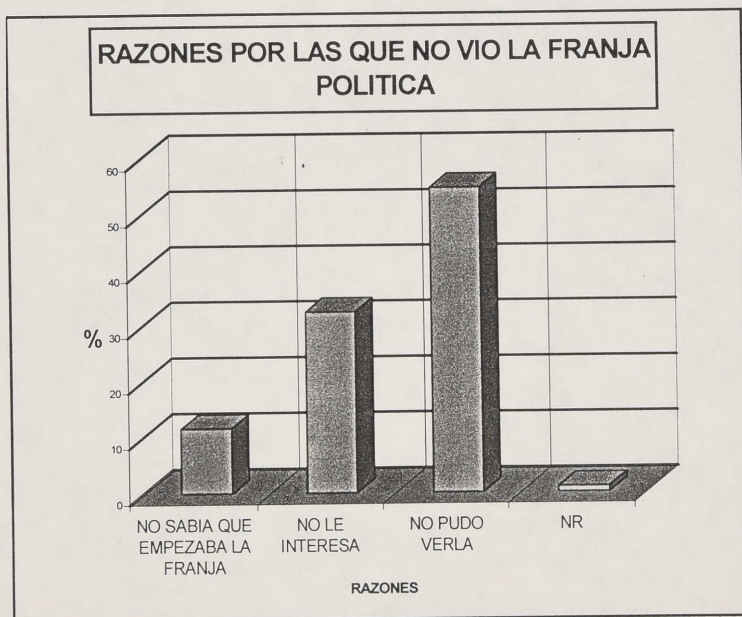


2. Razones para no ver Franja el Primer Día.

¿Podría decirme por qué razón no la vio?.

Alternativas	%
No sabía que empezaba la Franja.	11.7
No le interesa	32.5
No pudo verla (razones de tiempo, etc.).	54.8
NR	1.0

Base: 606 (quienes no vieron la Franja)

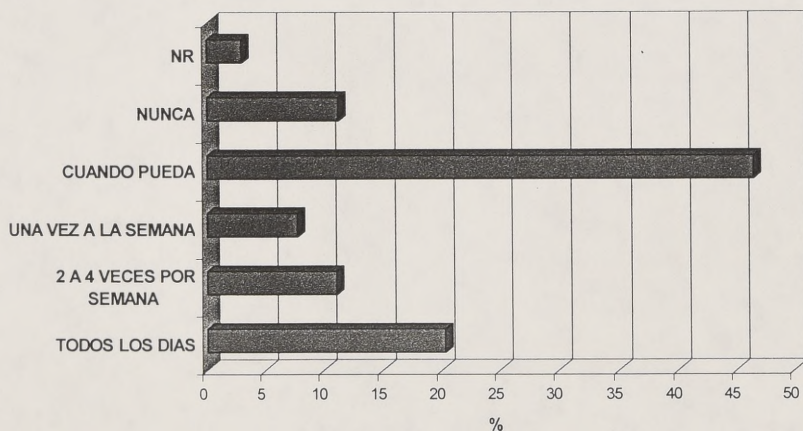


3. Frecuencia con que piensa seguir viendo la Franja.

- Y de aquí a la Elección Presidencial, ¿Con qué frecuencia piensa usted ver la Franja Política en Televisión?.

Alternativas	%
Todos los días o casi todos los días	20.3
Entre dos a cuatro veces por semana	11.1
Una vez a la semana o menos	7.8
Cuando pueda	46.5
Nunca	11.3
NR	3.0

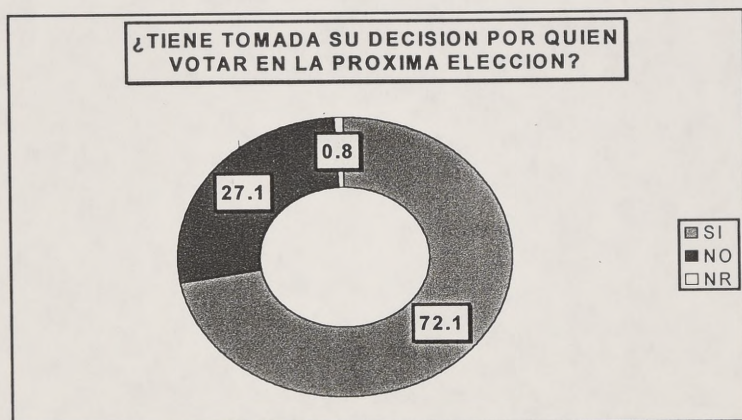
FRECUENCIA CON LA QUE VERA LA FRANJA POLITICA EN TV



4. Tiene tomada decisión de voto para Elección Presidencial.

- Y respecto a la Elección Presidencial misma, ¿Tiene usted ya tomada su decisión de por quién votar en esa Elección?

Alternativas	%
Sí	72.1
No	27.1
NR	0.8

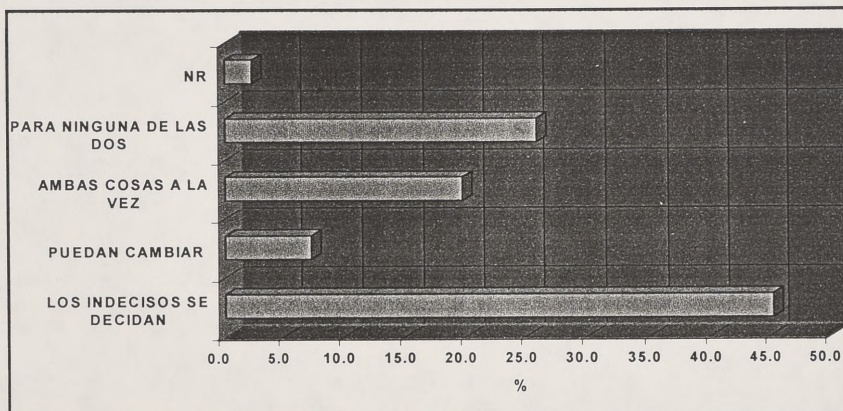


5. Utilidad de la Franja Electoral.

¿Para qué cree usted que puede servir la Franja Política en Televisión?

Alternativas	%
Para que los indecisos tomen una decisión	45.1
Para que algunos de los que tienen su candidato ya elegido, se pueden cambiar	7.2
Para ambas cosas a la vez	19.6
Para ninguna de las dos	25.8
NR	2.3

¿ PARA QUE SIRVE LA FRANJA POLITICA?

