

## Comandos preparan a toda máquina franja televisiva

Verónica Muñoz y Pamela Gutiérrez/La Nación 18 de octubre de 2009

En pleno trabajo se encuentran los equipos creativos y de producción encargados de elaborar las franjas de la propaganda electoral de los cuatro presidenciables y sus listas parlamentarias que comenzarán a transmitirse en 25 días más. Algunos ya han terminado la etapa de filmación y están puliendo el material. Otros todavía graban en terreno. He aquí el recorrido.



“Que no haya miedo a votar por un candidato joven”, en el caso de Marco Enríquez-Ominami; “Una nueva forma de gobernar”, respecto de Sebastián Piñera; “Frei, vamos a vivir mejor”, para el candidato concertacionista y “Somos la izquierda”, con Jorge Arrate, serán las principales ideas fuerza que remarcarán los comandos para intentar atraer a los indecisos en la competencia electoral más reñida de los últimos 20 años.

Aunque son reacios a dar muchos detalles “para mantener la sorpresa”, dicen casi todos, se están esforzando en entregar un producto entretenido y visualmente atractivo, donde no falte el humor.

Hernán Larraín Matte -productor de la película “La fuga” que dirigió su hermano Pablo- es el encargado de la franja de Sebastián Piñera.

Está muy lejos de parecerse a su padre, el senador UDI Hernán Larraín, ya que es agnóstico, partidario del matrimonio homosexual, la eutanasia, la píldora del día después y la legalización de la marihuana para consumo personal. El único punto en común con su progenitor y la UDI es su posición contraria al aborto.

Ha sido durante este mes de octubre que su equipo ha concentrado el grueso de las grabaciones.

“Vamos a tener a Sebastián en terreno, abordando los principales problemas de los chilenos y vamos a tener una franja que también aporte calle, estética, chilenidad y, por supuesto, una cuota de humor. Además, se trata de reforzar las fortalezas de Sebastián que son capacidad y liderazgo. Él representa el cambio que los chilenos quieren”, explica a LND.

En esta franja, a diferencia de las otras, no habrá una participación destacada de los artistas: “No vamos a usar al mundo de la cultura como lo ha hecho la Concertación. Nuestra franja está más basada en los chilenos que en los rostros”, dice el cineasta.

Tal es así, que no están trabajando con el actor Luciano Cruz-Coke, uno de los integrantes de cultura de los grupos Tantauco. Sobre el empleo de algunos elementos utilizados por el entonces candidato Barack Obama, Larraín aclara que “es una falacia comparar con Obama.

La gran diferencia es que la franja electoral, como nosotros la conocemos, es algo que sólo existe en Chile. En Estados Unidos, lo que se hace es contratar avisaje de 30 segundos, 45 segundos o un minuto en televisión.

Aquí, hay un período de 20 minutos que se divide en cuatro candidatos y son microprogramas de televisión. Entonces, se sale de la política tradicional y, en ese sentido, el estilo Obama no es algo que ocupemos en forma directa”, enfatiza. Larraín dice que como su candidato va encabezando las encuestas, “en la franja se potenciará al líder y las expectativas que existen de que Sebastián va a ser el próximo Presidente de Chile”.

Para sus objetivos, cuentan con un equipo de marketing, más tres productoras externas y el apoyo de la agencia Hambre. En cuanto a recursos, el director dice que es “lo típico que se gasta en estas franjas. No hay un monto muy grande y la verdad es que he tenido que arreglármelas con criterios muy similares a lo que se hizo el 2005”.

Dado que la familia de Piñera ha tenido una activa participación en la campaña, Larraín adelanta que en la franja aparecerán acompañándolo desde el punto de vista afectivo y no político, “para mostrar el lado humano”.

Al consultarle si Joaquín Lavín aparecerá apoyando al candidato en su calidad de ex presidenciable aliadista, el cineasta dice que es clave mantener un equilibrio con el diputado RN Francisco Chahuán, con quien compite por un escaño en el Senado por la Quinta Costa.

