

Petra Gajžler

»Ne!« Pinochetovi diktaturi

Režiser Pablo Larraín, ki sicer prihaja iz politično desničarske družine in je bil na ta račun deležen kar nekaj očitkov v zvezi s svojimi filmi, ki se kritično lotevajo Pinochetove diktature, je s svojim zadnjim filmom, *Ne!* (No, 2012), sklenil filmsko trilogijo, ki skozi različne perspektive reflektira 15-letno obdobje kršenja človekovih pravic in ekonomskega neoliberalizma, ki ga je Pinochet pod vodstvom Milтона Friedmana in njegovih čikaških fantov načrtno uvozil iz ZDA. V prvem filmu, *Tony Manero* (2008), se srečamo s serijskim morilcem Raúlom (Alfredo Castro), ki si na vsak način želi zmagati v tekmovanju imitatorjev naslovnega disko kralja (John Travolta) iz filma *Vročica sobotne noči* (Saturday Night Fever, 1977, John Badham). Raúl, ki psihopatsko sledi svoji želji skozi neprestano in raznoliko izpopolnjevanje, živi v simptomatskem zanikanju nasilja policijskih in vojaških patrulj nad disidenti, ki jih vsakodnevno srečuje na ulicah Čila. Pred realnostjo se skozi filmski lik zateka v svet ameriškega blišča in slave. V drugem filmu *Post mortem* (2010), imamo prav tako protagonista z distanco do krvave resničnosti, ki je posledica Pinochetovega državnega udara proti takratnemu predsedniku Allendeju. Mario (zopet odličen Alfredo Castro) je javni uslužbenec, ki dela kot asistent mrliškega oglednika in s popolno apatijo spremlja vedno večji kup trupel, ki zaradi vojaškega nasilja nastaja v mrtvašnici. Čustveno se vznemiri le ob burleskni plesalki Nancy (Antonia Zegers),

ki skrivnostno izgine med udarom in se spet pojavi po končnem predsednikovem padcu.

Zadnji del Pinochetove trilogije postavi dogajanje v leto 1988, ko so Čilenci na mednarodno induciranem plebiscitu odločali o tem, ali naj Pinochet podaljša svoj predsedniški mandat še za 8 let ali ne. V času pred referendumom sta svoje volivce poskušali prepričati Pinochetova stran in izjemoma tudi opozicija, ki je lahko po zaslugi pritiskov iz tujine izvajala javno politično propagando proti Pinochetu in zmagala. V filmu, ki bi ga lahko žanrsko uvrstili v politični triler z ravno pravo mero črnega humorja, se skozi arhivske posnetke in perspektivo mladega oglaševalca Renéja (Gael García Bernal) seznamimo s *pro et contra* politično propagando, ki se je v obliki 15-minutnih videoprispevkov mesec pred referendumom odvijala na televizijskih zaslonih. René, ki v prvi sekvenci s svojo samozvestno predstavitvijo oglasa pred naročniki asociira na čilsko verzijo Dona Draperja (*Oglaševalci* [Man Men, 2007–]), sprejme povabilo opozicijskih strank k sodelovanju pri ustvarjanju propagandnega materiala, s pomočjo katerega jim je na svojo stran uspelo dobiti neodločene volivce in zmagati.

René, ki je odraščal v obdobju Pinocheta, je bil že v mladosti umeščen v simbolni red neoliberalnega kapitalizma. Zdi se, da uživa sadove uvoženega ameriškega

sistema, kar implicira njegova vožnja s skejtom, hkrati pa ima uvid v njegove mehanizme, ki jih s pridom izkorišča pri podajanju subliminalnih potrošniških sporočil pri oglaševanju. Čilensko kokakolo *Free* je namreč oglaševal preko simbolov mladosti, poguma in svobode in ne s poudarjanjem njene primarne uporabne vrednosti. René je tako kot prvak odnosov z javnostjo in glavni manipulator potrošniške ameriške množice Edward Bernays,¹ ki je bil med drugim Freudov nečak in je svoje znanje psihoanalize dobro unovčil pri velikih korporacijah in političnih veljakah, to isto logiko oglaševanja potrošnega blaga prenesel na politično propagando. V četrturnem filmu je namreč namesto predlaganih posnetkov resničnih nasilnih akcij vojaškega in policijskega represivnega aparata za dvig ozaveščenosti državljanov o grozotah, ki se dogajajo v Čilu, vključil idealizirane, že skoraj kičaste in amerikanizirane podobe srečnega življenja s sloganom in z nalezljivo pesmijo »Čile, sreča prihaja« (*Chile, la alegría ya viene*).

1 Njegova prva večja in tudi ena najslavnejših propagandnih akcij je bila leta 1929, ko je z rušenjem družbenega tabuja ženskega kajenja v javnosti pomagal tobačni industriji dvigniti prodajo. Najel je manekenke, ki so si v New Yorku na velikonočni paradi prižgale »bakle svobode«, kot jih je imenoval Bernays. Dokumentiran dogodek je lansiral v novice, ki so bile po Bernaysovem mnenju še boljši medij za prenašanje sporočila kot oglasi. Za tako vrsto oglaševanja se na koncu filma *Ne!* odloči tudi René pri promociji nove nadaljevanke.

