



Genre
Récit de campagne
politique

**Adapté pour
les niveaux**
À partir de la 4^{ème}

**Disciplines
concernées**
Histoire · EMC ·
Espagnol



No

Entre archives et fiction, Pablo Larraín met en scène la fin de la dictature de Pinochet en racontant l'aventure de la campagne pour le « Non » au référendum chilien de 1988 où Gael García Bernal incarne un publicitaire en charge du clip de la campagne, centre de toutes les attentions et espérances.

Troisième volet de la trilogie de Pablo Larraín sur la dictature chilienne entamée avec **Tony Manero** et **Santiago 73**, **No** documente la fin de ce régime provoquée par le Non voté lors du plébiscite de 1988. L'esthétique du film qui correspond à celle de l'époque joue un rôle important. Le récit se concentre sur la construction d'un clip en faveur du Non et l'équipe de communicants menée par Gael García Bernal. En décrivant une campagne publicitaire en faveur du Non, Pablo Larraín questionne le rôle des images, le rapport à la mémoire historique, le discours de la publicité et le processus politique et médiatique à l'œuvre dans la chute du dictateur Pinochet. Dans le prolongement de cette réflexion, le film décrit un système libéral toujours en place aujourd'hui et s'inscrit donc dans un débat sur l'après-dictature. Il donne également à voir, à travers les différents personnages, et

l'alternance entre le camp du Non et celui du Oui, un système dictatorial, une junte, basé sur la peur qui s'imisce dans le quotidien des Chiliens. C'est ce mécanisme de domination étatique qui pousse les équipes de campagne en faveur du Non à construire une rhétorique de la joie, embrassant pleinement les codes publicitaires et étrangers, bien loin des idéaux de l'Unité Populaire. Du coup d'État de 1973 perçu à hauteur d'enfants dans **Machuca** au retour à la démocratie par une campagne publicitaire en 1988 : **No** forme avec **Mon ami Machuca** un bon diptyque pour appréhender l'histoire contemporaine du Chili. ♪

Un film de **Pablo Larraín**
Chili · 2013 · 1h57

Chili, 1988. Lorsque le dictateur chilien Augusto Pinochet, face à la pression internationale, consent à organiser un référendum sur sa présidence, les dirigeants de l'opposition persuadent un jeune et brillant publicitaire, René Saavedra, de concevoir leur campagne. Avec peu de moyens mais des méthodes innovantes, Saavedra et son équipe construisent un plan audacieux pour libérer le pays de l'oppression, malgré la surveillance constante des hommes de Pinochet...

Avec Gael García Bernal (René Saavedra), **Antonia Zegers** (Veronica), **Alfredo Castro** (Luis Guzmán)...