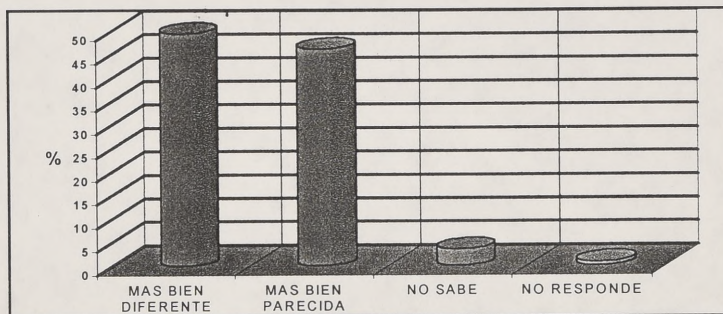


6. Similitud entre publicidad política y publicidad comercial.

- En su opinión, ¿La publicidad política, comparada con la publicidad comercial es más bien diferente o más bien parecida?.

Alternativas	%
Más bien diferente	49.6
Más bien parecida	46.2
NS	3.5
NR	0.8

LA PUBLICIDAD POLITICA Y COMERCIAL SON:

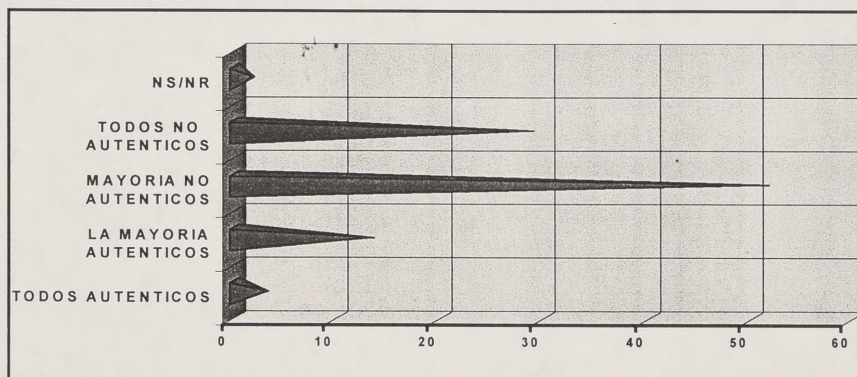


7. Opinión sobre autenticidad de Candidatos en Campaña.

- ¿Cree usted que los candidatos son realmente auténticos en lo que dicen o hacen cuando están haciendo su Campaña Electoral?.

Alternativas	%
Todos auténticos	3.4
La mayoría auténticos	13.7
La mayoría no auténticos	51.8
Todos no auténticos	29.1
NS/NR	2.0

AUTENTICIDAD DE LOS CANDIDATOS

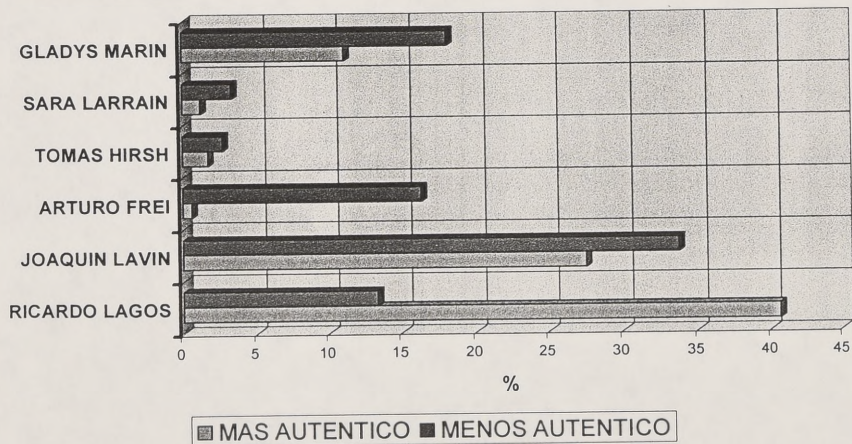


8. Candidato Presidencial más auténtico.

- Y de los cuáles Candidatos a la Presidencia de la República, ¿Cuál cree usted que es el que más auténtico?

Alternativas	%
Ricardo Lagos	40.6
Joaquín Lavín	27.5
Arturo Frei	0.6
Tomas Hirsch	1.7
Sara Larrain	1.2
Gladys Marín	11.1
Ninguno	8.1
NS/NR	9.2

PERCEPCION DE AUTENTICIDAD DE LOS CANDIDATOS

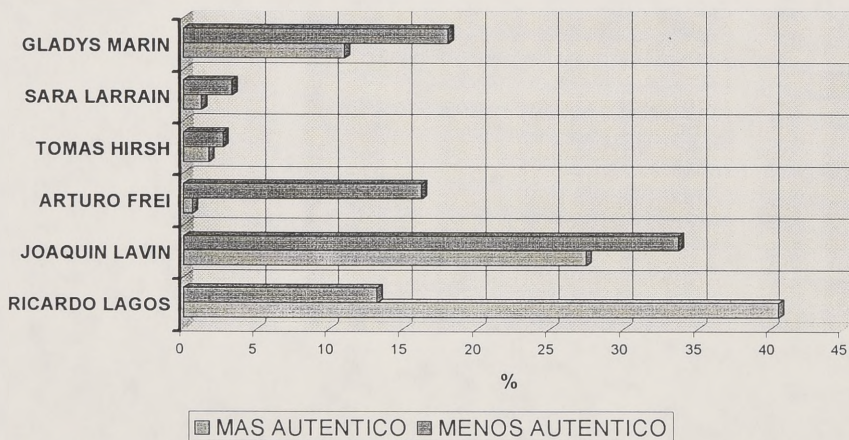


9. Candidato Presidencial menos auténtico.

¿Y cuál es el menos auténtico?.

Alternativas	%
Ricardo Lagos	13.3
Joaquín Lavín	33.7
Arturo Frei	16.3
Tomas Hirsch	2.7
Sara Larrain	3.3
Gladys Marín	18.1
Ninguno	6.0
NS/NR	6.6

