30. april 2015

Pablo Larraíns *No* og TV-mediets estetikk

Skrevet av Fabrizio Cilento



Pablo Larraíns *No* (2012) er et Janus-ansikt av en film, dokumentar og interpretasjon. Filmen rekonstruerer hendelsene rundt folkeavstemningen i Chile i 1988 gjennom øynene til den fiktive karakteren René Saavedra, en reklameagent som er innleid for å lage en TV-kampanje som skal gjøre slutt på General Augusto Pinochets styre.[1] Larraíns bruk av videoteknologi fra perioden (utdatert U-matic 3:4) gir inntrykk av at hendelsene ble filmet etter hvert som de fant sted. Resultatet er det jeg refererer til som «fiksjonalisert dokumentar», dvs. en film som blander arkivdokumenter fra TV med regisserte scener som rekonstruerer de virkelige hendelsene på en slik måte at det endelige resultatet ser ut som en reportasje.

Dersom man hadde laget en film ved å kombinere dagens teknologier med eksisterende analoge opptak fra kampanjen (som utgjør ca. 30% av filmen), ville man endt opp med en ujevn stil. For å gi verket sitt en kreativ enhet, produserer Larraín slik et “dokumentaraktig, ideelt opptak” som gir filmen et skinn av virkelighetsnærhet og reflekterer den visuelle kulturen under dette historiske

asdada

aasd

vendepunktet for landet sitt. Som regissøren erklærte, “min illusjon brister når jeg ser på en film som er filmet i høy oppløsning og det klippes til arkivopptak som er gjort i video eller på slitte filmruller. Vi var i stand til å skape illusjonen på en slik måte at fiksjon ble dokumentar og dokumentar ble fiksjon” (Wilkinson, 3). Larraíns visuelle reproduksjon av periodens estetikk er så overbevisente at det ved første øyekast er vanskelig å peke ut hvilke scenere som er blitt filmet i det nye milenniet. Han tar i bruk teknikker som overmettede farger, myk belysning, og en overveldende bruk av close-ups og normalperspektiv.[2] De to store bokstavene i tittelen “NO” fremstår ute av fokus i åpningssekvensen, som også teksten som deretter oppgir de historiske faktaene: “I 1973 iverksatte Chiles militærstyrker et kupp mot President Salvador Allende og General Augusto Pinochet tok kontroll over regjeringen. Etter 15 års diktatur, opplevde Pinochet økende internasjonalt press om å legitimere sitt regime» (FIG. 1-2). Hele prosjektet er konsistent med dette “tåkeleggingen”, siden magnetisk video ikke reproduserer ekstreme kontraster mellom lys og mørke på noen effektiv måte, og raskt gjør dem hvite. Larraín er fascinert over den ekspressive kvaliteten til denne ufrivillige effekten, som han bruker til å eksternalisere de tvetydige indre motivasjonene hos sine karakterer. I sin tur reflekterer dette tvetydigheten i perioden da de levde. Dette er et sterkt signal som filmen har gjort til sin fremste oppgave, nemlig å jobbe med og utvikle materialet fra innsiden, snarere enn å gi en direkte fortolkning av arkivopptakene.

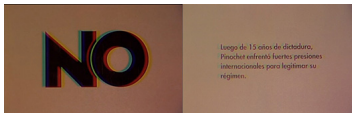


Fig. 1-2.

Det osmotiske forholdet mellom fiksjon og dokumentar avslører hvordan bildene som er tatt i forbindelse med valget, og de som Saavedra lager i kommersiell hensikt, er uløselig knyttet til hverandre. Av denne grunn er de metafiksjonelle sekvensene avgjørende for å forstå filmen, siden det er gjennom disse at hovedpersonen utarbeider sine egne TV-innslag for oss, og bruker nøyaktig den samme setningen for å fremme tre svært forskjellige reklamekampanjer: “Det som du nå vil få se er på

