

MUJER, POLÍTICA y TELEVISIÓN

2018

Contenido

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 3 |
| Origen de los datos..... | 3 |
| Instrumento de levantamiento de datos y análisis de la información | 4 |
| RESULTADOS | 5 |
| Percepción de noticiarios televisivos y sus contenidos | 5 |
| Franja política: primarias, parlamentarias, primera y segunda vuelta | 8 |
| Opinión sobre programas políticos en TV..... | 18 |
| Percepción sobre pluralismo en la TV | 19 |
| CONCLUSIONES | 21 |
| ANEXO: Estudios Utilizados | 22 |

INTRODUCCIÓN

Así como se ha avanzado en incorporar la perspectiva de género en el quehacer propio del Consejo Nacional de Televisión, con el compromiso de incrementar la comprensión de estos temas entre sus colaboradores, también se ha integrado en los estudios de audiencias televisivas, con el objetivo de detectar las diversas sensibilidades, opiniones y percepciones que existen entre hombres y mujeres respecto de la política en la televisión.

El objetivo de este informe es presentar, de forma específica, las opiniones de las mujeres frente a distintas categorías de estudio, que corresponden a los diversos escenarios que ofrece la TV en torno a la información de temas políticos.

Se realizó una revisión de los datos obtenidos los últimos meses respecto de temas políticos y su llegada a las audiencias, como las Franjas presidenciales y parlamentarias emitidas por todos los canales de televisión abierta, programas políticos, de conversación y debates.

El siguiente informe fue elaborado por Alejandra Petrasic ¹, y supervisado por el Departamento de Estudios del Consejo Nacional de Televisión.

Origen de los datos

Los datos utilizados en este informe provienen de seis encuestas telefónicas de alcance nacional, aplicadas durante los períodos de emisión de las Franjas electorales durante las elecciones de 2017.

De dichas encuestas, tres tienen un N de 1.100 casos, dos de 911 casos y una de 400 casos. Es relevante mencionar que todas cuentan con un 51% de mujeres en cada muestra, cifra que resulta de la ponderación de los datos de acuerdo con el Censo de 2002.

¹ Periodista y Magister Internacional en Comunicaciones de las universidades Pompeu Fabra y Diego Portales.

Instrumento de levantamiento de datos y análisis de la información

Las encuestas utilizadas para este estudio fueron de dos tipos: unas en modalidad flash de tres preguntas, realizadas el día después de la primera fecha de emisión de cada; y encuestas tipo ómnibus de cinco preguntas, aplicadas a lo largo de un mes completo.

Las temáticas abordadas fueron, principalmente, la percepción y valoración de la Franja política en primarias, en la primera vuelta –presidencial y parlamentaria- y en la segunda vuelta –sólo presidencial-, además de opiniones respecto del rol de la TV abierta, los noticiarios y sus audiencias, así como también percepciones respecto de la representación del pluralismo político en la TV.

En todas las encuestas consultadas para este informe, se aplicó un análisis frecuencial y bivariado.

RESULTADOS

A continuación, se presentan categorías de análisis respecto de la opinión y percepción de la audiencia femenina en torno a temas políticos en televisión. Estos resultados fueron obtenidos de diversos estudios realizados durante el año 2017, relevando el enfoque de género.

A modo de contexto, a continuación, se entrega información de cómo se informan las mujeres en general.

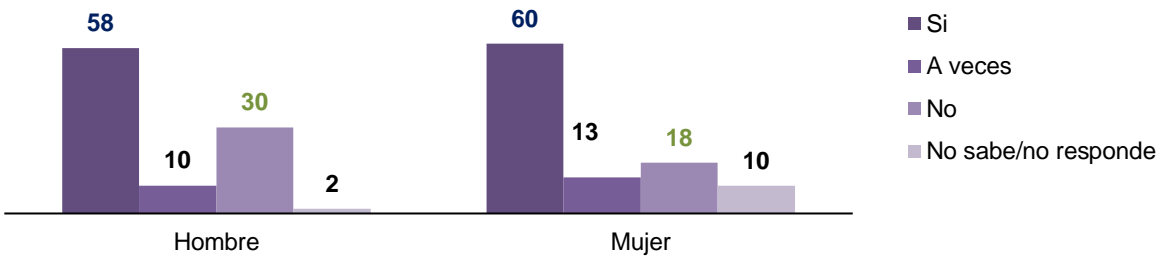
Percepción de noticiarios televisivos y sus contenidos

Para esta categoría de análisis se consideraron los datos obtenidos sobre la percepción de mujeres respecto de los noticiarios televisivos y sus contenidos, considerando niveles de información, duración de las emisiones y temas que las mismas mujeres consideran mayormente relevantes o que son más recordados por ellas.

Respecto de la sensación de estar informadas sobre la realidad del mundo y/o del país a través de los noticiarios, las mujeres presentan un porcentaje levemente mayor de afirmación que los hombres. El 60% de las encuestadas considera que se sienten informadas a través del contenido de los noticiarios, en comparación a un 58% que presentan los hombres.

La mayor diferencia está en el porcentaje que dice no quedar informado con los noticiarios sobre la realidad del país y del mundo: entre los hombres se eleva a un 30%, mientras que, en comparación, esta afirmación llega solamente a un 18% entre las mujeres.

Después de ver un noticiero de TV, ¿siente que queda más informado sobre la realidad del mundo y/o del país? (Muestra: 1.100 casos)

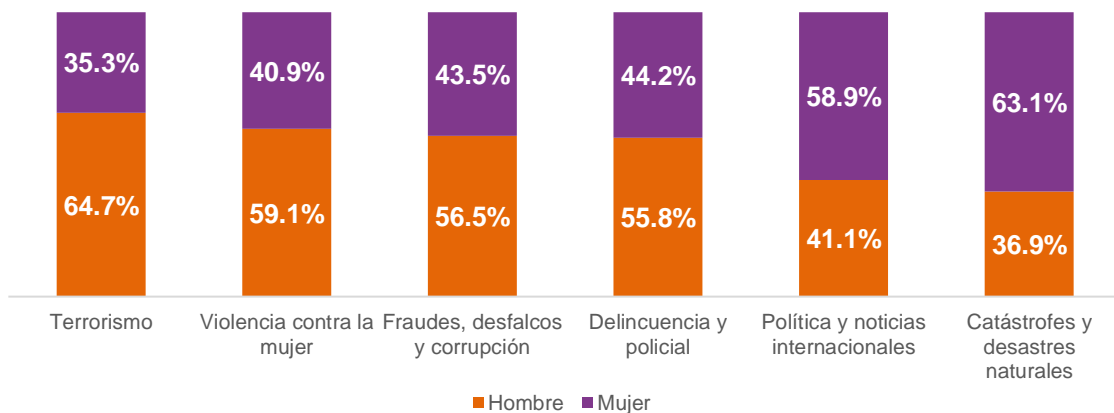


Respecto al nivel de recuerdo sobre temas tratados en noticieros de TV, las mujeres recuerdan mayormente las noticias sobre catástrofes y desastres naturales (63,1%), casi el doble que los hombres.