René je zadel pravo vrednoto, ki se je rojevala v potrošniški družbi v Čilu, srečo oziroma veselje, ki pa je skrajno individualizirano in zato zajame najširšo možno populacijo.² Paradoks, ki na koncu neizbežno nastopi, na kar v različnih intervjujih večkrat poudarjata tudi režiser in glavni igralec, je dejstvo, da je bil Pinochet poražen s sredstvi kapitalističnega sistema, ki jih je ob nastopu vladanja sam vsilil, to sta svobodni trg in potrošništvo. Slednje funkcionira predvsem skozi produkcijo želja in ob začasni zadovoljitvi le-teh nudi lažen občutek sreče, ki zamegli pogled na realnost. Potrošnja deluje predvsem v polju nezavednega, kar daje kapitalističnemu sistemu popolni nadzor nad neumni množicami, kot jih je imel navado imenovati Bernays. René je kot profesionalni oglaševalec novih, predvsem ameriških izdelkov v referendumski kampanji znal bolje izkoristiti to dejstvo, čeprav so mu politični kolegi sprva očitali, da je takšna kampanja potrjevalna kampanja, ker temelji na kapitalističnih principih prikazovanja iluzornih podob. In prav s tem je Renéju samo s 15 minutami na dan v mesecu dni uspelo na trženjsko uspešen način obrniti vpliv medijev v svoj prid in izvesti nenasilno revolucijo, ki je sicer odnesla diktatorja in njegov ultrarepresiven režim, ne pa tudi kapitalističnega sistema, ki ga je kontrakampanja na nek način paradoksalno afirmirala. Ta paradoks je lepo ujet tudi v Renéjevi mantri pred vsakim predvajanjem oglasom, ki se sicer prvič in drugič v filmu sliši kot navadna floskula, vendar pa ob razvoju dogodkov začne pridobivati na teži: »To, kar boste videli, je v skladu s trenutnim družbenim kontekstom. Danes Čile misli na svojo prihodnost.«

»Revolucija« je v filmu doletela tudi tehniko snemanja. Pablo Larraín se je namreč odločil, da bo film posnel z analogno U-matic kamero, ki jo je v 70. letih prvi izdelal Sony in se je v 80. letih veliko uporabljala za snemanje televizijskih prispevkov. Rezultat takšne snemalne tehnike je zabrisana meja med arhivskimi posnetki, ki so bili posneti s takim tipom

² Podoben tip z upanjem navdahnjene propagande si je izbrala tudi PR-ekipa ameriškega predsedniškega kandidata Obame. Zmagovalni slogan »Da, zmoremo!« (»Yes We Can«) je slehernemu Američanu vlil upanje, da zmore vse, tudi tisto, kar je nemogoče, ter zadovoljil svoj narcistični Jaz.



kamere, in fikcijo, zaradi česar se iluzija, ki jo ustvarja film, ne pretrga na oster način, kot bi se sicer, ampak nas šele čez kratek čas, če sploh, prisili k premisleku, ali gledamo dokumentirano resničnost, ki bi naj obsegala slabo tretjino filma, ali zgolj njeno fiksijsko konstrukcijo. Dvakrat režiser celo sam očitno nakaže preskok fikcije v arhivski posnetek. Ko v filmu snemajo propagandni film, se namreč pred kamero pojavi protagonist napovedovalec novic, ki ga še v istem kadru pokaže na arhivskem posnetku, kjer je opazno mlajši. Skozi ta posnetek se v filmu sproži moment filmske samorefleksije, kar se tiče odnosa med arhivskimi posnetki in fikcijo. Posledice snemanja z analogno kamero U-matic je tresoča in zamegljena slika, še posebej pri srednjih in splošnih planih. V kadrih večinoma manjka kompozicija, saj se igralci niso načrtno prilagajali kameri, ampak se je kamera njim. Nekajkrat

režiser kamero obrne tudi proti soncu za daljši čas. Takšna (ne)estetika da filmu nizkopračunski pridih, ki podkrepi gverilski način dela opozicijske ekipe, v katerega jo prisilijo tudi razmere v državi in stalna ustrahovanja Pinochetovih uslužbencev. Ročna drža kamere, sledenje igralcem med premikanjem in netočni kadri pa gledalca intenzivneje vržejo v dogajanje, filmu pa dajo dokumentaristični pridih, zaradi česar se fikcija še lažje zlije z arhivskimi posnetki.

Nel, ki se je letos uvrstil med nominirance za nagrado oskar za najboljši tujejezični film, je stilsko anahronistično inovativen film in v prvi vrsti odličen prikaz medijskega diskurza v Pinochetovem obdobju, okuženem z manipulativno politično propagando, ki skuša predvsem ustreči volivcu, pa četudi je z upogibanjem načel sama s sabo v nasprotju.