Phoca PDF

asdada

aasd

linje med den aktuelle sosiale konteksten. I dag, tross alt, tenker Chile på sin fremtid". Han bruker slagordet i åpningssekvensen for å selge en Free Cola-reklame, senere til å overbevise medlemmer av opposisjonen om å godkjenne anti-Pinochet-kampanjen sin, basert på en imaginær ide om lykke, og på slutten av filmen for å markedsføre en såpeopera av typen *Glamour*, med et klipp av modeller som poserer på toppen av en skyskraper mens et helikopter nærmer seg. Som denne korte beskrivelsen antyder, er filmens struktur symmetrisk (den begynner og slutter med reklamebilder for merkevarene til støre konserner), med Saavedras mantra om Chiles fremtid som en rammefortelling som på et vis sprenger det politiske narrativet i sentrum av filmen, og i stedet antyder en provoserende kontinuitet mellom militærperioden og de aggressive nyliberalistiske bølgene som fulgte den.[3] Slik har repetisjonen av den samme setningen i filmen en konseptuell så vel som en strukturell verdi.

I No-kampanjen hang idealisme, opprør og markedsføring briljant sammen. Sosialt engasjement fremstår som reklame, men reklamen er også en form for sosialt engasjement. Og resultatet er svimlende. Larraín velger bevisst å omstrukturere valgte fakta og blir oppildnet av impulsen til å representere dette overgangsøyeblikket hvor den chilenske opposisjonen omfavnet en kommunikasjonsstil som var typisk for kapitalismen i I-landene, som historisk sett hadde virket som et undertrykkelsesinstrument overfor den lokale befolkningen. Som Benson-Allotthar skrevet, ved å gjøre dette, "[skaper] Larraín en estetikk som er egnet til å kritisere fjerningen av Pinochet ved hjelp av de samme, overflatiske kapitalistiske prinsippene som han bidro til å introdusere i Chile»(61).

Snarere enn å fokusere på den sosiale urettferdigheten som regimet stod for, understreket Saavedra og temet hans idet de lanserte No-kampanjen, de mulighetene som en demokratisk endring ville tilby. De omfavnet lykke-retorikken, som eksemplifisert av opningssangen "Chile, gleden kommer" ("jeg vil ha en kjenningsmelodi" sier Saavedra, "ikke kunst, ikke folkemusikk eller pop eller rock"), og en regnbuelogo som symboliserer de forskjellige strømningene på venstresiden som jobber sammen i harmoni. Etter dette hadde man *No-ticias,* en liten samling småprat-intervjuer med opposisjonsledere eller folk som stemte Nei, og en samling reklamer, klippet sammen til et femten minutter langt program. Medlemmene i No-kampanjen gjorde det beste ut av sin begrensede tid, og introduserte en estetikk med korte, hurtige klipp

Phoca PDF

asdada
til de små, chilenske TV-skjermene. De uttrykte poengene gjennom
aasd
velkjente, humoristiske sketsjer og karakterer - slik fremsto de underholdende bildene som et letthetens øyeblikk i midten av den daglige propagandaens uavbrutte monotoni.

Til tross for reguleringen fra et mektig system for intern sensur og til tross for dens tilsynelatende ufarlige enkelhet, resirkulerte No-kampanjen TV-mediets eget språk, drama, avant-garde-grafikk, animasjon, didaktisk dokumentar, ja til og med høymodernistiske filmer, og ble på denne måten et av de mest suksessrike programmene på TV. En frigjørende latter og et overbevist blikk mot fremtiden bidro til å destruere det negative bildet som Pinochet hadde laget av en inkompetent og voldelig opposisjon, og samtidig til å demystifisere Pinochets aura av usårbarhet, gjennom respektløshet og syrlig sarkasme.