En segundo lugar, aparecen los temas de política y noticias internacionales (58,9%).

Es importante destacar que una de las temáticas que se consideró en el análisis fueron las noticias relacionadas a violencia contra la mujer, donde ellas manejan menores niveles de recordación que los hombres, con 40,9% y 59,1% respectivamente.

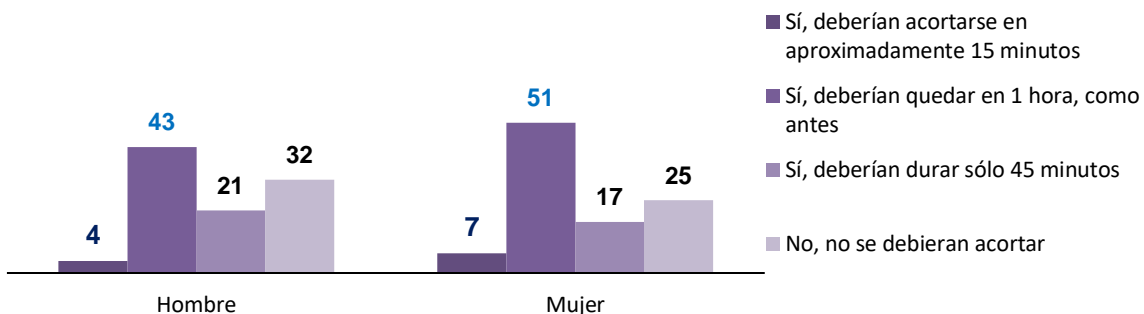
De las noticias que usted vio en televisión durante la última semana, ¿cuál es la que hoy más recuerda? (Muestra: 1.100 casos)



En los últimos años ha cambiado la duración de los noticiarios en TV. Anteriormente duraban 1 hora por reloj, mientras que hoy son más largos. Respecto de esto, las mujeres muestran preferencia a que deberían volver al horario anterior, de “1 hora, como antes”, con 51%.

De igual manera, se presenta una diferencia porcentual relevante respecto de los hombres y mujeres que piensan que no debiese acortarse, con 32% y 25% respectivamente: un 7% menos de mujeres cree que está bien la duración actual.

Actualmente los noticiarios centrales de los canales duran aproximadamente 1 hora y media. ¿Considera usted que los noticiarios deberían acortar su tiempo de duración? (Total Muestra: 1.100 casos)



Si se analiza según la edad y el Nivel Socioeconómico (NSE) de las mujeres encuestadas, se denota que aquellas de 66 años o más son quienes lideran la opción de que los noticiarios deberían acortarse a una hora como antes, dato que entrega el gráfico anterior. Entre los 35 y los 55 años, también marcan mayor cercanía a esa opción, pero las más jóvenes tienen preferencia a que los noticiarios se acorten 15 minutos aproximadamente de su duración actual.

Al mismo tiempo, se ve que aquellas mujeres mayores que piensan que el noticiario debería volver a durar una hora, son principalmente pertenecientes al NSE D/E, marcando preferencias muy por sobre los otros niveles socioeconómicos. Los otros grupos oscilan entre las opciones de duración de 45 minutos y una hora.

Mujeres: actualmente los noticiarios centrales de los canales duran aproximadamente 1 hora y media. ¿Considera usted que los noticiarios deberían acortar su tiempo de duración?
(Según edad y NSE)

| | Sí, deberían acortarse en aproximadamente 15 minutos | Sí, deberían quedar en 1 hora, como antes | Sí, deberían durar sólo 45 minutos | No, no se debieran acortar |
|-----------------|--|---|------------------------------------|----------------------------|
| 18 a 25 | 14,1 | 4,2 | 0,5 | 4,4 |
| 26 a 35 | 3,3 | 7,5 | 2,5 | 8,4 |
| 36 a 45 | 4,7 | 12,7 | 6,6 | 12,4 |
| 46 a 55 | 6,2 | 20,7 | 13,2 | 10,2 |
| 56 a 65 | 32,3 | 21,0 | 32,5 | 28,0 |
| 66 y más | 39,4 | 33,9 | 44,9 | 36,6 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 |
| ABC1 | 2,8 | 10,4 | 12,4 | 6,3 |
| C2 | 15,2 | 24,0 | 27,6 | 23,1 |
| C3 | 28,7 | 25,0 | 24,4 | 31,2 |
| D/E | 53,4 | 40,6 | 35,5 | 39,4 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 |

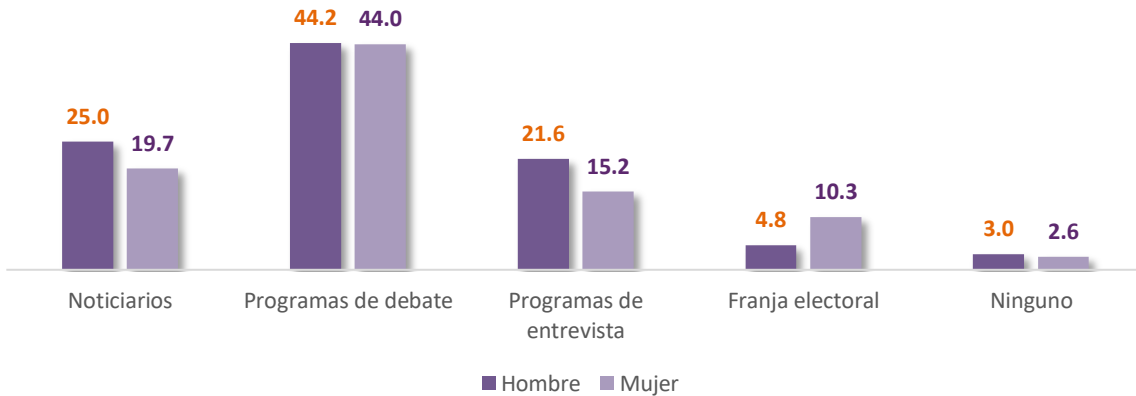
Desde una perspectiva de contexto, la percepción de las mujeres respecto del contenido e información que emiten los noticiarios en televisión abierta es generalmente valorado. Si bien las temáticas recordadas por ellas son principalmente las de catástrofes y desastres naturales transmitidas por TV; en segundo lugar, se encuentran los temas políticos, lo cual demuestra un acercamiento o cierta afinidad de las mujeres con la temática.

Franja política: primarias, parlamentarias, primera y segunda vuelta

Para el análisis respecto de la percepción y opinión de las mujeres sobre las Franjas Políticas, se consideraron datos existentes sobre la Franja de Primarias, Franja Parlamentaria y Presidenciales de primera y segunda vuelta.

