



DOSSIER PÉDAGOGIQUE

CRÉDITS

Dossier pédagogique rédigé par Susana Arbizu, professeure d'espagnol, pour Zérodeconduite.net, en partenariat avec Wild Bunch Distribution.

Crédits photo : © Fabula. Photo : Tomas Dittborn

Zéro de conduite.net

www.zerodeconduite.net / Contact : info@zerodeconduite.net / 01 40 34 92 08

NB : Le corrigé des exercices est réservé aux enseignants membres du Club Zérodeconduite.net.

Inscription libre et gratuite sur : <http://www.zerodeconduite.net/club>

SOMMAIRE DU DOSSIER

Introduction	p. 3
Dans les programmes	p. 4
Fiche technique du film	p. 5
■ Activités avant le film	p. 6
■ Activités après le film	p. 10
Publicidad y Política /Política y publicidad	p. 10
Los años 80 en Chile : ...	p. 22
El final de la película	p. 27
■ Otras pistas	p. 30
Sitographie	p. 33

INTRODUCTION

Avec **No**, troisième volet de sa trilogie autour de la dictature chilienne, Pablo Larraín nous fait revivre les coulisses de la campagne menée par l'opposition démocratique contre Pinochet, lors du référendum organisé en 1988, sous la pression internationale, pour interroger les Chiliens sur la continuité du régime. Au premier abord, le film semble occuper une place à part dans le triptyque élaboré par Larraín autour de la dictature du général Pinochet. Par son esthétique vintage s'inspirant des codes de l'image TV des années 80 (le film a été tourné dans le format de l'époque), son rythme et son atmosphère en apparence jubilatoire, **No** est un objet filmique qui semble tourner le dos aux plus torturés et labyrinthiques **Tony Manero** (2008) et **Santiago 73 Post Mortem** (2010).

C'est qu'ici on assiste au renversement du lourd et oppressant contexte dictatorial à l'œuvre dans les précédents opus, sous les coups de boutoirs d'une campagne qui surfe sur l'idée du bonheur pour tous : les vents de la liberté s'engouffrent dans les rues de Santiago et laissent place à l'épopée collective qui donne au film cette aura de légèreté. Le cœur du spectateur battraient bien au rythme de la catharsis joyeuse et de l'espoir qui gagnent les personnages du film, au fur et à mesure que la victoire sur le vieux tyran se dessine, si ce n'était que, progressivement, quelque chose se mettait à nous tarauder dans le dispositif du film.

Sous ses apparences optimiste, **No** distille en réalité un désenchantement qui vient éclairer ces folles journées de 88 avec la distance que permettent les vingt-cinq années qui séparent le film des événements racontés. Les zones d'ombres se dessinent ici sous les projecteurs et la surexposition lumineuse propre à l'esthétique publicitaire, qui relègue dans l'oubli collectif les victimes de la répression et les exactions commises par les militaires. L'utopie politique cède le pas au mirage publicitaire, à la construction d'un spectacle du bonheur auquel adhère un peuple en manque de liberté. En ce sens, **No** est un film beaucoup plus mélancolique et profond (à l'instar des contradictions et de la solitude de son personnage principal) que sa forme ne le laisserait penser au premier abord. Au-delà du joyeux changement démocratique qu'il met en scène, Pablo Larraín s'interroge sur la portée de l'événement et ses implications, pour en souligner les limites et mener ainsi une réflexion d'ordre plus politique sur le destin de son pays pris au piège des apparences et du simulacre propres à notre société du spectacle.

C'est sans doute là l'un des intérêts majeurs du film pour les élèves : donner à voir un changement politique, comme s'en nourrissent à longueur de journée les médias, pour proposer une analyse du marketing publicitaire sur lequel il repose. Démystifier l'événement, débusquer les stratégies de mise en scène et les techniques de storytelling qui font passer l'émotion avant la raison, l'affectif avant le politique. Le film permet d'aborder également à travers le filtre chilien toute la période de la guerre froide, au cours de laquelle l'Amérique Latine vécut sous l'emprise de régimes autoritaires avec la bénédiction et l'appui parfois actif de Washington. Il constitue également une bonne introduction aux questions de mémoire et de responsabilités politiques qui surgissent dans les mêmes pays au retour de la démocratie.