Den generelle lekenheten i kampanjen dannet et generasjonsbrudd i *Franja de propaganda electoral*, den organiserte opposisjonen som regjeringen hadde konstruert for å skape inntrykk av en reell, legitime folkeavstemning i øynene til det internasjonale samfunnet. Saavedras bruker i stor grad cinematiske effekter, og fotograferingen, musikken og klippingen er både sofistikert og demonstrativ. Prisen å betale for å fange massepublikumets oppmerksomhet var imidlertid at noen av prinsippene som historisk hadde skapt grobunn for motstand mot Pinochet, forble utenfor skjermen. Avgjørende spørsmål som fattigdom, helse, undertrykkelse, kriminalitet, boligpolitikk, eksil og tortur ble kun tematisert indirekte gjennom musikalske, humoristiske sketsjer, og tilnærmet med forsiktighet og symbolikk (Hirmas, 90). Dette valget var kontroversielt. Eldre medlemmer trodde ikke at regjeringen ville tillate en eventuell seier, og anså derfor kampanjen bare som et instrument for politisk avstandstaken. Den kortvarige tilgangen til nasjonale media var en mulighet til å anerkjenne de som hadde blitt torturert eller som hadde forsvunnet under regimet. Etter å ha sett en demo av noen av de mer «realistiske» reklamefilmene som hadde blitt til under oppsyn av de militante medlemmene, står Saavedra ved skjermen og kommenterer hvor ubrukelig og utilstrekkelig strategien deres er. Han nøytraliserer deres tilnærming ved uengasjert å ytre at for han virker det gøy med demokrati, og at han ble svært rørt av bildene, men at en kampanje basert på sosial urett, enkelt og greit aldri ville “selge”. Reklamespråket blir en trojansk hest som skal infiltrere regimet, og strategien for å selge demokrati som et lykkelig produkt, blir til slutt en måte å overgå en ytre høyre-regjering på, på selve

Phoca PDF

asdada
høyresiden; å slå dem på hjemmebane. Saavedra antyder at korte
aasd
reklamer basert på dokumentaristisk umiddelbarhet og en fenomenologisk tilnærming til virkeligheten – som et ekko av *The Battle of Chile* (Patricio Guzman, 1975–1979) – ikke ville være nok til å vinne flere stemmer. Han er klar over at denne gangen er ikke slaget kjempet med geværer (eller med kameraer som fordømmelsesvåpen), men innenfor populære forestillinger, slik de dannes av TV-mediet. not be sufficient to gain more votes. Men tilsyvende og sist blir likevel det demokratiet som kampanjen kjemper for, et konsum-demokrati, som beveger seg mot reklamemønstre i typisk amerikansk stil, de perverse og frekt humoristiske melodramaene i såpeopera-gullrekka. (Dargis, 3).

Saavedra går gjennom dette angstfremkallende dilemmaet i sitt private liv også. Det er viktig å betrakte disse parallelle narrativene i sammenheng med hverandre for å fullt ut forstå *No.* Selv om filmen ikke gir noen klar bakgrunn, får man en følelse av at krisen i ekteskapet hans var generert av den samme konflikten mellom å ofre seg med verdighet, og å ofre seg radikalt for å greie å overkaste regimet. Konen hans Verónica blir slått og arrestert av militæret to ganger i løpet av filmen. Som motsetning til henne, etter å ha dratt i eksil i Mexico, returnerer Saavedra til hjemlandet sitt og blir integrert på nytt gjennom en sjefsstilling, der han jobber side om side med mektige selskaper og høytstående administrative funksjonærer. Selv om Verónica fortsatt er tiltrukket av sin mann, har man følelsen av at hun ikke fullt ut klarer å svelge hans valg om å gi avkall på sin ideologi for i stedet å arbeide innenfor systemet, selv om de har det samme, felles målet. Som konsekvens, møtes de to kun sporadisk, når det er i deres unge sønns interesse.

Dessuten ser vi at den nå fremgangsrike Saavedra, etter å ha forpliktet seg til kampanjen, samtidig jobber med reklame for en mikrobølgeovn, et hjemlig apparat som med sitt boksaktige utseende og sorte forside ligner veldig på TV-apparatet. Settet for reklamen er et gjennomdesignet kjøkken hvor en modell/ hushjelp er opptatt med hygienisk og smertefri matlaging. (FIG. 3).

Phoca PDF

asdada

a



Fig. 3.

