

Του ΓΙΩΡΓΟΥ ΝΟΚΟΥ
newspaper@parapolitika.gr

Στην τηλεόραση έχει μεταφερθεί η μάχη των κομμάτων, με τα προεκλογικά σποτάκια να εναλλάσσονται στους δέκτες ενδιάμεσα σε διαφημίσεις και δελτία ειδήσεων. Την παράσταση αναμφίβολα έχει κλέψει η τηλεοπτική καμπάνια των ΑΝ.ΕΛ. του Πάνου Καμμένου, αφού μετά τον μικρό «Αλέξη» με το τρενάκι που εκτροχιάζεται, σειρά πήραν οι κρητικές μαρινάδες, οι οποίες είναι δέκα στον αριθμό και η βασική τους στόχευση είναι τα κοινωνικά δίκτυα. Την ευθύνη για την πρωτότυπη εκστρατεία των Ανεξάρτητων Ελλήνων έχει η ομάδα που «τρέχει» και τις διαφημίσεις των Jumbo, οι οποίες μπορεί να «δυσχεραίνουν» πολλούς, αλλά έχουν γίνει μία τηλεοπτική συνήθεια. Σύντομα, έρχονται και τα επόμενα τηλεοπτικά σποτ, με τις ιδέες να είναι ξανά πρωτότυπες, σύμφωνα με πληροφορίες. Τη δική τους μάχη δίνουν σε τηλεοράσεις και μέσα κοινωνικής δικτύωσης Νέα Δημοκρατία και ΣΥΡΙΖΑ. Από την πλευρά της κυβέρνησης, η διαφημιστική εταιρεία Newtons Laboratory, που έχει αναλάβει την υλοποίηση της καμπάνιας από κοινού με ένα επιτελείο νέων ανθρώπων του κόμματος, έχει δομήσει τα τηλεοπτικά σποτάκια



με κεντρικό άξονα, αφενός, το πρόσωπο του Αντώνη Σαμαρά και, αφετέρου, τα αρνητικά μηνύματα που θέλει να εκμεταλλευτεί από το πρόγραμμα του ΣΥΡΙΖΑ, στο πλαίσιο της εκστρατείας του φόβου που έχει αναπτύξει. Η εστίαση στον Αντώνη Σαμαρά θυμίζει έντονα τη στρατηγική που είχε επιλέξει η Νέα Δημοκρατία και επί των ημερών του Κώστα Καραμανλή. Από την πλευρά της Κουμουνδούρου, οι τρεις διαφημιστικές εταιρείες Filme Production, With us και BGM, συνεργαζόμενες από τους συνεργάτες του Αλέξη Τσίπρα, ξεκίνησαν την τηλεοπτική εκστρατεία τους με το κλασικό μοτίβο του σκοτεινού παρελθόντος και του νέου και φωτεινού που φέρνει το μέλλον. Η καμπάνια του ΣΥΡΙΖΑ θυμίζει σε μεγάλο βαθμό την εκστρατεία που είχαν πραγματοποιήσει οι δυνάμεις της αντιπολίτευσης στη Χιλή του Πινοσέτ το 1998, με το σλόγκαν εναντίον της παραμονής του δικτάτορα στην εξουσία να είναι «Χιλή, η ευτυχία έρχεται», που θυμίζει το «Η ελπίδα έρχεται» της Κουμουνδούρου. Στη μάχη των τηλεοπτικών σποτ μπήκε και η νεολαία του ΣΥΡΙΖΑ, με το γνωστό «Vincero» να καυτηριάζει τις δυσκολίες που συναντούν οι νέοι στην



Το τηλεοπτικό σποτ του Πάνου Καμμένου με τον μικρό «Αλέξη».

Ο Καμμένος στην TV μέσω των... Jumbo

Στα τηλεοπτικά σποτ μετατίθεται τώρα η μάχη των κομμάτων ενόψει της ερχόμενης Κυριακής, με παλιές και νέες ιδέες



Ποιοι δίνουν βάρος στα πρόσωπα των αρχηγών, ποιοι τους αφήνουν «έξω», τα ηθικά άσματα και οι μηνύματα από Χιλή

στικό ρόλο θα έχει ο ίδιος ο πρόεδρος του Κινήματος Δημοκρατών Σοσιαλιστών. Στα κεντρικά γραφεία του κόμματος εργάζονται εθελοντές -και όχι στελέχη- υπό την εποπτεία του εκπαιδευτικού Τύπου, Γιώργου Πεταλωτή.



Τα δύο τηλεοπτικά σποτ της Νέας Δημοκρατίας με πρωταγωνιστή τον Αντώνη Σαμαρά.

ΜΕ ΑΚΗ ΠΑΝΟΥ. Το ΚΚΕ, εν αντιθέσει με άλλες εκλογικές αναμετρήσεις, μπήκε πολύ δυνατά στον χορό σποτ, ενόψει της αναμέτρησης της 25ης Ιανουαρίου. Το πρώτο που δόθηκε στη δημοσιότητα από τον Περισσό είναι επιθετικό και αναδεικνύει τις αντιφάσεις των δύο πρωτοπόρων, σύμφωνα με τις δημοσκοπήσεις, κομμάτων, υπό τους ήχους του λαϊκού τραγουδιού του Ακη Πάνου «Ηταν ψεύτικα». Στα επόμενα τηλεοπτικά σποτάκια πρωταγωνιστικό ρόλο θα έχει και ο γραμματέας του κόμματος, Δημήτρης Κουτσούμπας.



Κάτι από Χιλή θυμίζει το σλόγκαν της καμπάνιας του ΣΥΡΙΖΑ.



Υπό τους ήχους του λαϊκού τραγουδιού του Ακη Πάνου «Ηταν ψεύτικα» το τηλεοπτικό σποτ του ΚΚΕ.

Την υπογραφή του γνωστού σκηνοθέτη Σωτήρη Γκορίτσα έχουν τα τηλεοπτικά σποτ του «Ποταμιού». Επιθυμία του Σταύρου Θεοδωράκη και της επικοινωνιακής ομάδας του ήταν να κινηθούν σε διαφορετικό ύφος από αυτά των υπόλοιπων κομμάτων, για να προκαλέσουν αίσθηση στους τηλεθεατές.