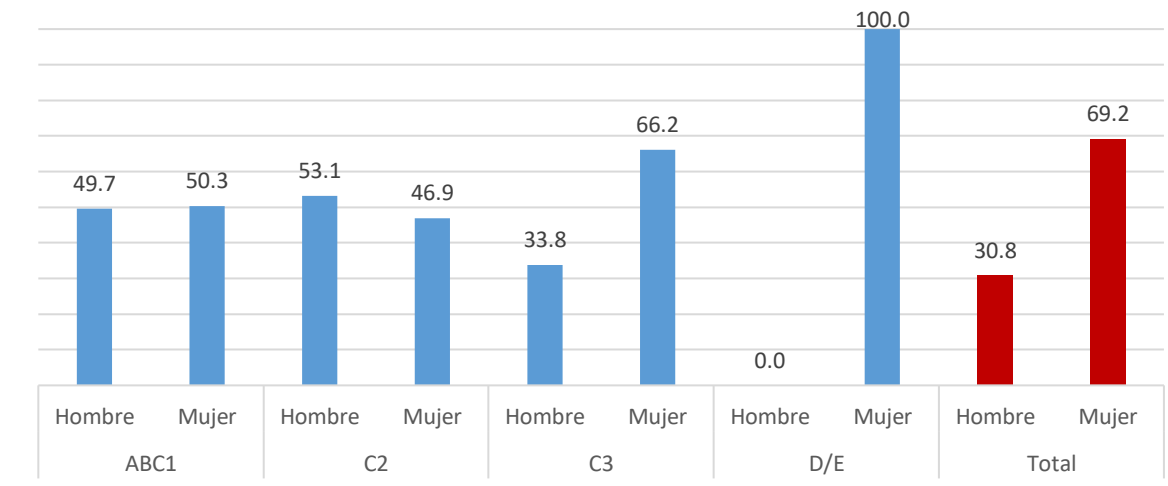
Durante la Franja emitida para las primarias, los siguientes datos evidencian que ésta es más valorada por mujeres que por hombres, como espacio de información sobre política. Sin embargo, otro tipo de espacios políticos televisivos no llegan a ser la primera prioridad, ni para hombres ni para mujeres -como se aprecia en el siguiente gráfico-. Ambos sexos prefieren programas de debate como espacio de información.

Pensando en la televisión abierta y en las próximas elecciones presidenciales y parlamentarias, ¿cuál de los siguientes tipos de programas piensa usted que es mejor para informar sobre los diversos candidatos/as? (Muestra: 1.100 casos)



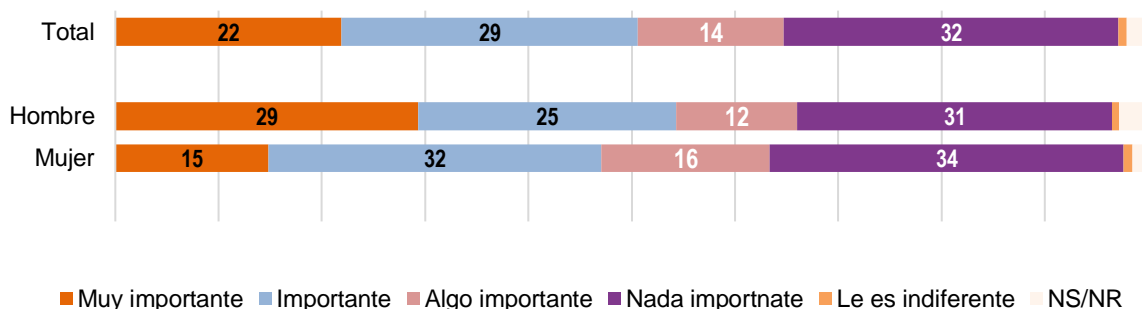
Cuando se analizan las respuestas sólo respecto de la Franja política –y no otros programas televisivos, lo que automáticamente destaca es que las mujeres de estratos bajos (D/E) son las que mayoritariamente piensan que la Franja es mejor para informar de los candidatos. Algo similar ocurre con las mujeres de estrato medio- bajo (C3), si bien en menor medida.

Pensando en la televisión abierta y en las próximas elecciones presidenciales y parlamentarias, ¿cuál de los siguientes tipos de programas piensa usted que es mejor para informar sobre los diversos candidatos/as? (Sólo Franja, según sexo y NSE. Muestra: 83 casos)



Respecto de la importancia que se le da a la Franja Política en televisión abierta para informarse, son los hombres quienes consideran más importante su existencia, en comparación a las mujeres. Un 54% de los hombres encuestados la considera como importante o muy importante, mientras que el 47% de las mujeres lo hace así. De igual forma, son cifras altas de cercanía con la instancia política televisiva.

En su opinión, ¿cuán importante es para Ud. que exista una Franja electoral en TV Abierta?
(Muestra: 911 casos)

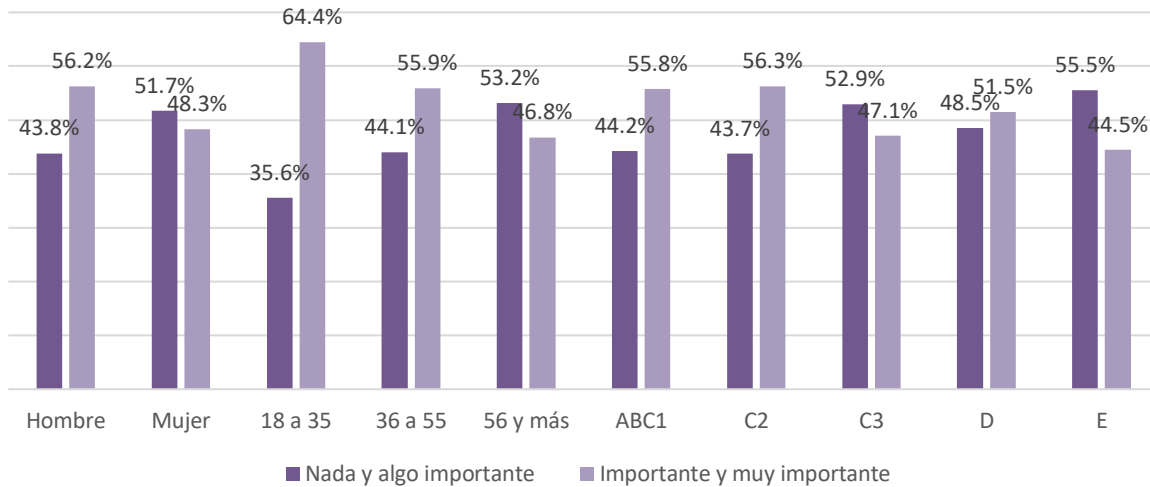


Las mujeres, en general, le otorgan más importancia a la existencia de Franjas Electorales en la televisión abierta que los hombres.

Es interesante notar que las tendencias respecto de la edad son inversas entre hombres y mujeres, ya que para ellas la mayor importancia se la asignan las más jóvenes, de 18 a 35 años, y va disminuyendo a mayor edad. Para los hombres en cambio, el nivel de importancia otorgado a las Franjas aumenta con la edad.

Similares diferencias se evidencian respecto al estrato social. Entre las mujeres, la importancia sube con el estrato social de las personas, mientras que, entre los hombres, baja.