Saavedra blir fascinert av dette siste nye innen hjemmets teknologi, og tar med seg en mikrobølgeovn hjem til sitt eget hus, ute av stand til å skille mellom sin arbeidsplass (TV-studioet) og sitt rasjonaliserte hjem. Han tilbereder middag til sønnen mens han kommenterer hvor fort og effektivt mikrobølgeovnen kan varme opp mat (FIG. 4-5). Både en mikrobølgeovn og et TV-apparat fungerer takket være elektromagnetisk stråling. Den ene får polariserte molekyler i maten til å rotere og bygge opp termoenergi, med en angivelig negativ effekt på næringsstoffene i maten. Bølgene fra kampanjen som TV-apparatet propagerer påvirker på lignende måte vårt nervesystem og vår psykologiske resepsjon av politiske budskap. På en elegant måte forhindrer de radikal politikk og gir opposisjonen en ny, «opptinet», ferdigpakket forestillingsverden. Mikrobølgeovnen representerer dessuten et symptom på at hverdagslivet aksellererer (behovet for å begrense tiden som går med til matlaging for å kunne øke produktiviteten på arbeid), og at businessverdenens rytmer og filosofi utfordrer den anakronistiske ideen om et rolig liv i hjemmet. Det vidstrakte inntoget av amerikansk livsstil i hjemlige interiører kan bare skje ved en samtidig fjerning av militarismen og avvisning av sosialismen (Allende-tiden), hvis ideologiske apparat fremstår som en støvete arkaisk levning som ikke har noen plass i Chiles moderne identitet, som er basert på den frie sirkulasjonen av teknologibaserte produkter som kan varme opp maten i det lille tidsrommet av en TV-reklame.



Fig. 4-5

Phoca PDF

asdada

aasd

Slik den ble til i denne settingen, har No-kampanjen avgjørende betydning, og er på sin egen måte et mesterverk fordi den er målrettet formet for å treffe de som ikke har bestemt seg (for det meste kvinner og unge mennesker); fordi den definerte velgernes problemer, målsetninger og forventninger, der den sorsonet fortid og fremtid innen den endeløse nåtiden av televisuell «real time». Regimet truer Saavedra gjentatte ganger, men oppfører seg ikke på den gammeldagse måten ved å torturere og/ eller kidnappe ham, for når det kommer til stykket har en figur som han en funksjon innen den nye økonomien. Det er et behov for å gi de nye generasjonene tilgang til fri kommunikasjon, «rydde opp» i alle parabolantennene og gradvis forandre alle TV-sendinger slik at chilenere skal kjenne til det livet de «bare må» leve, med absolutt klarhet og utvilsomhet. Larraíns film synliggjør en dynamikk som landet hans er klar til å omfavne etter tiår med undertrykkelse som er usynlig for det blotte øye (igjen, dette er grunnen til at vi ser bokstavene «NO» og de historiske faktaene i begynnelsen av filmen i et bifokalt perspektiv). Så når det kommer til stykket, er det ikke overraskende av majoriteten av lederne velger å følge ideen om en myk kampanje, og nedtone det ideologiske innholdet og de sosiopolitiske spørsmålene, for i stedet å tematisere dem indirekte gjennom en polert estetikk.

Ja-kampanjen hadde en tilsvarende lang sendetid, men de hadde også «resten av dagen» som Saavedra sier det. Pinochet lærte hvordan han skulle bruke nye medier til sin egen fordel, og engasjerte seg i fjernsynssendte pressekonferanser der han forførte et stort antall tilskuere ved å se direkte inn i kamera. Populariteten hans passer ofte inn i den høyrevridde stereotypen av militær effektivitet og gestaltningen av patriotisk mot. I sine budskaper minner han de som anklager han for å være fascist om at er tvunget til å bruke full politimakt og gå utenfor lovens grenser for stoppe nettverket av terrorister. Pinochet forteller på spørsmål fra journalister at hvis folk insisterer på å holde Chile fri fra sosialismen, så må den offentlige opinionen akseptere de nødvendige konsekvensene av dette. Derfor stilen som militærkommandant, som er mer opptatt av resultater enn av hierarkier. Den mest åpenbare underteksten i Pinochets tale er ideen om at chilenske oberster på sett og vis er mer maskuline enn deres sivile paralleller, samt de liberale journalistene og intellektuelle som utfordrer deres politiske standpunkter. Virilitet