PERCEPCION DE AUTENTICIDAD DE LOS CANDIDATOS

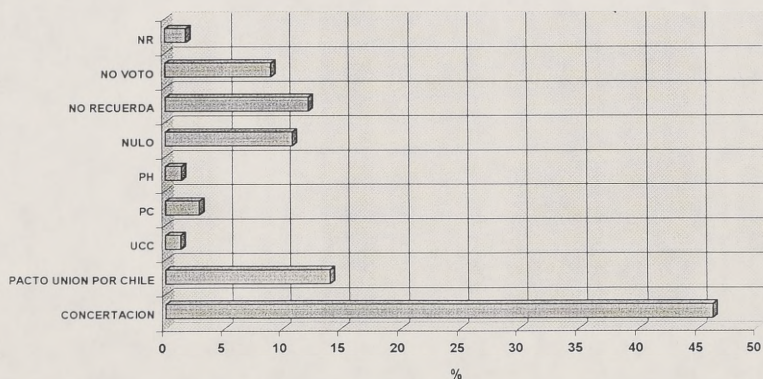


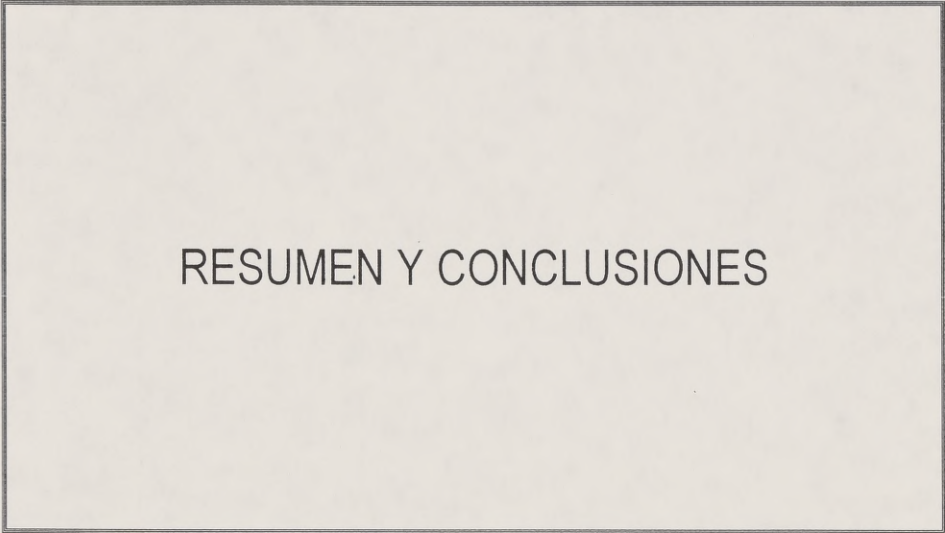
10. Voto en Elección Parlamentaria de 1997.

- Recuerda si en la última Elección Parlamentaria de 1997 usted votó por la Concertación, por un Partido de Derecha o por otro Partido?.

Alternativas	%
Concertación	46.2
Derecha	14.1
UCC	1.3
PC	2.9
PH	1.4
Votó Nulo	10.9
No Recuerda	12.3
No Votó	9.1
NR	1.8

¿POR QUIEN VOTO EN LAS PARLAMENTARIAS DE 1997





RESUMEN Y CONCLUSIONES

1. Cerca de la mitad de los entrevistados (47.7%) declara haber visto la Franja Política, en televisión, en su primer día de transmisión, destacándose los inscritos de la V Región y el grupo etario mayor de 55 años. Por su parte, algo más de la mitad de los entrevistados (52.3%) no la vieron.

A este último grupo se le pidió que señalara las razones para no haber visto la Franja en su primer día; más de la mitad de ellos (54.7%) no la vio porque no pudo, especialmente entre los electores de la VIII Región. La tercera parte de quienes no vieron la Franja (32.5%) señala que no les interesa, destacándose los inscritos de la V Región, del grupo etario mayor de 55 años y el estrato alto. Finalmente, la novena parte (11.7%) indicó que no sabía que empezaba la Franja.

2. Al indagar la frecuencia con que piensan ver la Franja de aquí a la Elección Presidencial, cerca de la mitad de los entrevistados (46.5%) piensa verla cuando pueda, especialmente los inscritos de la V y la VIII Regiones y los más jóvenes. Hay una quinta parte de los inscritos (20.3%) que manifiesta su intención de ver la Franja todos o casi todos los días, destacándose el grupo etario de los mayores de 55 años. En el otro extremo, encontramos a una novena parte (11.3%) que señala que no la verá nunca, destacándose los hombres, los inscritos de la VIII Región y los mayores.
3. Cerca de las tres cuartas partes de los inscritos (72.1%) declara tener tomada su decisión de por quién votar en la próxima elección presidencial; esta respuesta es significativamente superior a la media en el estrato alto y entre quienes en la Elección Parlamentaria de 1997 votaron por la Derecha y por la Concertación. La cuarta parte restante (27.1%) no tiene una decisión tomada respecto a su voto en la próxima Elección Presidencial; entre ellos se destacan nítidamente las personas que no votaron, votaron nulo o no recuerdan cómo votaron en la Parlamentaria de 1997.
4. En relación a la utilidad "electoral" de la Franja Política en televisión, cerca de la mitad de los entrevistados (45.1%) cree que ella sirve para que los indecisos tomen una decisión, destacándose en esta respuesta los votantes de la Concertación en la Parlamentaria de 1997. La cuarta parte (25.8%) opina que la Franja no ayuda a los indecisos ni tampoco sirve para que alguien cambie su decisión; quienes más típicamente lo señalan son personas del estrato alto. Por el contrario la quinta parte (19.6%) estima que la Franja sirve a ambos propósitos.

5. Las opiniones se dividen en dos mitades muy similares entre quienes creen que la publicidad política es más bien diferente a la publicidad comercial (49.5%) y quienes creen que es más bien parecida (46.2%); en la primera respuesta, se destacan los entrevistados del estrato alto y en la segunda los de la VIII región.
6. Al indagar sobre la creencia de los electores en la autenticidad de los dichos y actos de los candidatos cuando hacen campaña electoral, observamos que más de la mitad (51.8%) estima que la mayoría de los candidatos no son auténticos. Al sumar esta cifra con el (29.1%) que manifiesta una opinión aún más drástica ("Ninguno es Auténtico") se llega a que las cuatro quintas partes de los inscritos en el Registro Electoral se enfrenta a las campañas con una cierta madurez que los lleva a no creer todo lo que se dice o hace en una campaña. Esto se corrobora con el dato ya señalado, según el cual aproximadamente la mitad de la gente cree que la publicidad política no difiere de la publicidad comercial, respecto de la cual nos comportamos, por decirlo menos con bastante prudencia. Los grupos más escépticos son el estrato alto y quienes en la Elección Parlamentaria de 1997 votaron por la Derecha, votaron nulo, no votaron o no recuerda como lo hicieron.

Por su parte, el (13.7%) cree que la mayoría de los candidatos son auténticos destacándose los inscritos en la VIII Región, los pertenecientes al estrato medio y quienes votaron por la Concertación y por la Derecha en 1997. Cabe consignar que solamente un (3.4%) estima que todos los candidatos son auténticos.

7. Dentro de este cuadro global de escepticismo, se trató de indagar cómo afecta esta percepción a los diferentes candidatos, para lo cual se preguntó por la opinión acerca del más auténtico y el menos auténtico.