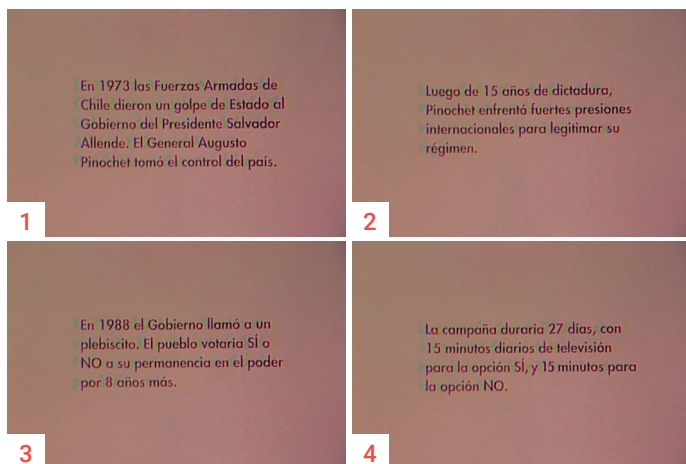
Du coup d'état au référendum

Salvador Allende, candidat de l'Unité Populaire (coalition de gauche) est élu président du Chili après sa victoire aux élections présidentielles de septembre 1970. Après un mois de troubles provoqués par les États-Unis, il est officiellement intronisé par le Congrès en octobre 1970. Le marxisme d'Allende pose problème au gouvernement des États-Unis, et ce, jusqu'à la mort du président chilien qui voulait instaurer un régime socialiste par les urnes, ce qu'on appellera la « *vía chilena al socialismo* ». Dès sa première année au pouvoir celui-ci met en place un vaste programme d'expropriations et de nationalisations dans des secteurs clés comme le cuivre, l'énergie, la banque ou l'agriculture. Mais, si ce programme relance rapidement l'économie chilienne, les pénuries organisées par l'opposition suscitent des mécontentements. L'opinion se scinde en deux camps. La deuxième année est marquée par de nombreuses grèves et des divisions au sein de la gauche comme de la droite. Le pays est polarisé mais de nouvelles formes d'organisation populaire se chargent d'assurer la production et le ravitaillement. La tension monte dans le pays en 1973, alors que de nombreux militaires sont au gouvernement. Le 11 septembre 1973, un coup d'état vient mettre fin aux mille jours qu'aura duré l'Unité Populaire (image 1), ceux-ci ayant sous-estimé le pouvoir de la classe moyenne et de la bourgeoisie, des médias, de l'armée et des États-Unis.

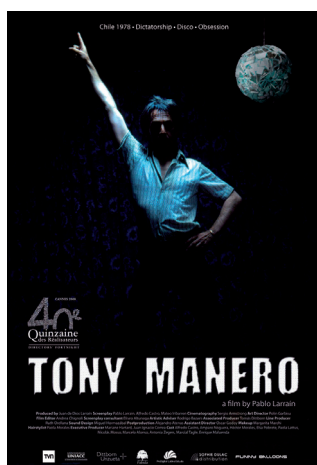
Suite au putsch militaire, le régime instaure une période de répression terrible qui s'installe dans la durée (image 2). Les opposants à la junte, ou anciens soutiens de l'Unité Populaire sont emprisonnés, torturés, exécutés. Certains prisonniers sont déportés dans les territoires les plus hostiles du Chili, mais la majorité des personnes arrêtés « disparaissent ». Après leur exécution, le régime organise la disparition des corps. Le Chili va vivre pendant des années sous le joug d'une répression militaire qui installe un climat de peur généralisée. Parallèlement à cette instauration d'un état répressif, le régime chilien connaît une modification profonde de son système économique et social. Le pays connaît un tournant libéral dès le milieu des années 1970 qui va détruire tous les acquis sociaux construits avant et pendant l'Unité Populaire (éducation, retraites...). À la suite

des grandes vagues de nationalisations impulsées par Allende, c'est la privatisation progressive de tous les secteurs de l'État qui domine. Pour asseoir la légitimité de son gouvernement et de sa personne, notamment face aux critiques internationales formulées par l'ONU, Pinochet organise des plébiscites sous la forme de référendums. Ceux de 1978 et 1980 sont approuvés (sans listes électorales...), celui de 1988 ne l'est pas, et constitue le cœur de **No** (image 3). Des listes électorales sont créées pour ce scrutin, et plus de 90% de la population s'y inscrit. Une Concertation des partis pour le Non se crée dès l'année 1987 après l'autorisation de l'existence de partis d'opposition. C'est cette organisation qui supervise la création des clips en faveur du Non, regroupant politiques, sociologues et publicitaires. Les clips ont pour vocation d'être diffusés à la télévision pendant tout le mois de septembre précédant le vote (image 4). Mais le travail de fond a commencé antérieurement pour élaborer la stratégie à adopter et assurer les conditions matérielles d'un vote en sécurité et sans fraudes. Une grande Marche de la joie est organisée et reflète bien l'état d'esprit mis en avant par le camp du Non. Si le régime de Pinochet tardera à reconnaître sa défaite, c'est bien le Non qui l'emporte à 55,99% et ouvre la voie à l'instauration d'une démocratie.

En 1990, Patricio Aylwin (Concertation des partis pour la démocratie) devient président du Chili. Mais le retour de la démocratie n'est pas immédiat, et l'ombre de la dictature plane encore lourdement sur la société chilienne. Pinochet est constitutionnellement nommé sénateur, en tant qu'ancien Président. Différents rapports sont rédigés pour faire état des exactions de son régime, mais la loi d'amnistie votée par la junte en 1978 rend difficile les mises en accusation. Et même quand une juridiction étrangère tente d'organiser un procès, comme ce fut le cas pour Pinochet avec un juge espagnol en 1998, cela n'aboutit pas. Aujourd'hui, la société chilienne reste très marquée par cette période et les structures économiques et sociales en découlent directement. Le Chili est un pays profondément inégalitaire dans sa répartition des ressources et les mouvements de contestation se font de plus en plus vifs au cours des dernières années. C'est aujourd'hui l'oligarque Sebastián Piñera qui dirige le pays, après une alternance avec Michelle Bachelet. Le pays a connu récemment d'importantes manifestations : en 2011 avec une mobilisation étudiante et au début de l'année 2019 avec la première grève féministe de l'histoire du Chili (« *Marée féministe au Chili* », Franck Gaudichaud, *Le Monde diplomatique*, mai 2019).