DANS LES PROGRAMMES

Enseignement	Niveau	Dans les programmes
■ Espagnol	Seconde	« L'art de vivre ensemble » (Visions d'avenir : Pinochet et la transition vers la démocratie au Chili. Le referendum de 1988)
■ Espagnol	Première	« Mythes et héros » (La figure de René Saavedra) « L'idée de progrès » (La société de consommation des années 80 et la répression sociale)
■ Espagnol	Terminale	« Espace et échanges » (Politique et publicité) « Lieux et formes de pouvoir » (Dictature et démocratie, La Mémoire Historique au Chili)

FICHE TECHNIQUE DU FILM



NO

Un film de : Pablo Larraín

Année : 2012

Langue : Espagnol

Pays : Chili

Durée : 116 min

Distributeur : Wild Bunch distribution

Avec : Gael Garcia Bernal : René Saavedra / Alfredo Castro : Luis «Lucho» Guzmán / Antonia Zegers : Verónica Carvajal / Luis Gnecco : José Tomás Urrutia / Néstor Cantillana : Fernando Arancibia

Synopsis espagnol : Frente a la presión internacional, el dictador chileno Augusto Pinochet, convoca un referéndum en 1988. Los dirigentes de la oposición persuaden a un joven y brillante publicista, René Saavedra, que ha regresado a Chile tras su exilio en México, para que dirija su optimista campaña que propugna el «No» a Pinochet en el plebiscito. Saavedra encuentra un apasionante reto al aceptar el encargo de llevar la campaña del No, lo que le generará un frontal enfrentamiento con su jefe, Lucho Guzmán, quien pasará a engrosar las filas del equipo publicitario del bando contrario. Es así como, con pocos medios y bajo la vigilancia constante de los hombres del dictador, Saavedra y su equipo conciben un plan osado y audaz para ganar el referéndum y liberar al país de la dictadura.

Synopsis français : 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.



1. CUESTIONARIO DE COMPRENSIÓN ORAL

Escucha esta grabación sobre el general Pinochet y completa el cuestionario:

http://ww2.ac-poitiers.fr/espagnol/IMG/mp3/AUGUSTO_PINOCHET.mp3

Augusto Pinochet Ugarte nació el en Valparaíso, Chile y murió en en Santiago de Chile.

Era un un hombre de estado chileno y fue el jefe de la que instauró entre 1973 y 1990.

¿Cómo tomó el poder Pinochet el 11 de septiembre de 1973?

.....
.....

¿Qué tipo de gobierno tenía Salvador Allende?

.....
.....

Apunta el número de:

-Víctimas y desaparecidos en los 5 primeros años del régimen de Pinochet:

.....

-Las personas que fueron torturadas:

.....

-Las detenciones de opositores y disidentes:

.....

AVANT LE FILM

NO un film de
Pablo Larraín
Chili, 2012



-Las personas que tuvieron que exiliarse:

.....

Pinochet contribuyó a..... de la economía del país.

A pesar de haber perdido el plebiscito que organizó para mantenerse en el poder y de tener que organizar la transición hacia la democracia, Pinochet se quedó en el poder como

.....

hasta 1998 y después se hizo nombrar.....

En tu opinión ¿por qué fue detenido más tarde en Londres?

.....

.....

AVANT LE FILM

NO un film de
Pablo Larraín
Chili, 2012



Salvador Allende



Casa de la Moneda en llamas
(11 de septiembre de 1973)



General Augusto Pinochet

Revisa los datos que has apuntado en la comprensión oral y después lee esta breve biografía de Salvador Allende:

<http://salvadorallende.blog.lemonde.fr/2009/06/01/biografia-de-la-semana-salvador-allende/>

Ahora presenta y describe las tres fotografías explicando que ocurrió el 11 de septiembre de 1973 en Chile. Di que impresión se desprende del retrato de esas dos personalidades chilenas.

AVANT LE FILM

NO un film de
Pablo Larraín
Chili, 2012



3. EL CARTEL DE LA PELÍCULA



Describe el cartel de la película (*Utiliza el vocabulario de los colores*)

¿A que hará referencia el título “NO”, en la historia de Chile? (*Utiliza el futuro de hipótesis*)

¿Qué ideas o emociones te sugiere el arco iris? ¿En qué te hace pensar? (*Pensar en*)

¿Conoces estas banderas con los colores de arco iris? ¿Sabrías decir a qué grupos o movimientos pertenecen?



1.



2.