Las dos quintas partes (40.6%) opina que el candidato más auténtico en sus dichos y actos es Ricardo Lagos, sobresaliendo los inscritos de la V Región y los que votaron por la Concertación en 1997. En segundo lugar se ubica Joaquín Lavín con (27.5%), destacándose el estrato alto y, sobre todo, quienes votaron por la Derecha en 1997. El tercer lugar lo ocupa Gladys Marín con (11.1%), cifra que se cuadruplica entre quienes votaron por otros Partidos (distintos de la Concertación y la Derecha en 1997).

En conjunto, los otros tres candidatos obtienen el 3.5%. Cabe señalar que el 8.1% no señala a ningún candidato como el más auténtico, en tanto que cerca de la décima parte (9.2%) no sabe y no responde.

8. En relación al candidato percibido como el menos auténtico, se observa una mucho mayor dispersión. En efecto, la tercera parte (33.7%) señala a Joaquín Lavín, destacándose los hombres, la V Región, los más jóvenes, las personas de estrato medio y quienes no votaron por la Derecha en 1997. En segundo lugar, se ubica Gladys Marín con un 18.1%, respuesta que sube considerablemente entre los votantes de la Derecha en 1997. En tercer lugar se ubica Arturo Frei con un (16.3%) seguido de Ricardo Lagos con un 13.3%; en este último grupo sobresalen las mujeres, la V Región, los más jóvenes, el estrato alto y los votantes de Derecha en 1997.
9. Por último, la distribución de cómo votaron en la Elección Parlamentaria de 1997, señala un 46.2% para la Concertación, un 14.1% para los Partidos de Derecha, y el (5.6%) otros Partidos. Cabe destacar que la tercera parte de los entrevistados no entregó información más precisa, distribuyéndose entre nulos, no recuerda cómo votó, no votó y no responde.



CUESTIONARIO

FOLIO N° _____

LA ELECCION PRESIDENCIAL Y LA FRANJA ELECTORAL

Presentación

Buenos días/tardes; soy encuestador(a) de DIAGNOS, una empresa de Estudios de Opinión y estamos haciendo una encuesta sobre temas de actualidad. Quisiera pedirle su colaboración contestando un cuestionario muy breve que no le tomará más de 3 minutos de su tiempo. Su hogar salió seleccionado mediante un procedimiento científico y sus respuestas no lo comprometen en absoluto, ya que ellas serán sólo objeto de tratamiento estadístico. Muchas gracias por su colaboración.

 PREGUNTA FILTRO

¿Está usted inscrito/a en los Registros Electorales?.

1. Sí → INICIAR ENTREVISTA
2. No → AGRADECER Y TERMINAR

1) Como usted sabe, ayer se inició la Franja Política en Televisión, a cargo de cada uno de los seis Candidatos Presidenciales, la cual se prolongará hasta 4 días antes de la Elección Presidencial. En primer lugar quiero preguntarle si usted vio o no la Franja de ayer en alguno de sus dos horarios.

1. Vio → PASAR A P.3.
2. No vio → PASAR A P.2.
3. NR

2) (SOLO PARA QUIENES NO VIERON) ¿Podría decirme por qué razón no la vio?. (NO LEER ALTERNATIVAS).

1. No sabía que empezaba la Franja.
2. No le interesa.
3. No pudo verla (Razones de tiempo, etc.).
4. NR

3) Y de aquí a la Elección Presidencial, ¿Con qué frecuencia piensa usted ver la Franja Política en Televisión?. (TARJETA 1).

1. Todos los días o casi todos los días
2. Entre dos a cuatro veces por semana
3. Una vez a la semana o menos
4. Cuando pueda
5. Nunca
6. NR

4) Y respecto a la Elección Presidencial misma, ¿Tiene usted ya tomada su decisión de por quién votar en esa Elección?.

1. Sí
2. No
3. NR

5) ¿Para qué cree usted que puede servir la Franja Política en Televisión?. (TARJETA 2).

1. Para que los indecisos tomen una decisión
2. Para que algunos de los que tienen su candidato ya elegido, se puedan cambiar
3. Para ambas cosas a la vez
4. Para ninguna de las dos
5. NR

6) En su opinión, ¿La publicidad política, comparada con la publicidad comercial es más bien diferente o más bien parecida?.

1. Más bien diferente
2. Más bien parecida
3. No sabe
4. No responde

7) ¿Cree usted que los candidatos son realmente auténticos en lo que dicen o hacen cuando están haciendo su Campaña Electoral?.

1. Todos auténticos
2. La mayoría auténticos
3. La mayoría no auténticos
4. Todos no auténticos
5. NS/NR

8) Y de los actuales Candidatos a la Presidencia de la República, ¿Cuál cree usted que es el que más auténtico?.

9) ¿Y cuál es el menos auténtico?.

1. Ricardo Lagos
2. Joaquín Lavín
3. Arturo Frei
4. Tomas Hirsch
5. Sara Larrain
6. Gladys Marín

P.8.	P.9.

10) Recuerda si en la última Elección Parlamentaria de 1997 usted votó por la Concertación, por un Partido de Derecha o por otro Partido?.

1. Concertación
2. Derecha
3. UCC
4. PC
5. PH
6. Votó nulo
7. No recuerda
8. No votó
9. NR

11) Sexo

1. Hombre
2. Mujer

12) Edad: _____

13) Nivel socio económico.