Pablo Larraín, le cinéma et l'histoire



Pendant la dictature, le cinéma chilien n'existe plus. Les autorités de la junte ferment toutes les institutions rattachées au cinéma et brûlent les archives. Dorénavant l'image animée se résume à la télévision, qui commencent à équiper les foyers chiliens. C'est l'entrée de la publicité dans le monde domestique.

Cet essor de la production vidéo a toutefois permis à certains groupes de cinéastes de réaliser des documentaires d'opposition. Mais le cinéma chilien ne s'est emparé de la dictature qu'a posteriori, en témoigne la trilogie de Pablo Larraín. Né en 1978, il est à la fois réalisateur et scénariste, et a construit une œuvre attachée à l'histoire de son pays. Si l'on peut considérer **Tony Manero**, **Santiago 73** et **No** comme un trilogie autour de la dictature de Pinochet, le ton est très différent entre les deux premiers films et **No**. Dans **Tony Manero** et dans **Santiago 73**, les personnages principaux sont obsessionnels (l'un fan de Travolta dans le Chili de 1977 et l'autre fou de sa voisine au cours des jours qui précèdent et suivent le coup d'état – tous deux joués par Alfredo Castro). L'aspect historique est à l'arrière-plan de l'histoire et du cadre, voire en hors-champ, contrairement à **No** qui se concentre sur le référendum. L'atmosphère est également différente, si **No** est faussement joyeux, les deux autres films sont des œuvres très noires marquées par le déni et le désespoir. Il ne faut pas croire pour autant que **No** soit un film historique classique avec reconstitution, costumes et une trame qui suit le cours

de l'Histoire. Comme le dit très bien Michèle Arrué dans son ouvrage de référence sur le film (cf. Références) : « Larraín ne fait pas le choix de nous livrer une reconstitution historique de cette période, mais plutôt celui de nous donner à voir une reconstitution du processus de création et de l'élaboration de cette campagne audiovisuelle qui débouche sur le renversement du dictateur au pouvoir » (p.47). C'est donc avant tout un film sur l'image, son usage, ses symboles, sa fabrication et sa réception – surtout dans un cadre télévisuel et publicitaire, dans une période de transition comme la fin des années 1980 au Chili. Ce sont des éléments qui sont développés dans les pages d'analyse.

L'approche du film d'histoire est donc toujours légèrement décalée chez Pablo Larraín, qu'il filme le Chili ou ailleurs. Deux œuvres sont à ce titre particulièrement singulières : **Neruda** (2016) et **Jackie** (2016). Les deux films s'attaquent à des figures iconiques de la culture mondiale, le poète chilien Pablo Neruda et l'épouse de John F. Kennedy, Jackie Kennedy. Mais ce sont des anti-biopics : loin de raconter de manière romancée la vie de ces personnages célèbres, ils se concentrent sur un épisode précis et le mettent en scène en adéquation avec le caractère et le style de leur sujet. **Neruda** est un film-poème racontant la traque du poète en 1948, et **Jackie** une œuvre très sobre et élégante sur l'après-assassinat de Kennedy. En faisant correspondre personnage et style de mise en scène, le

tout dans la reconstitution d'un événement très circonstancié, Pablo Larraín réinvente les liens entre cinéma et histoire. Larraín s'interroge dans **Neruda** sur la création artistique alors que son héros compose son chef-d'œuvre, *Le Chant général*. Il y instille les prémices de la dictature en germe. **Jackie** bien plus qu'un portrait de femme est une auscultation du pouvoir. Les images d'archives y jouent évidemment un rôle crucial quand on sait la résonance médiatique de l'assassinat du président américain. Ainsi donc se dégagent des tendances dans le cinéma de Pablo Larraín, en traitant l'histoire par le prisme de l'événement, en questionnant la fiction par le jeu des archives, en interrogeant le cinéma par le mélange de différentes natures d'images.