“No se puede potenciar a un candidato que está en competencia y Sebastián ha establecido un criterio de ecuanimidad. Si participa Lavín, tendría que participar Chahuán”, concluye.

### **FREI EN TERRENO**

El equipo clave en esta materia está encabezado por el jefe de comunicaciones Pablo Halpern, además del sociólogo Eugenio Tironi y el cineasta Ricardo Larraín, quien exhibe una vasta trayectoria tanto en el aspecto artístico como en la participación de franjas de propaganda electoral.

El director de películas como “La frontera”, “El entusiasmo” y “Chile puede”, entre otras, dirigió también el capítulo de “O’Higgins” de la serie “Héroes”, que transmitió Canal 13.

En el ámbito político, el creativo participó activamente en la campaña del No para el plebiscito del ’88; en la campaña presidencial de Patricio Aylwin el ’89 y en la segunda vuelta electoral con Ricardo Lagos, desplazando a Marco Enríquez-Ominami y a su padre en esa oportunidad.

En el comando freísta la reserva parece ser la consigna, pero aún así, Halpern confirma a LND que la línea general irá tras el eslogan que ha servido como base a la campaña en el último tiempo: “Frei, vamos a vivir mejor”. Aunque escueto, enfatiza que la franja se caracterizará por ser “positiva, propositiva, optimista, y no confrontacional”.

El equipo está trabajando con la productora Cien Brazos y se encuentra aún en etapa de filmación. Como ejemplo, durante una visita de Frei el jueves al barrio Yungay, se aprovechó de grabar imágenes del candidato en terreno. Aunque no se quieren entregar detalles sobre los rostros que acompañarán al candidato, ya se sabe que el cantautor Ángel Parra será uno de ellos, en un claro guiño al electorado de izquierda.

### **IZQUIERDA CON FUTURO**

En la franja del candidato del Juntos Podemos, hay un equipo creativo a cargo del cineasta Pablo Basulto y del actor Alejandro Goic, quien hasta hace poco apoyaba a Alejandro Navarro. Sin embargo, hoy está con Jorge Arrate y cuenta con la colaboración del cineasta Ignacio Agüero.

En la supervisión política de los contenidos están los periodistas Juan Andrés Lagos y Claudio de Negri, del PC, además del coordinador de la campaña de Arrate, Esteban Silva, socialista-allendista, quien dice tener experiencia en el tema pues trabajó en la franja de la candidatura de Alejandro Toledo en Perú. De Negri es el puente entre el equipo creativo y el político.

“El eje central va a ser nuestro candidato, que es la mejor vocería del programa de la izquierda. La franja será muy creativa, entretenida, con humor y con hartas sorpresas”, dice a LND Esteban Silva, señalando que “vamos a producir dos grandes temas: uno, que la izquierda es futuro y tiene propuestas muy concretas y seductoras para cambiar Chile y dos, que romper la exclusión es desatar también el futuro con la izquierda”.

Comenta que “tenemos un gran recurso humano, gente que nos regala sus ideas y su tiempo. Lo que no tenemos es plata”.

Pese a ello, cuentan con la participación de figuras como el Premio Nacional de Arte José Balmes, la pintora Roser Bru, la escritora Pía Barros, el actor Alfredo Castro, y los músicos Jorge Coulón, de Inti Illimani, y Roberto Márquez, de Illapu, entre otros.

### **MEO EN SU SALSA**

Andrés Waissbluth, director de las películas “Los debutantes” y “199 recetas para ser feliz”, es el encargado de la franja de Marco Enríquez-Ominami. Comenzaron a grabar el 1 de septiembre. Ya hay 30 spots grabados y esperan llegar a unos 100 a 150. Todos están ambientados tanto en Santiago como en regiones. La idea central es “que la gente no tenga miedo a votar por un Presidente joven. El mundo de hoy es de los jóvenes y, además, los 36 es la edad en que muchos llegan a altos cargos en empresas”, explica a LND el cineasta. Dado que Enríquez-Ominami también ha trabajado como director audiovisual, “se mete más y me llama todos los días o me escribe para darme acotaciones. Está muy al tanto de todo”, dice Waissbluth. Pese a ello, el candidato es obediente a las órdenes de los directores y “es un excelente actor. Tiene potencia y carisma”.