1. Alto

2. Medio

3. Bajo

14) Ciudad: _____

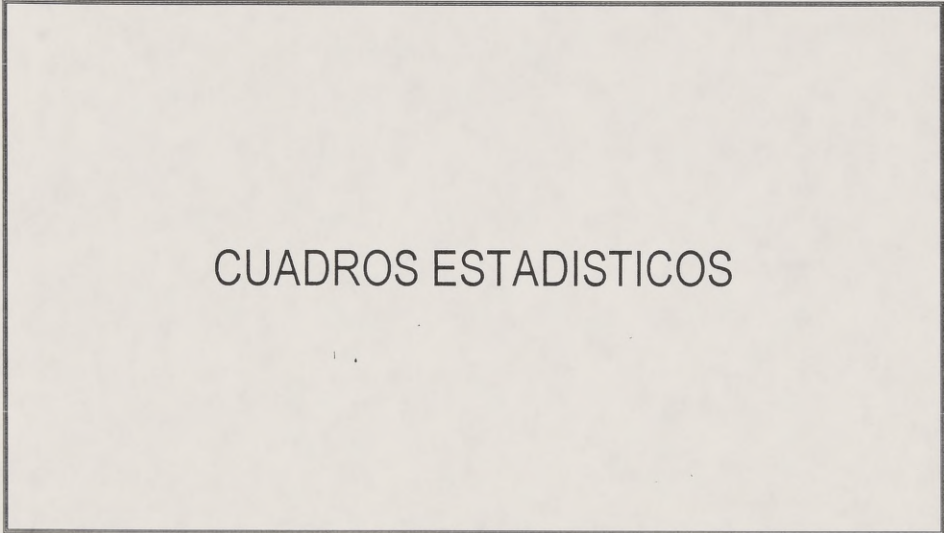
15) Región: _____

18) Comuna _____

CONTROL

Encuestador: _____

Dirección: _____



CUADROS ESTADISTICOS

PREG. P1

Como usted sabe, ayer se inició la Franja Política en Televisión, a cargo de cada uno de los seis Candidatos Presidenciales, la cual se prolongara hasta 4 días antes de la Elección Presidencial. En primer lugar quiero preguntarle si usted vio o no la Franja de ayer en alguno de sus dos horarios.

	EDAD			NIV.SOCIO ECONOMICO			TOTAL
	DE 18 A 34	DE 35 A 54	DE 55 y mas	ALTO	MEDIO	BAJO	
FRANJA POLITICA							
VIO							
%.....	50.5%	45.4%	55.4%	46.4%	50.7%	48.6%	47.7%
NO VIO							
%.....	49.5%	54.6%	44.6%	53.6%	49.3%	51.4%	52.3%
TOTAL							
.....	513	456	231	56	574	570	1200

PREG. P1

Como usted sabe, ayer se inició la Franja Política en Televisión, a cargo de cada uno de los seis Candidatos Presidenciales, la cual se prolongar hasta 4 días antes de la Elección Presidencial. En primer lugar quiero preguntarle si usted vio o no la Franja de ayer en alguno de sus dos horarios.

	SEXO		REGION			TOTAL
	HOMBRE	MUJER	METROPOLITANA	QUINTA REGION	OCTAVA REGION	
FRANJA POLITICA						
VIO						
%.....	47.9%	50.9%	47.4%	56.7%	45.1%	47.7%
NO VIO						
%.....	52.1%	49.1%	52.6%	43.3%	54.9%	52.3%
TOTAL						
.....	560	640	492	360	348	1200

PREG. P2

¿Podría decirme por qué razón no la vio?.

	EDAD			NIV.SOCIO ECONOMICO			TOTAL
	DE 18 A 34	DE 35 A 54	DE 55 y mas	ALTO	MEDIO	BAJO	
RAZON/ NO VIO LA FRANJA NO SABIA QUE EMPEZABA LA FRANJA %.....	12.6%	7.6%	10.7%	3.3%	10.6%	10.6%	11.7%
NO LE INTERESA %.....	34.3%	28.9%	40.8%	46.7%	31.1%	33.8%	32.5%
NO PUDO VERLA %.....	50.8%	61.8%	46.6%	46.7%	56.2%	53.9%	54.8%
N.R. %.....	2.4%	1.6%	1.9%	3.3%	2.1%	1.7%	1.0%
TOTAL	254	249	103	30	283	293	606

DIAGNOS - 1999

PREG. P2

¿Podría decirme por qué razón no la vio?.

	SEXO		REGION			TOTAL
	HOMBRE	MUJER	METROPOLITANA	QUINTA REGION	OCTAVA REGION	
RAZON/ NO VIO LA FRANJA NO SABIA QUE EMPEZABA LA FRANJA %.....	7.2%	13.1%	12.0%	10.3%	7.9%	11.7%
NO LE INTERESA %.....	33.6%	32.8%	32.4%	38.5%	29.8%	32.5%
NO PUDO VERLA %.....	57.2%	52.2%	54.8%	47.4%	60.2%	54.8%
N.R. %.....	2.1%	1.9%	.8%	3.8%	2.1%	1.0%
TOTAL	292	314	259	156	191	606

PREG. P3

Y de aquí a la Elección Presidencial, ¿Con qué frecuencia piensa usted ver la Franja Política en Televisión?.

	EDAD			NIV.SOCIO ECONOMICO			TOTAL
	DE 18 A 34	DE 35 A 54	DE 55 y mas	ALTO	MEDIO	BAJO	
VERA LA FRANJA... TODOS LOS DIAS O CASI TODOS LOS DIAS %.....	18.3%	19.1%	23.4%	16.1%	19.0%	20.5%	20.3%
ENTRE DOS A CUATRO VECES POR SEMANA %.....	8.2%	7.7%	9.1%	16.1%	8.2%	7.4%	11.1%
UNA VEZ A LA SEMANA O MENOS %.....	5.8%	7.9%	3.0%	17.9%	5.7%	5.3%	7.8%
CUANDO PUEDA %.....	54.8%	49.8%	48.1%	41.1%	52.6%	51.6%	46.5%
NUNCA %.....	10.1%	12.5%	15.2%	8.9%	11.5%	12.8%	11.3%
N.R. %.....	2.7%	3.1%	1.3%	.0%	3.0%	2.5%	3.0%
TOTAL	513	456	231	56	574	570	1200

PREG. P3

Y de aquí a la Elección Presidencial, ¿Con qué frecuencia piensa usted ver la Franja Política en Televisión?.

	SEXO		REGION			TOTAL
	HOMBRE	MUJER	METROPOLITANA	QUINTA REGION	OCTAVA REGION	
VERA LA FRANJA... TODOS LOS DIAS O CASI TODOS LOS DIAS %.....	17.9%	21.1%	20.3%	20.8%	17.2%	20.3%
ENTRE DOS A CUATRO VECES POR SEMANA %.....	9.1%	7.3%	11.6%	6.9%	4.6%	11.1%
UNA VEZ A LA SEMANA O MENOS %.....	6.6%	5.6%	8.1%	5.0%	4.3%	7.8%
CUANDO PUEDA %.....	50.9%	52.2%	45.7%	53.6%	57.8%	46.5%
NUNCA %.....	13.0%	11.1%	11.2%	11.9%	13.2%	11.3%
N.R. %.....	2.5%	2.7%	3.0%	1.7%	2.9%	3.0%
TOTAL	560	640	492	360	348	1200

PREG. P4

Y respecto a la Elección Presidencial misma, ¿Tiene usted ya tomada su decisión de por quién votar en esa Elección?.