Dans **No**, la volonté de dire l'Histoire, ou même de faire l'Histoire est criante – c'est une adresse réflexive à la société chilienne mais aussi un récit qui s'exporte. Pablo Larraín aborde la question de l'histoire chilienne afin qu'elle soit intelligible pour les spectateurs chiliens et du monde. Différents marqueurs viennent rappeler les faits (cartons au début du film) ou les dialogues se chargent d'explicitier la situation (débat au sein des camps) : comme en témoigne le dialogue entre René Saavedra et son patron Luis Guzmán [8:45 à 9:35], retranscrit dans les pistes pédagogiques.

Filmer comme dans les années 80 : de l'usage de l'image dans *No*

« Tout en rendant compte d'un tournant historique pour le Chili, Larraín, par le biais retenu pour aborder cette période et le matériel qu'il intègre, choisit de nous livrer dans le même temps une réflexion sur l'image et les codes qui sous-tendent les différents types de représentation filmique qui apparaissent dans le film » (Michelle Arrué, p.47).

Ainsi, que dit finalement ce clip qui donne la victoire au camp du Non ? N'instiguit-il pas les germes du régime économique libéral à venir ? *No* est un film de fiction qui incorpore tout de même un tiers d'images d'archives (des images de la télévision, des spots publicitaires et des extraits de la campagne pour le « non »).

Et si Pablo Larraín utilise des caméras d'époque pour tourner le film, ce n'est pas une fantaisie esthétique mais un moyen de reproduire la nature d'image de la fin des années 1980 marquée par un passage de l'argentique (la pellicule) à l'analogique (la vidéo).

Ainsi, le spectateur n'a plus de repère et s'égaré entre les images tournées et les images d'archives, entre ce qui relève de la fiction et ce qui relève de la réalité. Ce qui permet dans un premier temps de retranscrire au mieux l'esprit d'une époque, mais surtout de s'interroger sur le sens de cette image. L'omniprésence des moniteurs de télévision et la reproduction de situations où les personnages sont spectateurs d'un écran insiste évidemment sur la réception des images. La présentation de différents plateaux de tournage pour la réalisation des pastiches de tournages des clips de campagne ou des pubs donne à voir toute la mécanique de construction d'un film dans un troublant effet miroir. De la création des clips, à leur diffusion et réception en passant par leur tournage : c'est toute la construction d'un discours et d'un message qui est analysée par Pablo Larraín. Le réalisateur démontre comme dans certains de ses autres films (*Neruda*), une volonté de troubler le



spectateur par de multiples mises en abyme.

Ce premier clip pour le Non reprend déjà les codes de la publicité, contre lesquelles s'insurge Veronica qui déclare « Tu campaña es una copia. La copia de la copia de la copia. » (Michèle Arrué, p. 80). Ce qui est finalement troublant c'est qu'ensuite les clips du Non sont « copiés » par les clips du Oui qui viennent y répondre. La répétition est donc bien un motif esthétique et politique, et prend un sens graphique en devenant « copie ». Mais ne sont-ils pas finalement la copie de la première publicité Free qui ouvre le film ? [0:58 à 3:40]

ANALYSE DE SÉQUENCE

Montrer l'archive, construire l'histoire : mettre en scène la fin d'une dictature, régime de la peur

Dans cette ambiguïté constante entre la fiction construite par Pablo Larraín et les images d'archives mobilisées, le réalisateur raconte la dictature de Pinochet et annonce la société post-dictatoriale à venir.

La scène du micro-ondes (dont une analyse par Michèle Arrué est disponible dans son livre), est particulièrement parlante, tant dans sa mise en scène de l'image télévisuelle et du discours officiel que dans son détournement [14:35 à 17]. Elle n'est pas anodine car le micro-ondes est déjà au cœur d'une discussion entre René et son patron au début du film (images 9 et 10) juste avant l'évocation du clip du Non.

Juste après avoir nettoyé sa voiture avec son fils, on retrouve René installant un micro-ondes (symbole ultime de modernité) à côté de la télévision, à

l'heure du dîner. Alors que son fils vient d'éteindre le téléviseur, il lui demande de le rallumer et lance la cuisson d'un sandwich au fromage. Sur l'écran de télévision apparaissent une série d'images en l'honneur de Pinochet, qu'on découvre enfant avant de le voir prononcer une série de discours. Alors que le commentateur présente le courage et la fierté militaire du dictateur (image 1), René sort le sandwich du micro-ondes. Ce fromage fondu accompagné d'une voix-off laudative tourne en ridicule Pinochet (image 2). Lorsqu'il lance une autre cuisson, un chant en l'honneur du général démarre et les images d'embrassades et de liesses populaires défilent sur l'écran de télévision (image 3). Le visage de René se rembrunit, il appelle sa gouvernante Carmen. Quand celle-ci pénètre dans le