Vuelve a ver la secuencia inicial de la película donde vemos la publicidad de la bebida Free, presentada por René Saavedra y fíjate bien en los diferentes elementos y personajes que aparecen para listarlos después del visionado:

Link de la campaña publicitaria free de 1986 en Chile: http://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=mcZQx4Uk4QU



1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.

¿Qué actitud tienen las personas que aparecen? ¿qué están haciendo? (*Utiliza estar + gerundio: être en train de....*)

.....

.....



Ahora fijate en los diferentes planos (primer plano, plano medio, plano general) y di si son planos fijos o en movimiento (travelling, panorámicas, zoom) y señala con una cruz en cada caso.

	Plano fijo	Plano en movimiento	Primer plano	Plano medio	Plano general
Público					
Grupo de rock					
Vendedor					
Arlequín					
Bebida					

¿Qué puedes deducir de este cuadro sobre la preferencia de planos en esta publicidad? (Utiliza los verbos *preferir*, *predominar*, *intercalarse*, *encadenarse*)

.....

.....

¿Qué duración tienen los diferentes planos? (Utiliza el superlativo *–ísimo*)

.....

¿Cuál es el elemento sonoro que crea el hilo conductor de la publicidad?

.....



Sabes que la palabra *jingle*, utilizada en francés y en español, es un anglicismo que sirve para designar la composición sonora creada para un anuncio publicitario ¿Qué características tiene el *jingle* de esta publicidad? (Piensa en el estilo musical, en los instrumentos que se oyen -utiliza el verbo oír-, en la voz del cantante, en la letra, etc.)

.....

.....

En general ¿Qué ritmo tiene la publicidad ? ¿ A través de qué elementos lo consigue?

.....

.....

Finalmente ¿Qué impresión produce el encadenamiento rápido de tantas imágenes y tantos planos diferentes con el fondo sonoro del *Jingle* especialmente creado para la bebida Free? ¿Qué emociones, valores y sentimientos te evoca?

.....

.....

EXPRESIÓN ESCRITA:

Ahora sintetiza con todos los elementos analizados en el ejercicio, la estrategia utilizada en la publicidad de Free para atraer al público. Da tu opinión personal sobre el nombre de la marca y el eslogan ¿A qué tipo de público se dirige? ¿Te parece eficaz? ¿Te dan ganas de tomar free? (Dar ganas: *donner envie*) ¿A qué otra publicidad famosa te recuerda? (Recordar, *acordarse de*)



Lee este texto:

Coca Cola se ha convertido en la marca más presente a nivel mundial. No tanto en cuanto a notoriedad sino en cuanto a personalidad. ¿A quién no le suena el eslogan Open happiness o Bienvenido al lado Coca Cola de la vida? Coca cola ha conseguido que la mayoría de los consumidores pensemos instantáneamente en Coca Cola cuando se nos habla de una marca que da felicidad. Uno de los logros de la campaña de comunicación de Coca Cola ha sido el de articularse en torno a valores, como decíamos antes: felicidad. No es más que una bebida, pero la gente se identifica con ella. La Coca Cola nos habla de un mundo feliz y nos identificamos con ella: queremos ser felices. Por ello, ha articulado su campaña en torno a los valores, los ha situado en el centro de ella.

Los 10 mejores anuncios de CocaCola: Análisis e identidad corporativa, Nicolás de Salas

<http://nicolasdesalas.com/2011/09/22/los-10-mejores-anuncios-de-cocacola-analisis-e-identidad-corporativa/>

VOCABULARIO

Convertirse : *devenir*

No tanto en cuanto asino..... : *Pas tant quant à..... mais.....*

A quien no le suena : *Qui n'a pas entendu parler de*

El logro : *la réussite*

Conseguir algo/ Lograr algo : *réussir à faire quelque chose*

Articularse en torno a : *s'articuler autour de*

Los valores : *les valeurs*

La felicidad : *la joie*

Ser feliz : *être heureux*

No es más que: *ce n'est que*



¿Cuál ha sido el logro de la campaña de comunicación de Coca Cola? (*Utiliza el passé composé*)

.....

.....

¿Crees que es un logro de Coca Cola o algo que utilizan todas las publicidades? Da ejemplos concretos de marcas y valores asociados a ellas.

.....

.....

.....

.....

¿Cuál es el objetivo de las publicidades? (*Atención el objetivo es + infinitivo, o el objetivo es que + subjuntivo*)

.....

.....

.....

.....

¿Las publicidades nos venden realmente valores? (*Utiliza en la medida en que: dans la mesure où y no es más que..... pero.....: ce n'est quemais.....*)

.....