	EDAD			NIV.SOCIO ECONOMICO			TOTAL
	DE 18 A 34	DE 35 A 54	DE 55 y mas	ALTO	MEDIO	BAJO	
DECISION TOMADA							
SI							
%.....	73.5%	69.3%	71.4%	78.6%	72.3%	70.0%	72.1%
NO							
%.....	23.2%	27.9%	24.7%	21.4%	24.6%	26.3%	27.1%
N.R.							
%.....	3.3%	2.9%	3.9%	.0%	3.1%	3.7%	.8%
TOTAL							
.....	513	456	231	56	574	570	1200

PREG. P4

Y respecto a la Elección Presidencial misma, ¿Tiene usted ya tomada su decisión de por quién votar en esa Elección?.

	SEXO		REGION			TOTAL
	HOMBRE	MUJER	METROPOLITANA	QUINTA REGION	OCTAVA REGION	
DECISION TOMADA						
SI						
%	75.0%	68.4%	72.2%	74.2%	67.8%	72.1%
NO						
%	22.0%	28.1%	27.4%	19.7%	27.9%	27.1%
N.R.						
%	3.0%	3.4%	.4%	6.1%	4.3%	0.8%
TOTAL						
.....	560	640	492	360	348	1200

PREG. P4

Y respecto a la Elección Presidencial misma, ¿Tiene usted ya tomada su decisión de por quién votar en esa Elección?.

	VOTO EL 1997 POR...				TOTAL
	CONCER TACION	DERECH A	OTROS	SIN INFORM ACION	
DECISION TOMADA					
SI					
%.....	78.9%	82.9%	76.5%	57.8%	72.1%
NO					
%.....	18.8%	15.4%	22.1%	37.0%	27.1%
N.R.					
%.....	2.3%	1.7%	1.5%	5.2%	.8%
TOTAL					
.....	511	175	68	446	1200

PREG. P5

¿Para qué cree usted que puede servir
la Franja Política en Televisión?.

	EDAD			NIV. SOCIO ECONOMICO			TOTAL
	DE 18 A 34	DE 35 A 54	DE 55 y mas	ALTO	MEDIO	BAJO	
SIRVE LA FRANJA POLITICA PARA QUE LOS INDECISOS TOMEN UNA DECISION %.....	47.8%	47.1%	41.1%	44.6%	45.5%	47.2%	45.1%
PARA QUE ALGUNOS DE LOS QUE TIENE SU CANDIDATO... %.....	7.4%	7.7%	6.9%	3.6%	6.8%	8.4%	7.2%
PARA AMBAS COSAS A LA VEZ %.....	18.9%	16.4%	18.2%	12.5%	16.6%	19.6%	19.6%
PARA NINGUNA DE LAS DOS %.....	22.2%	25.2%	28.1%	37.5%	26.0%	21.8%	25.8%
N.R. %.....	3.7%	3.5%	5.6%	1.8%	5.2%	3.0%	2.3%
TOTAL	513	456	231	56	574	570	1200

PREG. P5

¿Para qué cree usted que puede servir
la Franja Política en Televisión?.

	SEXO		REGION			TOTAL
	HOMBRE	MUJER	METROP OLITAN A	QUINTA REGION	OCTAVA REGION	
SIRVE LA FRANJA POLITICA PARA QUE LOS INDECISOS TOMEN UNA DECISION %.....	46.8%	45.8%	44.9%	49.7%	44.5%	45.1%
PARA QUE ALGUNOS DE LOS QUE TIENE SU CANDIDATO... %.....	6.6%	8.1%	7.1%	6.9%	8.3%	7.2%
PARA AMBAS COSAS A LA VEZ %.....	18.8%	17.0%	19.9%	13.1%	19.8%	19.6%
PARA NINGUNA DE LAS DOS %.....	25.0%	24.1%	26.0%	23.9%	23.0%	25.8%
N.R. %.....	2.9%	5.0%	2.0%	6.4%	4.3%	2.3%
TOTAL	560	640	492	360	348	1200

PREG. P5

¿Para qué cree usted que puede servir
la Franja Política en Televisión?.

	VOTO EL 1997 POR...				TOTAL
	CONCER TACION	DERECH A	OTROS	SIN INFORM ACION	
SIRVE LA FRANJA POLITICA PARA QUE LOS INDECISOS TOMEN UNA DECISION %.....	51.7%	50.3%	47.1%	38.3%	45.1%
PARA QUE ALGUNOS DE LOS QUE TIENE SU CANDIDATO... %.....	6.5%	6.3%	14.7%	7.8%	7.2%
PARA AMBAS COSAS A LA VEZ %.....	16.2%	17.7%	16.2%	20.0%	19.6%
PARA NINGUNA DE LAS DOS %.....	23.1%	25.1%	20.6%	26.5%	25.8%
N.R. %.....	2.5%	.6%	1.5%	7.4%	2.3%
TOTAL	511	175	68	446	1200

PREG. P6

En su opinión, ¿La publicidad política, comparada con la publicidad comercial es mas bien diferente o mas bien parecida?.

	EDAD			NIV.SOCIO ECONOMICO			TOTAL
	DE 18 A 34	DE 35 A 54	DE 55 y mas	ALTO	MEDIO	BAJO	
PUBLICIDAD POLITICA/ COMERCIAL							
MAS BIEN DIFERENTE %.....	40.0%	44.5%	45.0%	55.4%	41.3%	42.8%	49.5%
MAS BIEN PARECIDA %.....	52.4%	47.1%	44.6%	39.3%	49.0%	49.8%	46.2%
NO SABE %.....	6.4%	5.3%	8.7%	5.4%	7.1%	5.8%	3.5%
NO RESPONDE %.....	1.2%	3.1%	1.7%	.0%	2.6%	1.6%	.8%
TOTAL	513	456	231	56	574	570	1200

PREG. P6

En su opinión, ¿La publicidad política, comparada con la publicidad comercial es mas bien diferente o mas bien parecida?.

	SEXO		REGION			TOTAL
	HOMBRE	MUJER	METROPOLITANA	QUINTA REGION	OCTAVA REGION	
PUBLICIDAD POLITICA/ COMERCIAL MAS BIEN DIFERENTE %.....	43.2%	42.2%	50.6%	37.2%	37.1%	49.5%
MAS BIEN PARECIDA %.....	49.5%	48.4%	45.7%	46.4%	56.0%	46.2%
NO SABE %.....	5.9%	6.9%	3.0%	11.9%	5.5%	3.5%
NO RESPONDE %.....	1.4%	2.5%	.6%	4.4%	1.4%	0.8%
TOTAL	560	640	492	360	348	1200

PREG. P6

En su opinión, ¿La publicidad política, comparada con la publicidad comercial es mas bien diferente o mas bien parecida?.