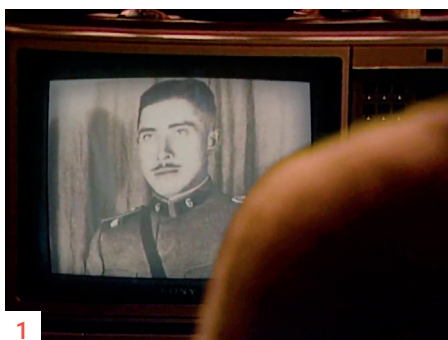
salon (image 4), au bip du micro-ondes, le visage de Pinochet se retrouve plein cadre et on ne voit plus le téléviseur (le son est plus fort également) (image 5). On découvre que c'est une jeune fille d'origine amérindienne qui chante en l'honneur de Pinochet, homme affable qui embrasse des enfants et se dote d'une image de patriarche (image 7). Une larme coule sur la joue de la chanteuse (image 8). C'est à la fois glaçant et ridicule. On sent l'inquiétude de René en regardant ces images (image 6), car elles illustrent le soutien d'une partie de la population dont bénéficie Pinochet (et peut-être celui de la gouvernante, comme peuvent le laisser entendre les images de propagande lors de son arrivée¹). C'est également un moyen pour Pablo Larraín de faire figurer longuement

Pinochet à l'écran, car aucun acteur ne l'interprète dans le film, à la différence d'autres personnages, figures historiques existantes. Il semblerait d'ailleurs que le réalisateur chilien joue tout au long de **No** entre les personnages de fiction et ceux ayant réellement existé. Il trouble le spectateur (chilien) en faisant apparaître certains protagonistes réels des événements racontés, pour jouer leur propre rôle ou un autre (pour une analyse plus poussée de l'usage des caméos dans **No**, vous pouvez lire l'analyse de Michèle Arrué : p.95-99). La scène du micro-ondes reste particulièrement parlante car il est possible de s'en emparer avec les élèves (humour/peur, image/son/montage) et car elle rassemble un certain nombre de caractéristiques propres à **No** : une alternance entre l'archive et la fiction, ici par la présence imposante de la télévision ; un ton faussement comique et léger, rapidement renversé par la peur ; la présentation d'une société chilienne divisée où le dictateur Pinochet est au cœur des clivages ; un récit de la carrière de Pinochet à déconstruire ; l'annonce, par le micro-ondes comme symbole de modernité, de l'instauration d'une société post-dictatoriale capitaliste et libérale (éloignée des idéaux d'Allende). Comme nous venons de le voir, à travers l'usage d'archives du régime de Pinochet, et leur agencement progressif dans l'histoire – Pablo Larraín donne une vision très critique de la dictature qu'il dépeint généralement comme un régime de la peur. La peur affecte de différentes manières les votants potentiels à ce plébiscite : peur de la répression qui pourrait s'exercer sur eux, peur que leur vote ne soit pas pris en compte en cas de trucage et peur d'un retour de l'Unité Populaire, qui pour certains serait terrible pour la stabilité du pays. Pablo Larraín n'hésite pas à mettre en scène la violence du régime et de sa répression, notamment dans la scène du commissariat où René assiste pétrifié à la brutalité des forces de police, en particulier vis-à-vis de Veronica [13:30]. Pablo Larraín ne s'interdit pas non plus de montrer la violence du coup d'État de 1973 en montrant les images du palais de la Moneda en flammes, et de la violence de l'armée tout au long de la dictature : dans la première ébauche d'un clip

pour le Non, toutes ces images à charge sont rassemblées. C'est aussi une bonne piste de travail avec les élèves, qui inclut des données visuelles et chiffrées, facilement identifiables et

iconiques de la prise de pouvoir et de son exercice par Pinochet [20:08 à 21:40].

¹ Hypothèse confirmée plus tard dans le film à 28'20.



