

2/10/89
3622

CONCERTACION DE PARTIDOS POR LA DEMOCRACIA

PERIODO PRESIDENCIAL 000050 ARCHIVO

Solicita dictación de normas sobre propaganda de Televisión.

H. Consejo

Enrique Silva Cimma, Presidente de la Campaña Presidencial de don Patricio Aylwin Azócar al H. Consejo digo:

Que el artículo 31 de la Ley 18.700 dispone: "Los canales de televisión de libre recepción deberán destinar gratuitamente treinta minutos diarios de sus transmisiones a propaganda electoral en los casos de elección de Presidente de la República, de diputados y senadores, únicamente de diputados o de plebiscitos.

Cuando correspondan elecciones conjuntas de Presidente de la República y de diputados y senadores, los canales de televisión de libre recepción destinarán, también gratuitamente, cuarenta minutos diarios a propaganda electoral, lo que se distribuirán en veinte minutos para la elección de Presidente de la República y veinte minutos para la elección de diputados y senadores.

Para las elecciones de Presidente de la República, los tiempos de treinta o de veinte minutos a que aluden los incisos anteriores corresponderán, en partes iguales, a cada uno de los candidatos".

Que de conformidad al art. 8º, letras h) y l) de la ley 17.377, vigente hasta que entre en vigencia la ley 18.838, corresponde al Consejo Nacional de Televisión la dictación de las normas generales en virtud de las cuales los canales de televisión de libre recepción deberán dar cabida a la propaganda de los candidatos presidenciales en el lapso de 27 días a que se refiere el inciso 3º del art. 30 de la Ley 18.700.

A este respecto venimos en solicitar del H. Consejo la dictación de las normas generales pertinentes, respecto de todos los canales de TV de libre recepción, en cuanto a la propaganda electoral para la elección presidencial del 14 de diciembre próximo.

Proponemos que los tiempos que corresponden a cada candidato sean agrupados en una franja presidencial, transmitida en conjunto por todos los canales de libre recepción en el horario de 21.30 a 21.50 horas.

Fundamos nuestra solicitud en los siguientes antecedentes:

En el plebiscito del 5 de octubre de 1988 y en el del 30 de julio de 1989 hemos experimentado dos formas diferentes de utilización del tiempo de TV, que la ley le concede a las fuerzas políticas.

Ambos esquemas han sido impuestos por disposiciones del Consejo Nacional de Televisión en las que a los titulares del tiempo no les ha tocado ninguna participación.

Los spots de publicidad son espacios utilizados exclusivamente para la publicidad comercial. En ellos se entregan mensajes que apelan más al inconsciente que al consciente de los telespectadores. Se trata de confundir el producto con la marca, de modo que el potencial consumidor identifique a ésta con la satisfacción de su necesidad y piense en Lux, Coca Cola, Omo, etc..

La publicidad política, en contraposición a lo comercial debe apelar a la racionalidad de los votantes ya que debe entregar información para que cada ciudadano pueda analizarla, compararla, sacar sus propias conclusiones y votar en consecuencia. Mientras más libre e informado sea cada voto, mejor y más participativa será nuestra democracia.

Es por ello que los candidatos deben contar con el tiempo mínimo necesario como para exponer sus ideas y programas, y éste se logra solo a través de una Franja de Televisión.

En la experiencia del plebiscito de octubre, estamos todos de acuerdo, los chilenos fueron claramente informados acerca de las dos opciones. Por el contrario, en la reciente publicidad de las Reformas Constitucionales, la opinión generalizada es que los spots colaboraron a la confusión más que a la clarificación, situación que habría sido muy grave si se hubiera tratado de un plebiscito confrontacional.

Por último, creemos que la forma de spots obliga a verlos a cualquier televidente que se encuentre ante un televisor viendo cualquier programa. La Franja, en la medida que vaya en un determinado horario, es una opción por parte del televidente. Esto convierte a la política en algo positivo y no desagradable para el espectador.

Solicitamos además la aplicación de los siguientes criterios en la determinación de las normas:

- a) los programas de cada candidato no podrán estar sujetos a censura previa;
- b) para los efectos del tráfico con los canales de televisión los programas deben entregarse al Consejo Nacional de Televisión con al menos 12 horas de anticipación y en la cantidad de copias necesarias para todos los canales; a menos que ese H. Consejo decida que uno de los canales haga de cabeza en la red que transmitirá la Franja.
- c) cada candidatura debiera nombrar uno o dos representantes ante el H. Consejo para los fines operacionales de las normas dictadas.

Saluda atentamente al H. Consejo.

Santiago, septiembre de 1989.