	VOTO EL 1997 POR...				TOTAL
	CONCER TACION A	DERECH A	OTROS	SIN INFORM ACION	
PUBLICIDAD POLITICA/ COMERCIAL MAS BIEN DIFERENTE %.....	44.6%	44.0%	39.7%	40.4%	49.5%
MAS BIEN PARECIDA %.....	48.7%	50.3%	51.5%	48.2%	46.2%
NO SABE %.....	4.9%	4.6%	4.4%	9.2%	3.5%
NO RESPONDE %.....	1.8%	1.1%	4.4%	2.2%	.8%
TOTAL	511	175	68	446	1200

PREG. P7

¿Cree usted que los candidatos son realmente auténticos en lo que dicen o hacen cuando están haciendo su Campaña Electoral?.

	EDAD			NIV.SOCIO ECONOMICO			TOTAL
	DE 18 A 34	DE 35 A 54	DE 55 y mas	ALTO	MEDIO	BAJO	
CANDIDATO AUTENTICO							
TODOS AUTENTICOS							
%.....	1.9%	3.5%	5.2%	1.8%	2.8%	3.7%	3.4%
LA MAYORIA AUTENTICOS							
%.....	16.6%	14.3%	15.6%	16.1%	16.4%	14.6%	13.7%
LA MAYORIA NO AUTENTICOS							
%.....	50.9%	50.4%	49.4%	62.5%	46.5%	53.2%	51.8%
TODOS NO AUTENTICOS							
%.....	27.1%	29.8%	26.0%	17.9%	30.8%	26.0%	29.1%
NS/NR							
%.....	3.5%	2.0%	3.9%	1.8%	3.5%	2.6%	2.0%
TOTAL							
.....	513	456	231	56	574	570	1200

PREG. P7

¿Cree usted que los candidatos son realmente auténticos en lo que dicen o hacen cuando están haciendo su Campaña Electoral?.

	SEXO		REGION			TOTAL
	HOMBRE	MUJER	METROPOLITANA	QUINTA REGION	OCTAVA REGION	
CANDIDATO AUTENTICO						
TODOS AUTENTICOS						
%.....	3.0%	3.3%	3.5%	3.1%	2.9%	3.4%
LA MAYORIA AUTENTICOS						
%.....	16.1%	15.0%	13.4%	17.5%	16.4%	13.7%
LA MAYORIA NO AUTENTICOS						
%.....	50.9%	50.0%	52.0%	51.4%	47.1%	51.8%
TODOS NO AUTENTICOS						
%.....	27.9%	28.0%	29.3%	23.1%	31.0%	29.1%
NS/NR						
%.....	2.1%	3.8%	1.8%	5.0%	2.6%	2.0%
TOTAL						
.....	560	640	492	360	348	1200

PREG. P7

¿Cree usted que los candidatos son realmente auténticos en lo que dicen o hacen cuando están haciendo su Campaña Electoral?.

	VOTO EL 1997 POR...				TOTAL
	CONCER TACION	DERECH A	OTROS	SIN INFORM ACION	
CANDIDATO AUTENTICO TODOS AUTENTICOS %	2.7%	4.6%	2.9%	3.1%	3.4%
LA MAYORIA AUTENTICOS %	17.0%	17.7%	16.2%	12.8%	13.7%
LA MAYORIA NO AUTENTICOS %	54.0%	58.9%	48.5%	43.3%	51.8%
TODOS NO AUTENTICOS %	24.9%	16.6%	27.9%	35.9%	29.1%
NS/NR %	1.4%	2.3%	4.4%	4.9%	2.0%
TOTAL	511	175	68	446	1200

PREG. P8

Y de los actuales Candidatos a la Presidencia de la República,
¿Cual cree usted que es el que mas auténtico?.

	EDAD			NIV.SOCIO ECONOMICO			TOTAL
	DE 18 A 34	DE 35 A 54	DE 55 y mas	ALTO	MEDIO	BAJO	
CANDIDATO MAS AUTENTICO RICARDO LAGOS %.....	43.5%	44.1%	43.3%	28.6%	43.9%	44.9%	40.6%
JOAQUIN LAVIN %.....	27.5%	25.4%	25.1%	42.9%	24.7%	26.1%	27.5%
ARTURO FREI %.....	.4%	.9%	1.7%	.0%	1.0%	.7%	.6%
TOMAS HIRSCH %.....	3.3%	1.8%	.4%	3.6%	3.5%	.7%	1.7%
SARA LARRAIN %.....	.8%	2.2%	.0%	1.8%	1.6%	.7%	1.2%
GLADYS MARIN %.....	11.5%	9.4%	9.5%	10.7%	11.5%	9.1%	11.1%
NINGUNO %.....	8.8%	10.1%	12.6%	5.4%	8.4%	12.1%	8.1%
NS/NC %.....	4.3%	6.1%	7.4%	7.1%	5.4%	5.6%	9.2%
TOTAL	513	456	231	56	574	570	1200

PREG. P8

Y de los actuales Candidatos a la Presidencia de la República,
¿Cual cree usted que es el que mas auténtico?.

	SEXO		REGION			TOTAL
	HOMBRE	MUJER	METROP OLITAN A	QUINTA REGION	OCTAVA REGION	
CANDIDATO MAS AUTENTICO						
RICARDO LAGOS %.....	44.3%	43.1%	40.0%	49.2%	43.1%	40.6%
JOAQUIN LAVIN %.....	24.5%	27.8%	27.6%	27.8%	22.7%	27.5%
ARTURO FREI %.....	.9%	.8%	.6%	.6%	1.4%	.6%
TOMAS HIRSCH %.....	2.3%	2.0%	1.6%	3.6%	1.4%	1.7%
SARA LARRAIN %.....	1.6%	.8%	1.2%	1.7%	.6%	1.2%
GLADYS MARIN %.....	12.3%	8.6%	11.2%	12.2%	7.2%	11.1%
NINGUNO %.....	9.5%	10.5%	7.9%	2.2%	21.0%	8.1%
NS/NC %.....	4.6%	6.4%	9.8%	2.8%	2.6%	9.2%
TOTAL	560	640	492	360	348	1200

PREG. P8

Y de los actuales Candidatos a la Presidencia de la República,
¿Cual cree usted que es el que mas auténtico?.

	VOTO EL 1997 POR...				TOTAL
	CONCER TACION	DERECH A	OTROS	SIN INFORM ACION	
CANDIDATO MAS AUTENTICO					
RICARDO LAGOS %.....	66.5%	12.0%	20.6%	33.4%	40.6%
JOAQUIN LAVIN %.....	11.5%	75.4%	16.2%	25.3%	27.5%
ARTURO FREI %.....	.8%	1.7%	1.5%	.4%	.6%
TOMAS HIRSCH %.....	2.7%	1.1%	4.4%	1.6%	1.7%
SARA LARRAIN %.....	1.4%	.0%	1.5%	1.3%	1.2%
GLADYS MARIN %.....	7.4%	4.6%	44.1%	10.8%	11.1%
NINGUNO %.....	7.0%	4.0%	8.8%	15.9%	8.1%
NS/NC %.....	2.5%	1.1%	2.9%	11.2%	9.2%
TOTAL	511	175	68	446	1200

PREG. P9

¿Y cual es el menos auténtico?.