.....

.....

.....



¿En qué medida esos valores que quiere transmitir la publicidad no son más que una imagen ideal que no tiene nada que ver con la realidad?

.....

.....

Fíjate bien en lo que dicen los publicistas al final de la secuencia después de haber presentado la publicidad de Free:

René: Esto es muy, muy original, en EEUU quizás haya algo parecido, pero hay que confiar en nuestro producto, tenemos un producto distinto del de la competencia. Tenemos un producto que te invita a ser joven, que te invita a ser valiente, si eres valiente, ¡eres Free!

Lucho: Esto es todo lo que nuestra juventud necesita: música, rebeldía, romance, pero ¡en orden y respeto!

Piensa en la situación actual de Chile en ese momento (la dictadura de Pinochet) ¿A qué puede hacer referencia Lucho con las palabras : "rebeldía" y "en orden y respeto"?

.....

.....

Un juego con los lemas de las publicidades:

Fíjate en la expresión : "¿A quién no le suena....?" (*Qui n'a pas entendu parler de....*) Utilízala para recordar a tus compañeros lemas conocidos de las publicidades, ellos tienen que encontrar la marca a la que te refieres y el valor asociado a cada marca).

DOCUMENTOS ADICIONALES:

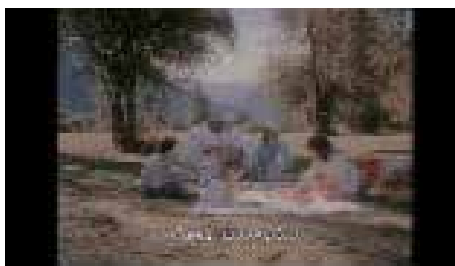
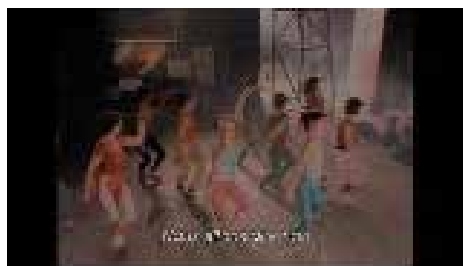
> Artículo "La promesa de ser feliz" : <http://www.lettra.org/spip/spip.php?article5042>

> Unidad didáctica sobre la ideología de la publicidad (Consumehastamorir.org) : <http://www.lettra.org/spip/spip.php?article2580>



Ahora vamos a analizar **la campaña del NO** que inventa René Saavedra para convencer a los chilenos durante el plebiscito de 1988 en Chile. Vuelve a ver esta secuencia y analízala como lo hiciste con la publicidad de Free:

Campaña real de la franja del NO en el plebiscito de 1988 : http://www.youtube.com/watch?v=RnyhMaf__hE



1. Lista los diferentes elementos y personajes que aparecen y la actitud que tienen

.....

.....

.....

.....

2. Señala el tipo de planos que predominan (fijos/en movimiento, primeros planos/ medios/generales) la duración que tienen y el ritmo que crean.

.....

.....

.....

.....



3. Analiza el Jingle creado para la campaña (estilo, instrumentos que se oyen, voces, ritmo, la letra)

.....

.....

.....

.....

4. El logo (Recuerda la explicación que da el publicista sobre el arco iris)



1.



2.

¿Cómo consiguen estos logos evacuar lo negativo cuando lo más importante es la palabra NO?

.....

.....

Recuerda otros juegos de palabras utilizados en la campaña a través del NO (Piensa también en el uso del humor que utilizan como recurso publicitario)

.....

.....



5. Valores y sentimientos que vehicula la campaña (*Utiliza a través de*)

.....

.....

.....

.....

Ahora vuelve a ver la secuencia en la que aparece la reacción del grupo de la campaña por el NO, al ver las primeras imágenes que propone Saavedra.



¿Qué critican de la campaña? ¿Por qué?

.....

.....

¿Te parece legítimo su desacuerdo? (*Utiliza es normal que y es lógico que + subjuntivo*)

.....

.....



En otros momentos, las críticas se refieren a los actores elegidos -el hombre muy alto que baja una cuesta caminando- o a objetos como la baguette en el picnic ¿qué es lo extraño, lo inusual, en esos personajes y objetos? (*Utiliza lo+adjetivo*)

.....

.....