La guerre des images : publicité et politique

La dynamique de **No** repose sur un affrontement successif entre les clips du Oui et du Non, qui se répondent dans un duel progressif. Ce sont surtout les clips du régime qui viennent réagir à ceux construits par la Concertation des partis pour le Non, à l'aide de son équipe mélangeant politiques et publicitaires. En détournant les codes de la publicité, ils ont transformé les codes visuels du message politique. L'opposition entre les deux camps par vidéos interposées est bien résumée par Michèle Arrué « Deux langages s'opposent, correspondant aux camps en présence. Un langage de propagande, suranné, visant à endoctriner et terroriser, fait face à un langage importé de l'étranger qui cherche à séduire » (p.71). Le clip pour le Non cherche délibérément à ne pas trop regarder en arrière – et le mot d'ordre reste l'« alegría » vantée par les paroles de la chanson. **No** témoigne plus globalement, en dehors du contexte chilien d'un basculement du processus de construction du discours politique. Le marketing jouant un rôle croissant dans les campagnes électorales. C'est exactement ce qu'indique le dialogue suivant entre René et un autre publicitaire [28'07] : « Tenemos que tener

una productora ya suficientemente atractivo para las viejas y para la gente joven. » Il y a un ciblage avec une identification commerciale d'acheteurs potentiels, convertis ici en votants du Non. L'esprit du clip du Non est ici résumé parfaitement, il s'agit de « vendre un produit » à des consommateurs en puissance, de la même manière que dans la publicité Free présentée en début de film. Toute la séquence suivant ce dialogue est un condensé de la construction marketing de la campagne avec un raisonnement par concepts, d'où la peur doit être absolument absente. C'est d'ailleurs ce que déplore l'un des politiques du camp du Non qui déclare après la vision de la première ébauche de la campagne : « Para mi esto me parece como un comercial Coca-Cola ». Il est intéressant d'observer le regard amer que porte Pablo Larraín sur cette construction marketing du discours politique. Et si, par son approche pseudo-documentaire, le réalisateur prétend être objectif, la fin du film révèle bien son point de vue. Ainsi nous assistons à une nouvelle présentation de campagne, et découvrons avec surprise que René fait toujours équipe avec son ancien directeur et

ex-opposant dans la guerre des clips. Ils diffusent un faux making-off créé pour promouvoir une nouvelle série TV dont nous avons aperçu des images précédemment dans le film. Et le discours de René qui le précède est important : « Je voulais d'abord dire que ce que vous allez voir s'inscrit dans le contexte social actuel. Nous croyons que notre pays est prêt pour ce type de communication. Soyons honnêtes. Aujourd'hui, le Chili pense à son avenir. » Et ce futur, ce sont ces hommes et femmes dans des tenues chics qui se pavanent devant les caméras d'un hélicoptère au sommet de la tour Santa María. Ce gratte-ciel, construit en 1980, a longtemps été le plus haut du Chili et trône comme un symbole de la modernité et du libéralisme dominant dans le pays. Voilà pourquoi **No** évoque autant le Chili d'aujourd'hui que celui d'hier.



Entre documentaire et fiction, les campagnes politiques au cinéma

Alors que Pablo Larraín évoque dans **No** tout autant l'histoire de son pays que les mécanismes de construction du discours politique, d'autres films ont choisi d'utiliser un aspect documentaire pour narrer une campagne. C'est souvent autour d'une élection que se cristallisent les enjeux narratifs des films politiques, les plus connus étant américains. Le choix d'une esthétique documentaire offre à leurs auteurs une proximité avec le réel qui crée le trouble chez les spectateurs. Deux films racontent de cette manière une élection sénatoriale aux États-Unis, l'un du côté démocrate – **Votez McKay** (1972) de

Michael Ritchie avec Robert Redford –, l'autre du côté républicain – **Bob Roberts** (1992) de et avec Tim Robbins. Ce dernier étant considéré comme un mockumentary, à la fois forme et genre de cinéma qui, par la fiction et par une esthétique proche du documentaire, offre un discours sur un fait d'actualité (parfois de manière parodique). **No** peut être associé à cette appellation. Il convient dès lors de citer en exemple la série réalisée par Robert Altman en 1988 (l'année du référendum de **No**), **Tanner '88**. Cette série diffusée pendant la campagne électorale de la même année, est tournée en vidéo pour renforcer la

fausse véricité de ce qu'elle montre alors qu'elle dénonce la dictature de l'image et l'omniprésence de l'image dans le jeu politique. Le sous-texte de **No** n'est pas très loin...