	EDAD			NIV.SOCIO ECONOMICO			TOTAL
	DE 18 A 34	DE 35 A 54	DE 55 y mas	ALTO	MEDIO	BAJO	
CANDIDATO MENOS AUTENTICO							
RICARDO LAGOS %.....	15.6%	13.4%	11.3%	23.2%	14.3%	12.6%	13.3%
JOAQUIN LAVIN %.....	39.0%	36.2%	32.9%	25.0%	40.6%	34.0%	33.7%
ARTURO FREI %.....	14.2%	14.0%	14.3%	17.9%	14.1%	13.9%	16.3%
TOMAS HIRSCH %.....	3.9%	3.3%	4.8%	7.1%	4.7%	2.6%	2.7%
SARA LARRAIN %.....	2.9%	1.5%	3.5%	1.8%	2.8%	2.3%	3.3%
GLADYS MARIN %.....	13.6%	18.2%	16.0%	12.5%	14.5%	17.5%	18.1%
NINGUNO %.....	7.8%	8.1%	11.7%	5.4%	5.9%	11.8%	6.0%
NS/NC %.....	2.9%	5.3%	5.6%	7.1%	3.1%	5.3%	6.6%
TOTAL	513	456	231	56	574	570	1200

PREG. P9

¿Y cual es el menos auténtico?.

	SEXO		REGION			TOTAL
	HOMBRE	MUJER	METROP OLITAN A	QUINTA REGION	OCTAVA REGION	
CANDIDATO MENOS AUTENTICO						
RICARDO LAGOS %.....	12.1%	15.5%	13.2%	15.8%	12.9%	13.3%
JOAQUIN LAVIN %.....	41.3%	32.8%	33.1%	45.8%	32.5%	33.7%
ARTURO FREI %.....	14.8%	13.6%	16.7%	14.7%	10.1%	16.3%
TOMAS HIRSCH %.....	4.5%	3.3%	2.4%	3.1%	6.6%	2.7%
SARA LARRAIN %.....	3.4%	1.7%	3.5%	2.8%	.9%	3.3%
GLADYS MARIN %.....	14.1%	17.3%	18.5%	14.2%	13.8%	18.1%
NINGUNO %.....	6.8%	10.3%	5.7%	.3%	21.6%	6.0%
NS/NC %.....	3.0%	5.5%	6.9%	3.3%	1.7%	6.6%
TOTAL	560	640	492	360	348	1200

PREG. P9

¿Y cual es el menos auténtico?.

	VOTO EL 1997 POR...				TOTAL
	CONCER TACION	DERECH A	OTROS	SIN INFORM ACION	
CANDIDATO MENOS AUTENTICO					
RICARDO LAGOS %	4.5%	43.4%	13.2%	13.2%	13.3%
JOAQUIN LAVIN %	53.8%	5.7%	50.0%	27.4%	33.7%
ARTURO FREI %	16.0%	11.4%	11.8%	13.5%	16.3%
TOMAS HIRSCH %	2.3%	7.4%	1.5%	4.5%	2.7%
SARA LARRAIN %	3.3%	1.7%	1.5%	2.0%	3.3%
GLADYS MARIN %	11.9%	26.3%	11.8%	16.8%	18.1%
NINGUNO %	6.1%	1.7%	8.8%	14.3%	6.0%
NS/NC %	2.0%	2.3%	1.5%	8.3%	6.6%
TOTAL	511	175	68	446	1200

PREG. P10

Recuerda si en la última Elección Parlamentaria de 1997 usted votó por la Concertación, por un Pacto de Derecha o por otro Partido?.

	EDAD			NIV.SOCIO ECONOMICO			TOTAL
	DE 18 A 34	DE 35 A 54	DE 55 y mas	ALTO	MEDIO	BAJO	
EN 1997 VOTO POR: CONCERTACION %.....	39.6%	44.3%	45.9%	33.9%	42.3%	43.7%	46.2%
PARTIDO DE DERECHA %.....	12.5%	15.1%	18.2%	25.0%	17.6%	10.5%	14.1%
UCC %.....	2.1%	.9%	1.3%	.0%	1.0%	2.1%	1.3%
PC %.....	1.9%	3.1%	4.8%	1.8%	3.1%	2.8%	2.9%
PH %.....	2.3%	.7%	.0%	.0%	1.9%	.7%	1.4%
VOTO NULO %.....	10.9%	12.3%	6.9%	17.9%	9.9%	10.7%	10.9%
NO RECUERDA %.....	10.5%	14.7%	14.7%	10.7%	10.3%	15.8%	12.3%
NO VOTO %.....	17.2%	5.3%	4.3%	3.6%	10.6%	10.4%	9.1%
N.R. %.....	2.9%	3.7%	3.9%	7.1%	3.1%	3.3%	1.8%
TOTAL	513	456	231	56	574	570	1200

PREG. P10

Recuerda si en la última Elección Parlamentaria de 1997 usted votó por la Concertación, por un Partido de Derecha o por otro Partido?.

	SEXO		REGION			TOTAL
	HOMBRE	MUJER	METROPOLITANA	QUINTA REGION	OCTAVA REGION	
EN 1997 VOTO POR:						
CONCERTACION						
%.....	45.7%	39.8%	46.7%	40.0%	39.4%	46.2%
PARTIDO DE DERECHA						
%.....	13.6%	15.5%	14.0%	16.4%	13.5%	14.1%
UCC						
%.....	2.0%	1.1%	1.2%	1.4%	2.0%	1.3%
PC						
%.....	4.3%	1.7%	2.8%	5.0%	.9%	2.9%
PH						
%.....	1.3%	1.3%	1.4%	1.7%	.6%	1.4%
VOTO NULO						
%.....	9.3%	11.9%	11.0%	9.2%	11.8%	10.9%
NO RECUERDA						
%.....	9.5%	15.9%	12.2%	8.1%	19.0%	12.3%
NO VOTO						
%.....	11.4%	9.1%	8.9%	13.1%	8.9%	9.1%
N.R.						
%.....	3.0%	3.8%	1.6%	5.3%	4.0%	1.8%
TOTAL						
.....	560	640	492	360	348	1200