Phoca PDF

asdada

formidles visuelt gjennom parader hvor Pinochets fysiske helse blir opphøyd gjennom hans uforlignelige uniform, som fremhever skuldrene. Han viser seg ofte omringet av barn, noe som menneskeliggjør han samtidig som han blir assosiert med ideen om farskap. Pinochet, som gjør alle mulige forsøk på å bryte med den konvensjonelle krigstypen som en gal/ sadistisk oberst foran kamera, fremstår likevel som fast bestemt på å overvinne sine fiender, med alle nødvendige midler. Umiddelbart etter bildet av Pinochet, klipper imidlertid Larraín til den gruvekkende realiteten i regimet, med flere scener av undertrykkelse og arrestasjoner. Denne brå sammenstillingen gir oss en idé om hans dialektiske metode for å illustrere hendelser. Opprørsscenen, der Saavedra blir banket opp og kona hans blir arrestert på nytt, tydeliggjør den moralske fordømmelsen av diktaturet.

aasd

Mot slutten av filmen demonstrerer Saavedra en viss mangel av lidenskap for landets fremtid og deltar ikke i den jublende folkemengden i Santiagos gater for å feire den historiske seieren som han bidro så mye for å få til. Tvert imot forholder han seg uberørt og distansert. Dette er et tegn på hovedpersonens økende desillusjon mht. arbeidet sitt og bevisstheten om det sosiopolitiske vakuumet han bidro til å skape. Han bærer på sin sønn, som bare ønsker å ta en lur på skulderen hans, et tegn på at Saavedra mislyktes i å overføre en følelse av samfunnsengasjement til fremtidens generasjoner (FIG. 6). Ved å ta i bruk en fengende låt og sprudlende humor, vant Nei-kampanjen, men dens lovnader var basert på en generell forestilling om lykke som ikke hadde noen rot i virkeligheten. For ham ville det å slutte seg til mengden bety å feire det øyeblikket hvor politisk aktivisme ble omgjort til markedsføring, og å nærme seg en fredelig, ikke-voldelig revolusjon som om det var bare en hvilken som helst visuell artefakt.



Fig. 6

Phoca PDF

asdada

aasd

Den største kritikerkontroversen rundt filmen *No* dreier seg om dens angivelige upartiskhet: Selv om den ikke er en gjenskaping av virkeligheten, men snarere en refleksjon av dens årsaker, er det en stor tvetydighet i filmen mellom det som presenteres som basert på historiske bevis og det som er ideologi maskert som objektivitet. *No* har blitt kritisert av de som adopterer "myten" om historisk korrekthet som kriterium å måle seg mot. Etter deres mening, gir ikke Larraín noen rekonstruksjon av opposisjonen og dens rolle, eller noen politisk eller sosiologisk adekvat representasjon av kampanjelederne i Chile,[4] men velger i stedet å skape en fiksjonell, heroisk outsider.[5] Mens denne kritikken fremhever en muligens uunngåelig overflatiskhet i Larraíns analysy, er kravet om rigid trofasthet til faktiske detaljer en misforståelse av filmens fiksjonaliserte dokumentarisme. Det er åpenbart at selv den mest rigorøse dokumentarformen ville innebære uunngåelige subjektive representasjonskriterier og en synsvinkel, men dessuten er noe av verdien i *No* dens evne til å katalysere en større historisk diskusjon om demokratiseringsprosessen og å stille større spørsmål om muligheten til relasjoner mellom Chile og Nord-Amerika som ikke er basert på frykt, kulturimperialisme og rasediskriminering.

Filmens tematiske kjerne har overgått ikke bare den kontingente chilenske situasjonen som filmen beskriver, men også tradisjonelt definerte "politiske" kategorier som høyre/ venstre, privat/ offentlig, absolutisme/ demokrati, som kritikere på ulike måter har plassert filmen i. Gjennom de mange timene intervjuer med aktivister og den chilenske befolkningen, var regissøren i stand til å fange stemningen rundt No-kampanjen på lerret. Takket være denne hengivenheten til et verk som fremsto som en dokumentar og gav inntrykk av sannhet, var han faktisk i stand til å fange opp noen av de elementene som, selv om de ikke virket essensielle under samtidens fortolkning, i dagens tilbakeblikk stadig får økt betydning.