En su opinión, ¿cuán importante es para Ud. que exista una Franja Electoral en TV abierta?
Según NSE, sexo y edad (Muestra: 911 casos)

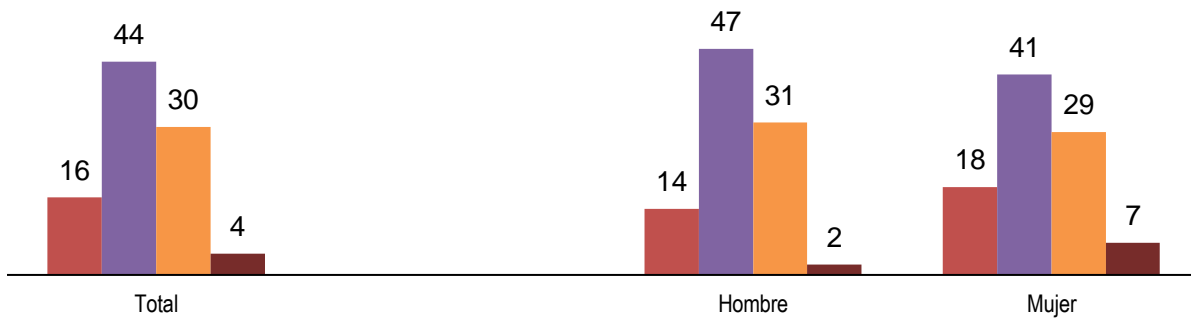


La valoración de la utilidad de la Franja Presidencial, es similar entre hombres y mujeres. Un 47% de los hombres considera que por sí sola no es suficiente y que debe estar apoyada por otro tipo de programas para informar correctamente de los candidatos a través de la TV, mientras que un 41% de las mujeres elige la misma opción.

Es importante destacar que un 18% de las encuestadas considera que la Franja Presidencial por sí sola es suficiente para informarse de los candidatos políticos, de modo que todos puedan contar con la misma información a través de la TV. No así los hombres, que presentan una cifra levemente menor (14%).

Considerando que el objetivo de la Franja Presidencial es informar sobre los candidatos que compiten por ser el próximo presidente del país, Usted cree que... (Muestra: 911 casos)

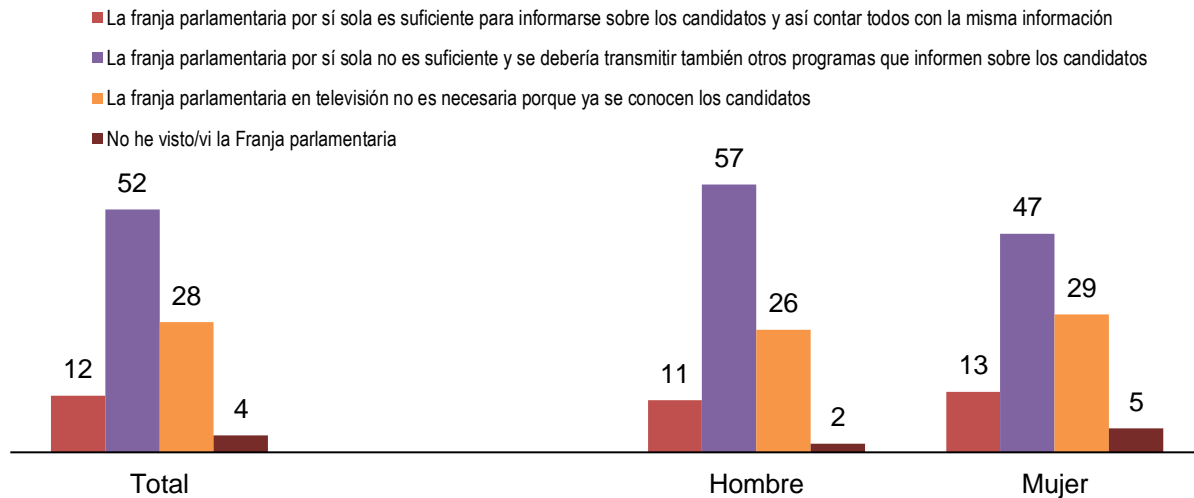
- La franja presidencial por sí sola es suficiente para informarse sobre los candidatos y así contar todos con la misma información
- La franja presidencial por sí sola no es suficiente y se debería transmitir también otros programas que informen sobre los candidatos
- La franja presidencial en televisión no es necesaria porque ya se conocen los candidatos
- No lo he visto/vi la Franja presidencial



Respecto de Franja Parlamentaria, un 13% de la audiencia femenina -cifra menor a la Franja Presidencial- cree que esta Franja es suficiente por sí sola para informarse sobre los candidatos al Congreso.

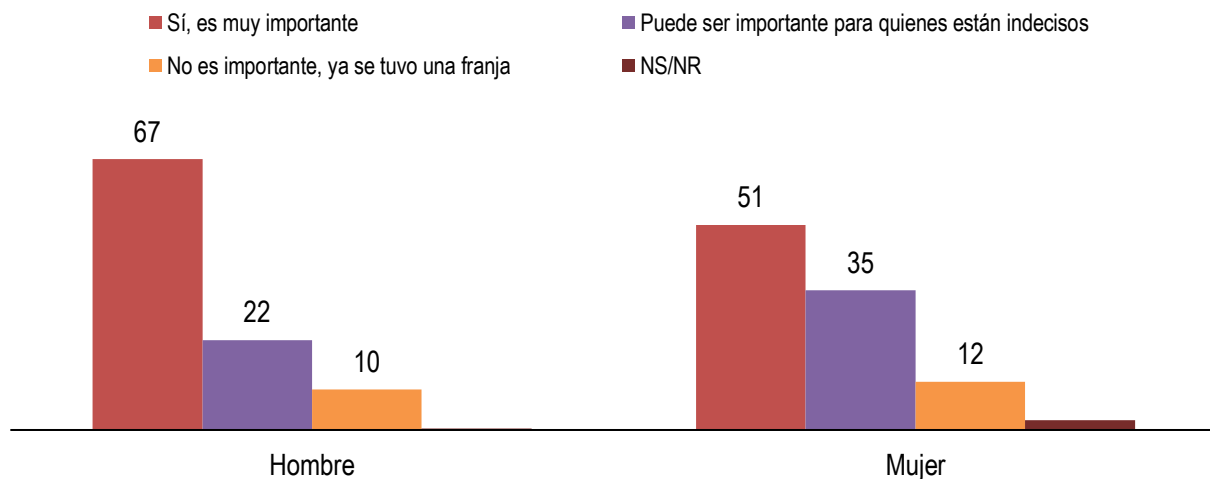
De igual manera, las cifras altas se ven en cercanía con la afirmación “La Franja Parlamentaria por sí sola no es suficiente y debería transmitir también otros programas que informen sobre los candidatos” al igual que con la Franja Presidencial (47%). Este porcentaje es bastante menor comparado con el de hombres que opinan lo mismo (57%).