En todo caso, Waissbluth está acompañado por otros directores como Rodrigo Suzarte (“Gen

Mishima”); Gabriel Díaz, actor y director de fotografía de películas como “La sagrada familia”; Jorge Tripodi (“Infieles”), Carlos Garriga (“Mala onda”) y se está en conversaciones con Nicolás López (“Promedio rojo” y “Santos”). La campaña contará con actores como Coca Guazzini, Claudia Celedón, Luis Gnecco, Mauricio Pesutic, Rodrigo Muñoz y Claudia Pérez. Por supuesto, tendrá participación la esposa del candidato, Karen Doggenweiler.

### **LA FRANJA PARLAMENTARIA**

A nivel parlamentario, el pacto Concertación-Juntos Podemos tiene la mayor cantidad de tiempo asignado -de acuerdo a la votación obtenida en comicios anteriores-, alcanzando 11 minutos y 35 segundos; al interior de éste, la DC es el partido con más espacio en la franja, con poco más de 4 minutos, mientras que la Izquierda Cristiana cuenta sólo con 4 segundos.

Óscar Pizarro, uno de los representantes del pacto ante el Consejo Nacional de Televisión y coordinador de la franja DC, explica que existe la posibilidad de que un pacto lleve una sola cinta o que cada partido lo haga por separado. Se eligió esta última alternativa porque es más simple y cada partido se hace responsable de su trabajo.

La Coalición por el Cambio tendrá un total de 7 minutos y 46 segundos. Como la franja parlamentaria completa es de 20 minutos en total, para las restantes listas - Nueva Mayoría y Chile Limpio- quedará poco más de un minuto.

El secretario general del PS, Ricardo Solari, explica que la franja socialista “aún está en fase de diseño, no se ha terminado” y la idea es que aparezcan todos los candidatos. Están trabajando con Rodrigo Sepúlveda y Piedad Rivadeneira. “Lo central será nuestra adhesión a Frei, la relación con Bachelet y un gran entusiasmo por los temas laborales y medioambientales”, recalca Solari a LND. El contenido es supervisado por un comité que responde directamente al timonel PS, Camilo Escalona.

En el PPD la imagen corporativa es un pingüino con el eslogan “Romparamos el hielo!!!”. “Surgió a partir de focus group que hicimos sobre los animales que la gente más destaca y recuerda. Allí, apareció con mucha fuerza el pingüino, entre otras cosas por la revolución de los pingüinos y porque es un animal muy leal y muy nuestro.

Además, vincula romper el hielo, el statu quo, y queremos desordenar la campaña con esto”, señala Sergio Escobar, director ejecutivo de la campaña del PPD. Además, comentó que todos los candidatos fueron filmados en su propio hábitat, no en estudio, sino en las zonas que aspiran a representar. Junto con esto, habrá un espacio dedicado al aspecto programático. Ya terminaron “la etapa dura de producción” y un comité de expertos en televisión e imagen está ya examinando el material para “pulir y mejorar”.

Los radicales llevarán el lema “Chilenos de corazón”, que ya presentaron en las municipales del 2008 para destacar al PRSD como un partido tradicional, enraizado en la cultura del país.

“Ya tenemos una grabación que hicimos hace tres semanas en el estudio Sur. Allí, cada uno de los candidatos cuenta su propuesta local, su épica de campaña, en medio de paisajes y rostros de Chile”, comenta a LND Rodolfo Baier, encargado de la franja.

En este sentido, el 26 de octubre próximo se trasladarán a una zona rural, cercana a Melipilla, para “grabar una fonda con todos los candidatos, donde haya juego de rayuela, baile de cueca y carreras de caballos”.

Un aspecto importante será destacar propuestas programáticas como la educación pública y gratuita, la nacionalización del agua y la creación de una AFP estatal. El timonel PRSD, José Antonio Gómez, quien supervisa los contenidos directamente con Baier, no estará ausente y tendrá un rol relevante en la presentación de los candidatos.