Pistes pédagogiques



TEXTE EN ESPAGNOL PRONONCÉ PAR RICARDO LAGOS LORS DE L'ÉMISSION TÉLÉVISÉE DE CARA AL PAÍS LE 25 AVRIL 1988 (extrait du livre de Michèle Arrué, p.114). <https://www.youtube.com/watch?v=BBBeXzG1vI>

« Usted, general Pinochet no ha sido claro con el país [...]. Le voy a recordar, que el día del plebiscito de 1980 dijo que usted no sería candidato para 1989 [...]. Y ahora, le promete al país otros ocho con tortura, con asesinato, con violación de los derechos humanos. Me parece inadmisibles que un chileno tenga tanta ambición de poder, de pretender estar 25 años en el poder. Chileno alguno nunca ha estado así. Raquel (Correa – la presentatrice TV), usted me va a excusar, pero hablo por 15 años de silencio y me parece indispensable que el país sepa que tiene una encrucijada y una posibilidad de salir de esa encrucijada, civilizadamente, a través del triunfo del No. »

· *Qui est Ricardo Lagos ? Quelle position politique occupait-il à l'époque ? Quel rôle a-t-il joué par la suite ?*

Analysez le texte : à quoi fait-il référence quand il mentionne le plébiscite de 1980 ?

Commentez le rôle et la puissance de la télévision comme média. Pourquoi Ricardo Lagos s'adresse-t-il directement à Pinochet ? Que risque-t-il ?

LA GUERRE DES CLIPS

« Nosotros creemos que el país está preparado para una comunicación de esta naturaleza » René Saavedra [2'].

· *Quels sont les principaux arguments mobilisés par la campagne du Oui ? (La réussite économique et la peur)*

· *Que symbolise le passage du rouleau compresseur dans le clip du Oui ? Quels sentiments vise-t-il à créer chez le téléspectateur ?*



Analyser les différences et similitudes entre la publicité Free et le premier clip du No.



DÉCRYPTER UN DIALOGUE

Détaillez tous les enjeux historiques et géopolitiques évoqués par René Saavedra et Luis Guzmán quand ils débattent du financement de la campagne du No :

Luis : *Qui est derrière cette campagne ?*

René : *Je n'en sais rien*

– *Ils ont fait appel à l'étranger ?*

– *Non, juste à moi, que je sache.*

– *Toi ?*

– *Oui.*

– *Mais tu étais parti du pays pendant tant d'années ! Tu connais quoi ? Rien !*

– *Quelques choses.*

– *Ils ont de l'argent ? Non, pas d'argent.*

– *Les communistes n'ont pas d'argent.*

– *Ils n'ont pas le soutien des communistes.*

– *Non ? De qui, alors ?*

– *Tout le monde, sauf les communistes.*

– *Sauf les communistes. Donc, ni le Nicaragua ni Cuba ni l'Union Soviétique n'a mis d'argent.*

– *Non. Les Américains.*

– *Non, les Américains sont avec nous.*

– *Si. Surprise. Ils ont mis de l'argent.*

– *Les Américains et la CIA ont financé le coup. Ils sont avec nous. Tu as eu une réunion avec eux ?*

– *Les Américains sont pour le No.*

LANGAGE ET POLITIQUE

« E lo mismo, son todas forma de comunismo » Luis Guzmán [7'20]

· *Qui le régime qualifiait-il de comunista ? Seulement les militants communistes ?*

· *Quels partis formaient la Concertation des partis pour le No ?*

· **Détaillez** les personnages centraux des deux camps.

ANALYSE DE L'AFFICHE ET DES SYMBOLES DE CAMPAGNE

Travaillez le motif de l'arc-en-ciel : à quel moment arrive-t-il dans le film ?

Que symbolise-t-il ?

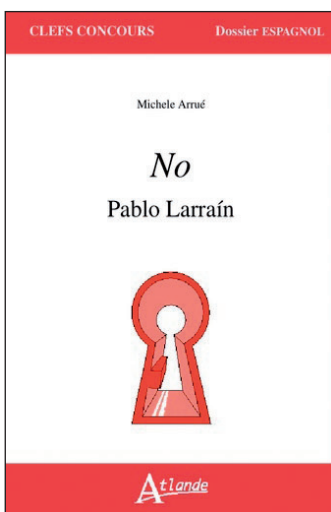
Explicitez sa symbolique (le calme après l'orage, la démocratie après la dictature) mais aussi son caractère politique (déclinaison de couleurs selon les partis politiques), et joyeux.

Quelles sont les idées que doivent transmettre les visuels de la campagne ?