En general ¿Qué imagen da la campaña del NO sobre la sociedad chilena? ¿te parece un fiel retrato de la sociedad de ese momento? (*Utiliza no...sino...*)

.....

.....

¿A qué se parece más bien ese mundo ideal?

.....

.....

EXPRESIÓN ORAL EN CLASE:

Busca publicidades que sueles ver en la televisión y que muestran un mundo ideal.

Presenta la publicidad a tus compañeros di en qué medida es o no representativa de la Francia contemporánea. ¿Qué grupos humanos aparecen excluidos en la mayoría de esas publicidades?



Ahora mira esta otra **campaña alternativa** a la campaña que pasó por la televisión chilena y que realizaron los que estaban a favor del NO pero que no estaban de acuerdo con la campaña oficial.

Campaña real alternativa del NO : <http://www.youtube.com/watch?v=1TEL-CuLeEY>



¿En qué está basada esta campaña? (*Estar basado en, dedicarse a*)

.....

.....

.....

.....

¿Cuáles son las diferencias fundamentales entre una y otra? ¿Cuál te parece más eficaz, la oficial o la alternativa? (*Utiliza mientras que, en cambio, más que, menos que, tan+adjetivo+ como, para comparar las dos campañas*)

.....

.....

.....

.....



¿Crees que esta campaña alternativa hubiera podido ganar el referéndum? (utiliza el *pluscuamperfecto del subjuntivo* en tu respuesta: *haber en imperfecto de subjuntivo + participio pasado*)

.....

.....

Expresión escrita:

Sintetiza tu análisis y di cuáles son los elementos que hacen de la campaña del NO una campaña eficaz. Da tu opinión personal sobre esta campaña: ¿Qué piensas del uso de los códigos publicitarios en la política? ¿Plantean un problema ético?

EXPRESIÓN ORAL EN CLASE:

Vamos a organizar un debate con tres grupos:

1. Los que están a favor del SI a Pinochet
2. Los que están a favor del NO a Pinochet y de la campaña de Saavedra
3. Los que están a favor del NO a Pinochet pero en desacuerdo con la campaña oficial de Saavedra

Cada uno de los participantes elige un rol (acuérdate de los militares, de los publicistas, de los hombres políticos, de los actores, etc.) y después tiene que expresar su opinión sobre la campaña que se está llevando a cabo dentro de cada grupo.

Expresiones para mostrar su desacuerdo	Expresiones para mostrar su acuerdo
-¡Pero que dices! -¡No estoy de acuerdo en absoluto contigo! -¡Me parece imposible creer lo que estoy oyendo! -¡Esto es inadmisibile!	-Me parece estupendo/ muy bien -Yo pienso lo mismo -Entonces estamos de acuerdo en eso -¡Qué bien estamos todos de acuerdo!

APRÈS LE FILM

LOS AÑOS 80 EN CHILE : SOCIEDAD DE CONSUMO Y REPRESIÓN SOCIAL

NO un film de
Pablo Larraín
Chili, 2012



Recuerda estos objetos que vemos en la película y que hicieron su aparición en esa época en Chile. Busca su nombre en español:

1.



2.



¿A qué años remiten? ¿Qué otros objetos de ese tipo (del decorado, del vestuario, de la peluquería) recuerdas?

.....

.....

¿Qué elementos del contenido de la película remiten a la sociedad de consumo?

.....

.....

APRÈS LE FILM

LOS AÑOS 80 EN CHILE : SOCIEDAD DE CONSUMO Y REPRESIÓN SOCIAL

NO un film de
Pablo Larraín
Chili, 2012



Acuérdate de la imagen de la película, intenta describirla y calificarla (la luz, la textura) ¿qué impresión da? ¿En qué te hace pensar?

.....

.....

¿Por qué ha elegido el director ese formato "vintage" para su película? *(Utiliza quizás, tal vez, acaso a lo mejor, para formular las hipótesis)*

.....

.....



Escucha lo que dice a ese respecto el director:

« La película fue filmada en el soporte de vídeo «U-matic 3/4» que se usaba a fines de la década de los 80, lo que hace que la textura y los colores de los documentos de la televisión chilena de ese entonces se confundan con las escenas de ficción. Yo crecí en los años 80, durante la dictadura. Lo que veíamos en la televisión, ese vídeo de baja definición, era un imaginario sucio que no se podía registrar de manera prístina. La memoria colectiva está llena de esos recuerdos de oscuridad, de impureza. Filmar en cine o con las cámaras digitales de alta definición actuales hubiese generado una distancia con la imaginería de la época. Era importante esa fusión y ahora al verla no sé bien cuál es el material nuestro y cuál el de la televisión »

¿A qué se refiere con “ese imaginario sucio, esos recuerdos llenos de oscuridad, de impureza”? ¿Qué imágenes de la película te vienen a la cabeza?