Considerando que el objetivo de la Franja Parlamentaria es informar sobre los candidatos para Diputados y Senadores, usted cree que... (Muestra: 911 casos)



Sobre la importancia de que exista Franja Política para la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, tanto hombres como mujeres consideran que si es muy importante: 67% y 51% respectivamente. La diferencia se genera al momento de dar utilidad a esa importancia. Las mujeres consideran que la Franja en segunda vuelta puede ser importante para quienes están indecisos con su voto (35%), bastante más que los hombres (22%).

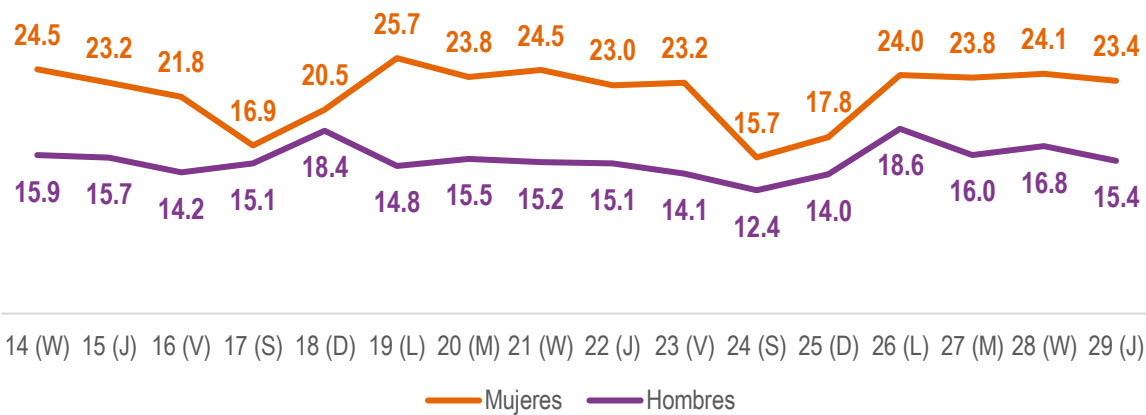
¿Cree usted que es importante que la televisión abierta transmita una Franja Electoral para esta segunda vuelta? (Muestra: 400 casos)



Según las cifras de rating durante fechas de Franja, en general, se puede apreciar que las mujeres presentan más visualización que los hombres. Las bajas de rating en mujeres son principalmente durante los días de fin de semana, aunque éstas siguen siendo más altas que las cifras de audiencia de los hombres.

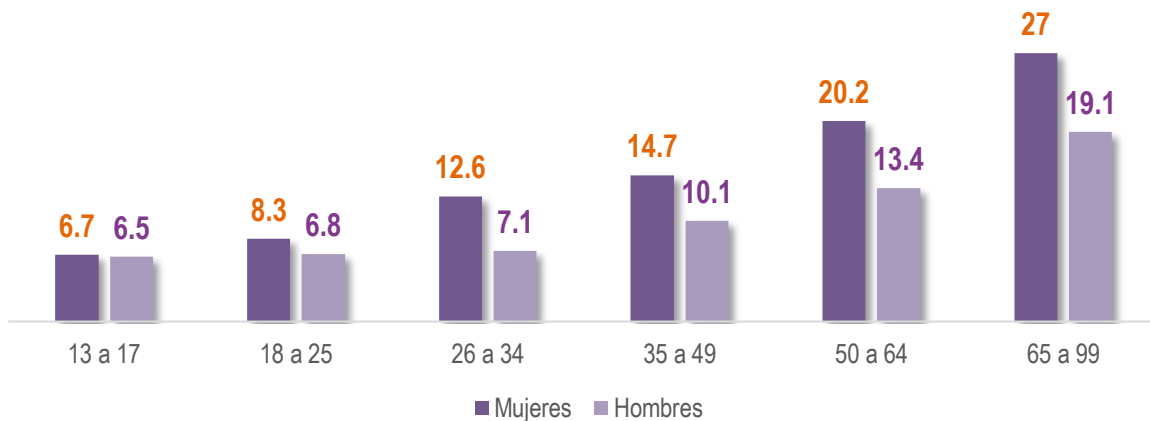
El siguiente gráfico muestra las cifras de audiencia de hombres y mujeres durante la Franja de Primarias.

Rating de la Franja Electoral de Primarias. 14 al 29 de junio de 2017.



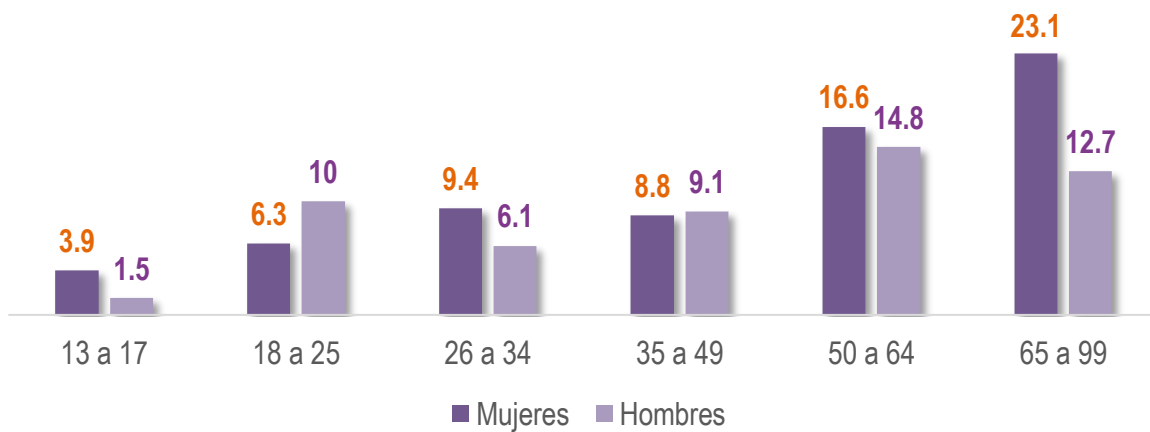
Las cifras de rating para la Franja de Primera Vuelta, en tanto, van en ascenso según la edad de las mujeres: a más años, más alto el rating de la Franja. Las mujeres que presentan cifras más altas de rating para esta Franja son las que tienen entre 65 y 99 años (27), muy por sobre las que tienen entre 50 y 64 años (20,2) o menos.

Rating de la Franja de Primera Vuelta. 20 de octubre al 16 de noviembre de 2017.