Phoca PDF

asdada

aasd

Fabrizio Cilento er Assistant Professor i Film & Digitale Medier ved Messiah College (PA). Han har en Phd-grad i litteraturvitenskap (program for filmstudier) fra University of Washington, 2010, og har bidratt i tidsskrifter som Fast Capitalism, The Arizona Journal of Hispanic, Cultural Studies, California Italian Studies, og Teorijia in praksa.

---

[1] Ved å stemme Ja ville man støtte Pinochets presidentkandidatur for åtte nye år, mens et Nei betydde at det skulle holdes demokratiske valg innen et år. Den politiske opposisjonen til regimet vant, med 54,7% Nei-stemmer.

[2] Larraín startet sin karriere med å lage reklamer for TV og i 2011 regisserte han TV-serien *Prófugos*, som ble distribuert *av* HBO Latin America. Begge disse erfaringene var avgjørende med tanke på hans evne til å bruke arkivmateriale, samt den bevisstheten om TV-mediets logikk som han fremviser i *No*.

[3] I begynnelsen av filmen ser vi at Saavedras sjef, Lucho Guzmán, har forbindelser til Pinochet-regimet, og sterkt misliker at han skal samarbeide med Nei-kampanjen. Derfor rapporterer han Saavedras aktiviteter til sine overordnede, som tyr til trakassering og trusler, som vandalisme og inntrengning i hovedpersonens hjem. Derimot ser vi at Saavedra og Guzmán fortsatt jobber sammen etter valget, under det demokratiske styret, om å promottere den tidligere nevnte såpeoperaen.

Phoca PDF

asdada

[4] Ikke minst sa Genaro Arriagada, regissøren bak No-kampanjen: "Filmen er en enorm overforenkling uten rot i virkeligheten. Ideen om at, etter femten års diktatur i et politisk sofistikert land med en sterk fagforenings- og studentbevegelse, så skal plutslig denne meksikanske reklamemannen komme inn på skateboard og si "Mine herrer, det er slik dere må gjøre det" – det er en karikatur." (Rohter, 2). På lignende måte skrev Francisco Vidal, statsråd i to nylige sosialistregjeringer, på sin Twitter-konto: “Å tro at Pinochet tapte valget på grunn av en TV-logo og en jingle er å totalt mangle forståelse av det som skjedde." Arriagada diskuterte også skillet mellom hendelsene i det virkelige liv og i filmen med Olga Khazan *på The Atlantic*.

aasd

[5]*No* er en løs adaptasjon av *The Plebiscite*, et teaterstykke av Antonio Skármeta. Det var her den fiksjonelle karakteren Saavedra først ble skapt, ved å blande sammen karakteristika ved to forskjellige virkelige personer som jobbet for kampanjen.

Bibliografi

Benson-Allott, Caetlin. “An Illusion Appropriate to the Conditions: *No* (Pablo Larraín, 2012).” *Film Quarterly*, 66.3 (Spring 2013), 61-63. Print.

Dargis, Manohla. "Try Freedom: Less Filling! Tastes Great! ‘No,’ With Gael García Bernal." *The New York Times*

http://www.nytimes.com/2013/02/15/movies/no-with-gael-garcia-bernal.html?_r=0

Phoca PDF

asdada

aasd

Hirmas, María Eugenia. “The Chilean Case: Television in the 1988 Plebiscite.” *Television, Politics, and the Transition to Democracy in Latin America*. Ed. Thomas E. Skidmore. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1993, 83-96. Print.

Khazan, Olga. "4 Things the Movie 'NO' Left Out About Real-Life Chile." *The Atlantic*

http://www.theatlantic.com/international/archive/2013/03/4-things-the-movie-no-left-out-about-real-life-chile/274491/

Rohter, Larry. "One Prism on the Undoing of Pinochet: Oscar-Nominated ‘No’ Stirring Debate in Chile." *The New York Times*

http://www.nytimes.com/2013/02/10/movies/oscar-nominated-no-stirring-debate-in-chile.html?pagewanted=all

Wilkinson, Amber.‘‘Man in the No.’’ *Eye for Film*

http://www.eyeforfilm.co.uk/feature/2013-02-07-pablo-larrain-talks-about-his-oscar-nominated-film-no-feature-story-by-amber-wilkinson>.

Phoca PDF