.....

.....

Lee ahora este extracto de una entrevista con Pablo Larraín, director de la película:

“Que esto (la campaña) viniera desde la cabeza de un publicista funciona como desde una mirada más moderna también y que tiene que ver con el marketing, con cómo se mezcla la publicidad con la comunicación política, la relevancia del modelo capitalista impuesto por Pinochet en la lógica comunicacional”, comenta Pablo, el director de la película. Pedro (Peirano) insistía en algo desde el principio y hablaba de ‘la película del plan’. Esto es como se planea una campaña de este tipo y es como hacer una película sobre el gran golpe, el asalto a un banco. El asalto es al final y no es tan importante, pero lo interesante es cómo se organiza y cómo se planea.”

En tu opinión ¿a qué se refiere con el asalto (l'assaut)? ¿qué ha querido denunciar o poner en evidencia? ¿qué es lo que le interesaba al director?

.....

.....

.....

.....

APRÈS LE FILM

LOS AÑOS 80 EN CHILE : SOCIEDAD DE CONSUMO Y REPRESIÓN SOCIAL

NO un film de
Pablo Larraín
Chili, 2012



Vamos ahora a analizar la campaña de los seguidores de Pinochet.

Haz una lista con las imágenes que recuerdas de la primera **campaña del SI** que vemos en la película: (Atención: vemos a + COD de personne)

-
-
-
-
-

¿Qué es lo que se repite en la campaña del SI y en los otros programas de la televisión chilena en esa época?

.....

.....

¿En qué medida el culto a la personalidad es importante en una dictadura? Da ejemplos de otros sistemas totalitarios que han recurrido a esa estrategia.

.....

.....

Otro de los recursos de la campaña del SI consiste en atacar directamente a la franja del NO de maneras diferentes. ¿qué ejemplos recuerdas?

.....

APRÈS LE FILM

LOS AÑOS 80 EN CHILE : SOCIEDAD DE CONSUMO Y REPRESIÓN SOCIAL

NO un film de
Pablo Larraín
Chili, 2012



¿Te acuerdas del hombre que tiene la cara quemada a causa de un autobus incendiado durante una manifestación ? ¿por qué muestran a este hombre en la campaña?

.....

.....

¿Qué relación tiene esta estrategia de la campaña del SI a Pinochet con la estrategia general de propaganda que se suele utilizar en los regímenes dictatoriales ? *(Utiliza la traducción de « on » para expresar una generalidad y soler+ infinitivo para la costumbre)*

.....

.....

En un último intento por ganar votos la campaña del SI decide imitar la campaña del NO. Recuerda algunos de esos momentos. ¿Cómo se llama este tipo de procedimiento? ¿Qué objetivo tiene?*(Atención: el objetivo es+ infinitif)*

.....

.....

Piensa en otras estrategias que vemos en la película para atacar directamente a los creadores de la campaña del NO de manera nada legítima ¿cuáles recuerdas? *(Utiliza: acosar, amenazar, la censura, dar miedo)*

.....

.....

¿Te parece un modo de proceder en acuerdo con un plebiscito democrático? ¿Porqué? ¿Qué contradicciones se ponen en evidencia en el gobierno de Pinochet a través de este referéndum? *(Utiliza aunque =même si/bien que, para expresar la concesión)*

.....

.....



Recuerda los elementos que nos muestran en la película que el NO va a ganar antes de que lo confirmen por televisión con el numero de votos a favor y en contra:

.....

.....

Describe el ambiente que reina en la sala de la campaña del NO antes del recuento, escogiendo los adjetivos que te parecen más adecuados:

DISTENDIDO

RELAJADO

SOLEMNE

DE MIEDO

ALEGRE

INQUIETANTE

SOMBRIO

AGITADO

TENSO

EMOTIVO



Cuando por fin dan los verdaderos resultados ¿cómo cambia el ambiente? ¿Cuáles son los adjetivos que mejor lo describen?

¿Qué hace la gente en la calle? ¿A qué otro ambiente te recuerda?

.....

.....

.....