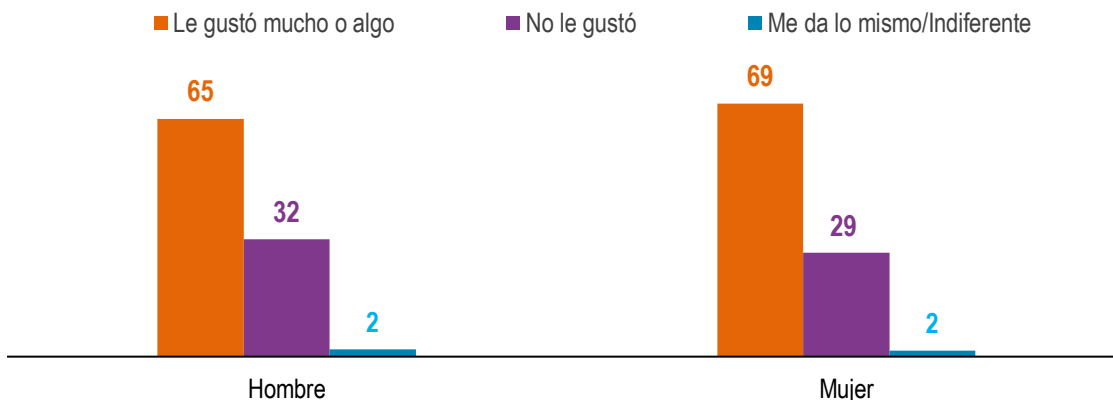
Respecto de los ratings de Franja para la segunda vuelta de elecciones presidenciales, se mantiene en líneas generales, la tendencia de que mientras más edad tienen las mujeres, más altos son los ratings. De igual manera, hay dos segmentos etarios que escapan de la norma: las mujeres de entre 26 y 34 años visualizaron más esta Franja que las de 35 a 49 años (9,4 y 8,8 respectivamente). Se mantienen las cifras más altas para mujeres en comparación a los hombres.

Rating de la Franja de Segunda Vuelta. 3 al 14 de diciembre de 2017.



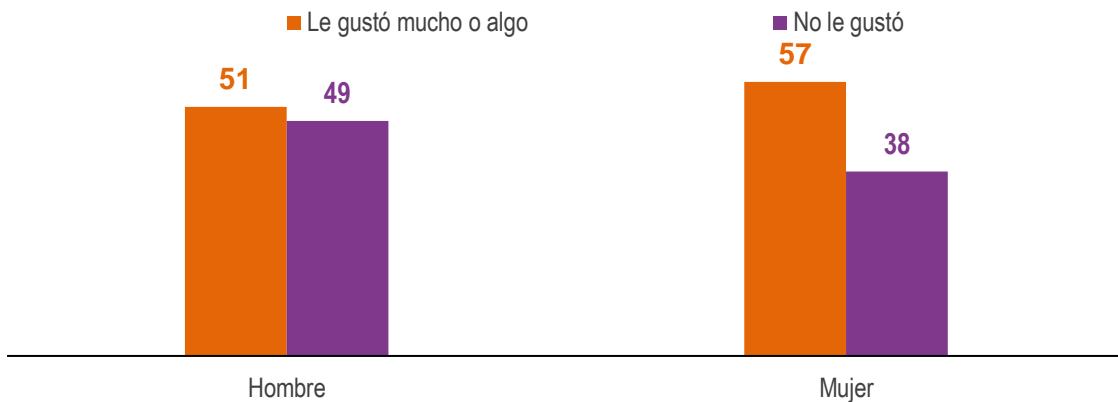
En relación a la evaluación de las Franjas, a las mujeres encuestadas les gustó la emisión de Franjas Presidenciales por TV abierta, cuatro puntos porcentuales más que a los hombres: 69% versus 65%. Esto, además, se ve representado con las cifras de quienes declararon que no les gustó el contenido: un 29% de las mujeres encuestadas, versus un 32% de los hombres.

Independiente de su preferencia por los candidatos o de su postura política, usted diría que la Franja Electoral Presidencial, donde se muestran específicamente los candidatos a Presidente... (Quienes vieron la Franja Electoral Presidencial: 393 casos)



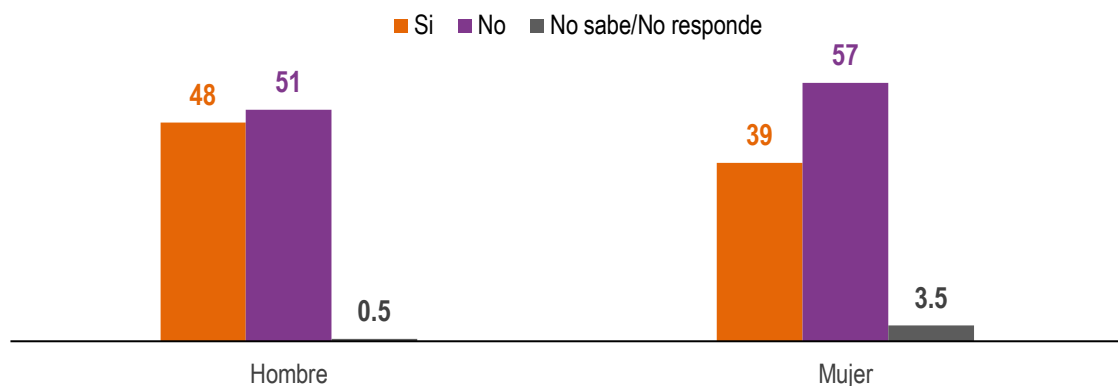
Frente a la valoración de la Franja parlamentaria emitida por televisión abierta, las mujeres presentan cifras más altas positivas y menor rechazo que los hombres. Un 57% de las mujeres declara que le gustó mucho o algo, mientras que solo un 38% dice que no le gustó.

Independiente de su preferencia por los candidatos o de su postura política, usted diría que la Franja Electoral Parlamentaria, donde se presenta específicamente los candidatos a diputados y senadores... (Quienes vieron la Franja Electoral Parlamentaria: 245 casos)



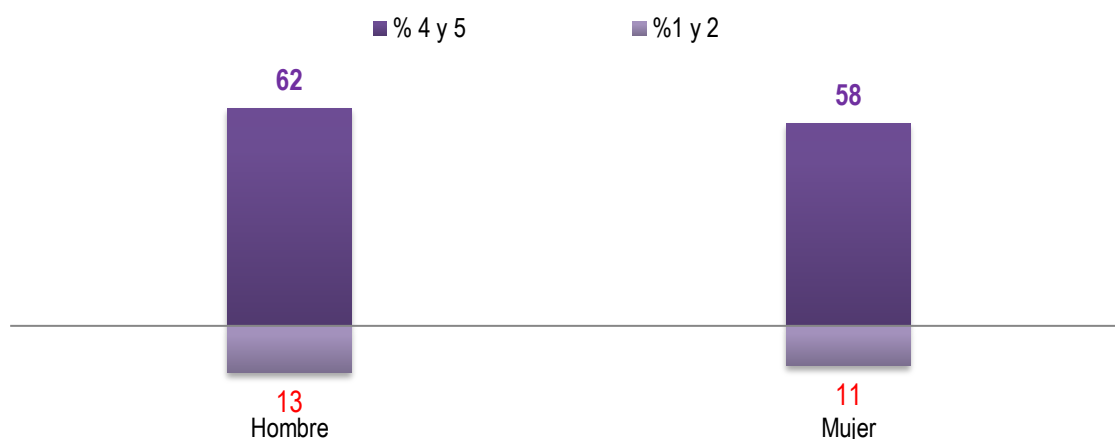
Si bien en líneas generales se evidencia que las mujeres tienen mayor cercanía con las Franjas emitidas por televisión abierta, también se presenta otra arista interesante. Respecto de si este espacio televisivo es o no efectivo para motivar a los chilenos a ir a votar, un 57% de las mujeres encuestadas considera que no, comparado al 51% de los hombres. Son ellos quienes ven la Franja como un escenario más efectivo para hacer un llamado a votar (48%) en comparación a la percepción de las mujeres (39%).