Demandez aux élèves de résumer le processus créatif de la fabrication du « logo » de la campagne du No. Il s'agit davantage d'une construction publicitaire et commerciale que d'un discours politique structuré.



Des références pour aller plus loin



Bibliographie

Ouvrages

· **Michèle Arrué**, *No Pablo Larraín*, Clefs Concours Espagnol, éditions Atlande, 2016.

Livre de préparation à l'agrégation d'espagnol, une exégèse complète du film dans ses moindres détails. La référence pour tout savoir sur ce film riche.

· **Dominique Casimiro et Arnaud Duprat** (dir.), *Regards sur No*, Presses Universitaires de Rennes, 2017.

Revue

· **Pablo Berchenko**, « Pensée et discours politique dans le film *No* de Pablo Larraín », *Cahiers d'études romanes* 30, 2015, 399-417.

Une réflexion sur l'utilisation de la télévision comme moyen d'expression dans le film *No* : comment le contenu et la forme du discours télévisuel donnent sens à la campagne électorale.

Filmographie

Œuvres de Pablo Larraín

· **Tony Manero**, Chili, 2008, *Blaq Out*.

Un homme fasciné par le personnage de Travolta dans *La Fièvre du Samedi* Soir monte un spectacle. Obnubilé par son costume et sa danse, il ferme

les yeux sur la dictature qui règne autour de lui.

· **Santiago 73, Post Mortem**, 2010, Memento Films. Un médecin légiste est fasciné par sa voisine et ne réagit pas au coup d'État qui se déroule sous ses yeux. Ces deux films forment une trilogie autour de la



dictature, terminée par *No*. Mais il faut davantage les voir comme un dytique sur la cruauté et la bassesse dans un régime dictatorial. Les deux personnages principaux de ces films sont incarnés par Alfredo Castro, responsable de la campagne du Oui dans *No*.

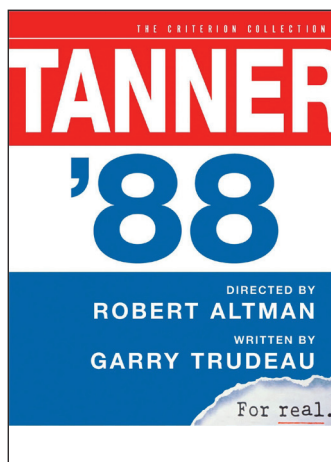
· **Neruda**, 2016, Wild Side. Larraín retrouve Gael García Bernal dans cette évocation

d'un épisode de la vie de Neruda dans le Chili pré-Pinochet. Plus poétique que ses précédents films, le rapport entre cinéma et histoire est également questionné. Luis Gnecco (responsable politique de la campagne du Non dans *No*) y incarne le poète chilien.

Fictions politiques à l'esthétique documentaire

· **Tanner '88** de Robert Altman, États-Unis, 1988, 11 épisodes – DVD Zone 1 édité chez Criterion ou film disponible sur Amazon Prime.

En 1988, le réalisateur Robert Altman et le cartoonist lauréat du Prix Pulitzer, Garry Trudeau, créent un candidat fictif à l'élection présidentielle et présentent la campagne comme un mélange entre un journal télévisé et un soap opera. Une œuvre majeure et critique de la dictature



de l'image dans le monde politique.

Dossiers pédagogiques

· « *No* », dossier pédagogique rédigé par Susana Arbizu pour Zérodeconduite.net. De nombreuses activités en espagnol pour accompagner le film, avant et après la projection.

Sur le site de Zérodeconduite, vous pourrez également trouver trois articles remarquables :
- Un entretien avec Pablo Larraín : « Appliquer les logiques de la publicité et de la communication au message politique est devenu une méthode contemporaine et universelle »

- Un entretien avec l'historienne Renée Fregosi : « L'histoire romanesque de ce publicitaire est belle mais les ressorts de la victoire du non lors du référendum de 1988 furent évidemment plus complexes »
- Une critique du film par Vital Philippot « *No* : la démocratie fille de pub »

Si vous souhaitez utiliser d'autres ressources en espagnol, vous pouvez utiliser le V.O.Scope, le supplément cinéma de *Vocable* autour du film. »

Ciné-Dossiers

Sur le Chili

- **Mon ami Machuca**
- **Salvador Allende**
- **Missing**, porté disparu

Ciné-dossier rédigé par **Victor Courgeon**, chargé du développement des publics jeunes, membre du groupe pédagogique du Festival du film d'histoire.