

## Video política

Álvaro Cuadra (\*). LN. 20 de noviembre de 2009. Opinión

**La candidatura de derecha se instala en los cánones de una sociedad de consumidores, exaltando, en lenguaje publicitario, al producto candidato con ideas simples y calculadas.**

La llamada “franja electoral” es una excelente ocasión para explorar aquellas imágenes que traducen un cierto imaginario político que caracteriza a tal o cual candidato. Las candidaturas exhiben no sólo sus ideas, sino una cierta estética con la que se identifican. Imágenes y estilos delatan las opciones de cada equipo creativo y el “estilo” que se le atribuye a un candidato.

Desde un punto de vista estrictamente **técnico**, pareciera que los videoclips de la candidatura **Piñera** son los más profesionales. Es un buen trabajo audiovisual, de alto costo, con ideas claras y coherentes que transmiten un “aire ganador”. En una palabra: **bebida cola**.

Le sigue en calidad televisiva, el segmento correspondiente a **MEO**, una factura impecable que apela, no obstante, a ideas y a un humor experimental, difícil de digerir por amplios sectores populares. En resumen: **sushi**.

En tercer lugar, la candidatura **Frei** nos ofrece un videoclip con un énfasis melodramático, explotando casos típicos que culminan con un candidato conmovido por su historia de vida. Aunque escasamente creativo, posee la fuerza de un alto impacto emotivo, pero visualmente carece de dinamismo. En breve: **cebolla**.

Por último, la candidatura de Jorge Arrate presenta un producto audiovisual en el límite de lo artesanal, pero que aprovecha su condición con creatividad y astucia. Muestra cómo se puede lograr un excelente resultado con pocos recursos. Mezcla de humor, ideas muy claras e imágenes creativas y siempre apetecibles. **Empanada**.

A la hora de evaluar la franja presidencial desde **criterios político-comunicacionales**, más allá de la calidad audiovisual, el orden se invierte.

Las imágenes de Jorge **Arrate** apelan al mundo cotidiano de los chilenos, juega con sus personajes típicos y habla de cuestiones concretas, diciendo verdades del tamaño de una catedral. Entre sus aciertos, la imagen de “Tin-Tan” atajando la pelota. El candidato y su entorno construyen un verosímil político que resulta muy sabroso y atractivo.

La opción melodramática de la candidatura de **Frei**, si bien poco original, puede ser eficiente políticamente, porque permite apelar a los sentimientos del televidente. Esta suerte de “telenovela política” es particularmente eficaz en los sectores rurales, adultos mayores y públicos de baja instrucción.

La candidatura **MEO** ha enfatizado lo lúdico y lo juvenil, y puede que resulte atractiva para cierto progresismo ilustrado de clase media, pero es un producto algo refinado y poco apto para sectores populares.

Por último, la candidatura de **derecha** se instala en los cánones de una sociedad de consumidores, exaltando, en lenguaje publicitario, al producto candidato con ideas simples y calculadas: su fuerza, acaso también su debilidad, radica en una paradoja: es una franja que se muestra como la menos política de todas.

Con todo lo importante que es la televisión, ella logra catalizar fenómenos sociales y de opinión en un plazo relativamente largo. Esto relativiza su impacto en el corto plazo, por lo que la variación en las cifras entregadas por los estudios no debiera ser tan significativa para la elección. Aun así, en estos tiempos de video política, la televisión es una oportunidad inmejorable para aquellas candidaturas menos favorecidas por el apoyo económico de grandes intereses o por el apoyo del poder político.

(\*) Investigador y docente ELAP / Universidad Arcis



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..](#)