¿Cree Ud. que estas Franjas Políticas son efectivas para motivar a los chilenos a ir a votar en las elecciones el domingo 19 de noviembre? (Muestra: 400 casos)



Poniendo nota a la utilidad de los espacios de Franja para decidir el voto final de cada uno, los hombres la consideran más útil que las mujeres: 62% de notas 4 y 5 en los hombres, versus 58% las mujeres.

En una escala de 1 a 5, donde 1 es “nada útil” y 5 es “muy útil”, ¿cómo evalúa la utilidad de la información que le entregó esta Franja para decidir su voto? (Muestra: 398 casos [se omiten casos que no saben o no responden])



En general los estudios muestran que las mujeres consideran importante la existencia de un espacio informativo como la Franja Política en televisión abierta (más valorado por ellas que por los hombres) aunque, de igual manera, ambos sexos prefieren programas de debate como espacio de información de los temas políticos.

El perfil de las mujeres que muestra mayor preferencia respecto de la Franja en TV abierta es principalmente de estratos bajos (D y E), mientras que en los hombres es de estrato medio-bajo (C3) por sobre los otros niveles socioeconómicos. Es relevante mencionar que, para estas cifras de mujeres, mientras sube la edad, menor es la importancia que le dan a un espacio como la Franja Electoral en la TV abierta.

La Franja, por sí sola, no es valorada como única fuente de información, aunque las mujeres reconocen su utilidad en terceros, en personas indecisas. Ven la utilidad del espacio más en otros que en ellas mismas. De igual manera, consideran que les gusta el contenido o el espacio televisivo en sí, lo que también se ve en la Franja parlamentaria.

Las mujeres presentan mayor crítica que los hombres respecto de la utilidad de este espacio para motivar al voto de los chilenos, aun cuando son ellas quienes lideran las cifras de rating durante las Franjas emitidas. Se destaca su fidelización a lo largo de la semana. Las mujeres

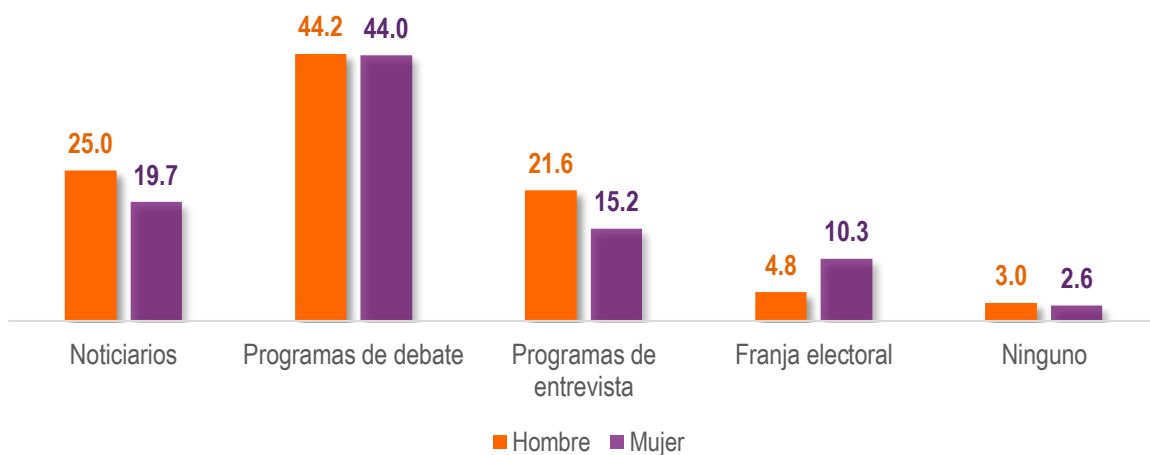
se acercan más a las temáticas políticas y esta cercanía aumenta con los años: a más edad de ellas, más rating presentan. Las encuestadas de 65 años o más son quienes más visionan estos espacios.

Opinión sobre programas políticos en TV

Además de la Franja electoral, se estudió la opinión de las mujeres respecto de otro tipo de espacios de información política, como son los programas temáticos, de conversación y entrevista, además de los diversos debates políticos ofrecidos por los canales.

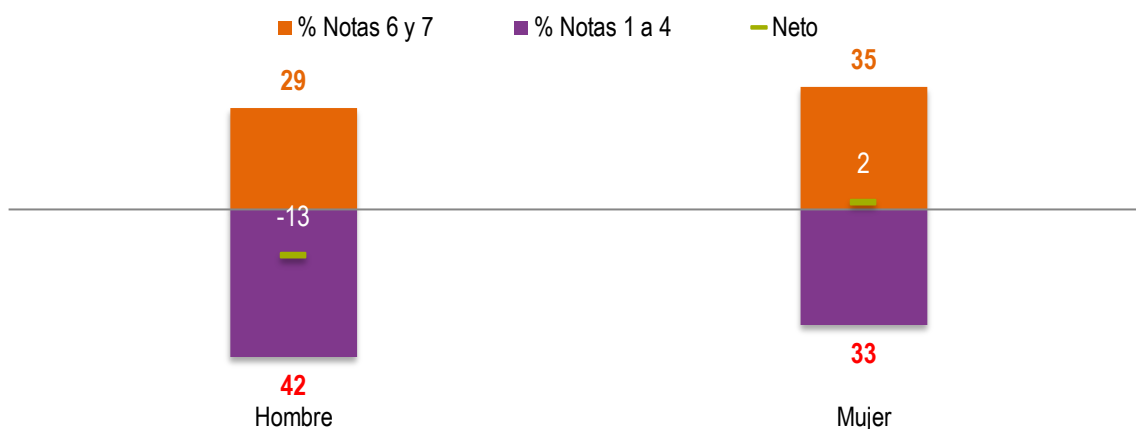
Recordando el gráfico anteriormente presentado, pero esta vez relevando otros datos, tanto hombres como mujeres prefieren los programas de debate como espacio para informarse sobre los diferentes candidatos. En segundo lugar, se encuentran los noticiarios, tanto para hombres como para mujeres, pero con una gran diferencia respecto de la prioridad.

Pensando en la televisión abierta y en las próximas elecciones presidenciales y parlamentarias, ¿cuál de los siguientes tipos de programas piensa usted que es mejor para informar sobre los diversos candidatos/as? (Muestra: 1.100 casos)



Respecto de la valoración de los programas políticos, las mujeres los evalúan con notas superiores que los hombres. Hay mucha más satisfacción con estos programas de parte de las mujeres y, de hecho, su promedio es positivo. El mayor rechazo proviene de la audiencia masculina.