En la DC, la responsabilidad de la franja quedó radicada en el área de comunicaciones del partido, que está trabajando con un equipo de profesionales dirigido por el conocido publicista Jaime Celedón y la agencia de publicidad Veritas, junto a la productora Mano Invisible.

Óscar Pizarro, interlocutor del partido ante el equipo creativo que encabeza Celedón y ante el Consejo Nacional de Televisión, recalca que “vamos a tratar de cubrir a todos nuestros candidatos, poco más de 40 postulantes a diputados y 8 a senadores, y vamos a recorrer el país entregando la línea histórica de nuestro partido, pero no puedo adelantar.

Sin duda, vamos a estar en plena sintonía con lo que haga el candidato presidencial, que es de nuestro partido. En ese sentido, vamos a seguir la flecha”.

Respecto del Juntos Podemos, Óscar Pizarro señaló que “tenemos libertad y en eso nos hemos entendido muy bien. Cada uno va a entregar el mensaje que estime conveniente a la comunidad nacional. Hemos sido muy autónomos en eso con un fair play que, históricamente, hemos aplicado en la Concertación y ahora, con mayor razón, con el Juntos Podemos”.

#### **Acuerdo con ANATEL Y CNTV**

La franja de propaganda electoral, que comenzará a emitirse el viernes 13 de noviembre, tendrá una duración de 40 minutos, divididos en dos bloques de 20 cada uno. El de la mañana irá de lunes a viernes al mediodía y el fin de semana a las 10:40 horas. En la noche, se transmitirá poco antes de las noticias, de 20:40 a 21 horas. Diariamente se alternarán entre las candidaturas presidenciales y las parlamentarias. Las transmisiones de la franja culminarán el jueves 10 de diciembre, tres días antes de las elecciones.

El acuerdo que establece las disposiciones sobre esta materia fue suscrito la semana pasada por el presidente del Consejo Nacional de Televisión, Jorge Navarrete; el presidente de la Asociación Nacional de Televisión (Anatel), Bernardo Donoso, y los representantes de cada una de las candidaturas presidenciales y pactos parlamentarios en un clima de “plena armonía cívica”.

Televisión Nacional actuará como cabeza de transmisión voluntaria y cada comando presidencial, pacto o candidato independiente, deberá entregar al Consejo Nacional de Televisión las grabaciones con su propaganda al menos dos días antes de su emisión, de modo que para el primer día de transmisiones de la franja de propaganda electoral las cintas deberán entregarse, a más tardar, el 11 de noviembre entre las 10:30 y las 12:30 horas.



Información disponible en el sitio ARCHIVO CHILE, Web del Centro Estudios "Miguel Enríquez", CEME: <http://www.archivochile.com> (Además: <http://www.archivochile.cl> y <http://www.archivochile.org> ). Si tienes documentación o información relacionada con este tema u otros del sitio, agradecemos la envíes para publicarla. (Documentos, testimonios, discursos, declaraciones, tesis, relatos caídos, información prensa, actividades de organizaciones sociales, fotos, afiches, grabaciones, etc.) Envía a: [archivochileceme@yahoo.com](mailto:archivochileceme@yahoo.com) y [ceme@archivochile.com](mailto:ceme@archivochile.com)

**NOTA:** El portal del CEME es un archivo histórico, social y político básicamente de Chile y secundariamente de América Latina. No persigue ningún fin de lucro. La versión electrónica de documentos se provee únicamente con fines de información y preferentemente educativo culturales. Cualquier reproducción destinada a otros fines deberá obtener los permisos que correspondan, porque los documentos incluidos en el portal son de propiedad intelectual de sus autores o editores. Los contenidos de cada fuente, son de responsabilidad de sus respectivos autores, a quienes agradecemos poder publicar su trabajo. Deseamos que los contenidos y datos de documentos o autores, se presenten de la manera más correcta posible. Por ello, si detectas algún error en la información que facilitamos, no dudes en hacernos llegar tu [sugerencia / errata](#)..

© CEME web productions 1999 -2009 