Los canales de televisión han emitido programas de conversación, debate y entrevistas con los candidatos. En una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿qué nota les pondría a estos programas? (Muestra: 826 casos, se excluyen casos NS/ NR)



Los espacios como programas de entrevistas, de debate y temáticos respecto de la política chilena, son los de preferencia tanto para hombres como para mujeres cuando consideran que deben informarse al respecto.

Para ambos sexos, en segundo lugar, se encuentran los noticiarios, aunque para ellas, la preferencia está muy por debajo en cifras comparado con la valoración que tienen hacia los programas de debate. Para las mujeres, la valoración de estos espacios de información es muy positiva. Presentan un rechazo mínimo frente a este tipo de programas políticos en general.

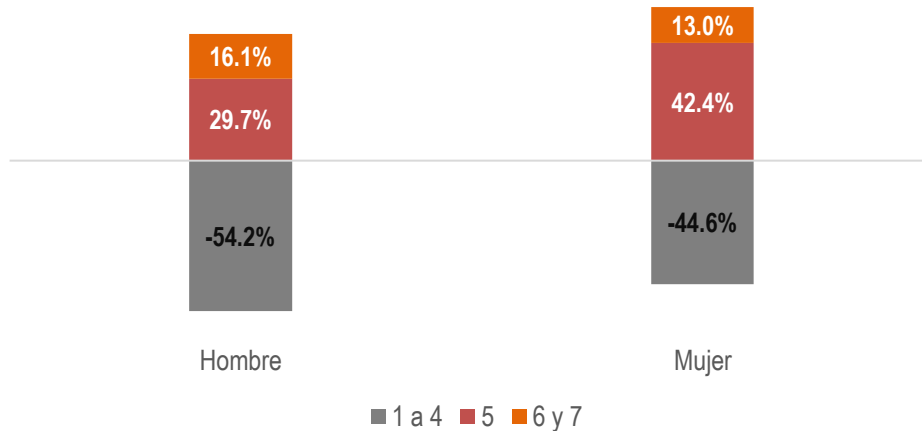
Percepción sobre pluralismo en la TV

Un esfuerzo público, en conjunto con la industria televisiva, busca cumplir con el rol social de la televisión y promover el principio del pluralismo y la democracia como valores de la TV, para así contribuir a la entrega de información para la participación ciudadana. Es por eso que para este informe se consideró la opinión de las mujeres y su percepción sobre el pluralismo político de las transmisiones en año electoral.

En comparación con los hombres, las mujeres consideran que hay altos grados de pluralismo en televisión abierta, evaluándolo con altas notas. Un 55,4% de las mujeres encuestadas considera que hay pluralismo político en la TV indicando notas de 5, 6 y 7 -donde 7 significa “muy pluralista”-.

En comparación a los hombres, las mujeres consideran que hay más pluralismo o bien están mayormente satisfechas con los niveles de pluralismo en la televisión abierta: un 29,7% de los hombres lo califica con nota 5, mientras que entre las mujeres el porcentaje es bastante más alto, 42,4%. De igual manera, el rechazo es menor en mujeres: 44,6%, vs. 54,2%.

Considerando el “pluralismo político” en televisión como la representación equilibrada de los diversos candidatos que hay en el país, en una escala de 1 a 7, donde 1 es “nada pluralista” y 7 es “muy pluralista”, ¿cómo evaluaría el pluralismo político de la televisión abierta chilena en su cobertura de las elecciones y de los candidatos? (Muestra: 1.058 casos)



Entendiendo el pluralismo político como la representación equilibrada de los diversos candidatos que hay en el país, en general son las mujeres quienes consideran, en mayor medida, que existe dicho pluralismo en la televisión chilena. En otras palabras, la audiencia femenina está más satisfecha con el nivel de pluralismo político existente que los hombres.

CONCLUSIONES

Los datos presentados en este informe muestran, en líneas generales, la cercanía que tienen hoy las mujeres con las temáticas políticas en la televisión, principalmente destacando mujeres mayores de 50 años y de los estratos medio-bajo y bajo.

Si bien las mujeres se presentan, en algunos casos, más críticas respecto de contenidos u objetivos de los espacios que existen hoy para hablar de política en la televisión, las cifras denotan preferencia, valoración y acercamiento de la audiencia femenina con la política en la pantalla. Ha pasado a ser uno de los temas relevantes que consumen cuando ven televisión.

En general, las mujeres valoran espacios de conversación y debate para conocer e informarse sobre las diversas visiones políticas existentes en el país. En este contexto, las Franjas de igual manera son reconocidas como útiles, pero no como un gran aporte informativo. Ellas consideran la Franja Política es un espacio televisivo que debe existir, que cumple con su propósito, que gusta; pero no creen que sea efectiva en su llamado a motivar el voto de los chilenos. Ven la utilidad de la Franja en la ayuda para los votantes indecisos más que en informarse ellas mismas, aun cuando son quienes lideran los porcentajes de rating en estas instancias.

Las mujeres reconocen pluralismo político en la televisión chilena, más que los hombres. Consideran que los niveles existentes son satisfactorios y que, posiblemente, se logra el objetivo de poder representar las distintas fuerzas políticas en igualdad de condiciones en la televisión.

En este contexto, los noticiarios también son espacios valorados por las mujeres. Les interesan las temáticas políticas e internacionales por sobre lo que culturalmente ha sido asociado a contenidos ‘femeninos’.

Estas preferencias evidencian cambios en la imagen de la mujer televidente, lo que invita a replantearse las ofertas programáticas que existen para ellas, así como los espacios de participación y discusión política y ciudadana que pueden ver y ser representadas.

ANEXO: Estudios Utilizados

CNTV (2017). La valoración de las audiencias de la Franja Electoral. Disponible en: <https://www.cntv.cl/la-valoracion-de-las-audiencias-de-la-franja-electoral/cntv/2017-12-13/164651.html>

CNTV (2017). Franja Política Primarias y Debate: el renovado Interés de las Audiencias. Disponible en: <https://www.cntv.cl/franja-politica-primarias-y-debate-el-renovado-interes-de-las-audiencias/cntv/2017-11-03/110251.html>

CNTV (2017). Franja Televisiva Presidencial y Parlamentaria. Disponible en: <https://www.cntv.cl/franja-televisiva-presidencial-y-parlamentaria/cntv/2017-11-03/110207.html>

CNTV (2017). Estudio sobre noticiarios televisivos y audiencias. Disponible en: <https://www.cntv.cl/estudio-sobre-noticiarios-televisivos-y-audiencias/cntv/2017-06-29/112028.html>

CNTV (2017). Encuesta de evaluación Ciudadana Franja Electoral Primarias Presidenciales 2017. Disponible en: <https://www.cntv.cl/encuesta-de-evaluacion-ciudadana-franja-electoral-primarias/cntv/2017-06-17/212529.html>

cnTV
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

Oficina CNTV: Mar del Plata 2147 – Providencia – Santiago – Chile - Teléfono: (56-2) 25922700

 cntv.cl |  [@CNTVChile](https://twitter.com/CNTVChile) |  Consejo Nacional de Televisión de Chile