¿En qué radica entonces el éxito de la campaña de Saavedra ?

.....

.....



En realidad ¿cuál crees que fue su motivo al crear esta campaña ? para responder piensa en la evolución del personaje :



1. Haz un retrato de René Saavedra tal como le vemos al principio de la película (su personalidad, su profesión, su situación familiar, sus gustos) (*Utiliza el verbo ser, gustar y pasarse el tiempo + gerundio*)
2. ¿Cómo vemos al principio su falta de compromiso político ?
3. ¿Qué presiones le hacen tomar una posición menos ambigua en la campaña del NO ? ¿de dónde vienen esas presiones ?
4. ¿Crees que René tiene ambiciones políticas ? ¿Por qué le interesa que gane el NO ? ¿Qué gana él ?

APRÈS LE FILM

EL FINAL DE LA PELÍCULA

NO un film de
Pablo Larraín
Chili, 2012

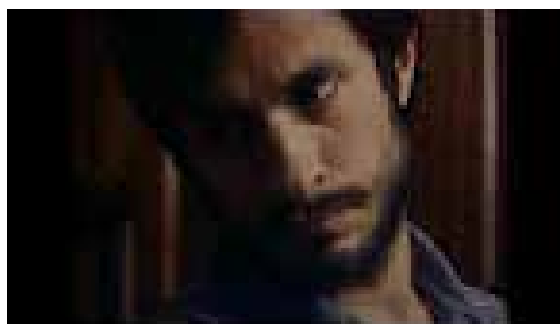


Piensa en la última escena cuando René y Lucho (su jefe y enemigo en la campaña) presentan el último producto de la empresa : la serie « Bellas y Audaces ».

¿Qué es lo que llama la atención ? ¿qué es lo que se repite ?

.....

.....



¿Qué impresión produce este final con las imágenes finales de Patricio Aylwin, el nuevo presidente tomando posesión del cargo en la televisión?

.....

.....

Vuelve a leer la comprensión oral del principio y resume lo que ocurrió después del plebiscito en Chile.

.....

.....

.....

.....



1. « La influencia político-económica de EEUU en Chile »

Proyecto pluridisciplinar Español/Historia/SES

Este proyecto tiene como objetivo trabajar sobre las influencias de la política y la economía estadounidense en Chile. Se puede comenzar con las secuencias de la película donde aparecen Kissinger y Carter (1h05mn) para reconocer a las diferentes personalidades políticas de esa época en EEUU. Después sería interesante recordar las secuencias en la película en las que tanto opositores como seguidores de Pinochet hacen referencias al apoyo y a la presión de EEUU, no sólo en el momento del golpe de estado contra Allende, sino también en el momento del plebiscito en 1988.

En un segundo tiempo se pediría a los alumnos que buscaran información sobre la escuela de Chicago y el liberalismo económico de Milton Friedman para estudiar su influencia en la economía chilena de los años 80 con la privatización de empresas públicas por ejemplo, y reflexionar sobre las implicaciones políticas y sociales de ese modelo en Chile bajo la dictadura de Pinochet.

En parte del siguiente video se puede observar como intervino Estados Unidos en el golpe de Estado en Chile, explicado desde la Doctrina del Shock : <http://www.youtube.com/watch?v=gP591bZNc0I>



2. « La canción como compromiso político : Victor Jara »

Se puede organizar otra secuencia para complementar el trabajo realizado sobre la película, interesándose ahora por la idea del compromiso político a través de una figura emblemática de la música chilena : Victor Jara.



Los alumnos pueden buscar datos biográficos del cantante y presentarlo en clase. También pueden presentar alguno de estos videos explicando quién era y de que tratan sus canciones.

Video de Victor Jara cantando Luchín :

<http://www.youtube.com/watch?v=IZPxPs1vX0w>

El derecho de vivir en paz :

<http://www.youtube.com/watch?v=GssGeCif3fk>

Te recuerdo Amanda :

<http://www.youtube.com/watch?v=GRmre8ggkcY&list=PL6DC66830A9010895>



Después se puede estudiar su poema Estadio Chile que escribió en el Estadio Nacional de Chile (actual Estadio Víctor Jara) en 1973 cuando fue detenido poco después del golpe de estado. El poema fue sacado del estadio donde detuvieron a miles de personas de forma clandestina. Allí fue torturado y asesinado como muchos otros por las fuerzas represivas de la dictadura de Augusto Pinochet y en él denuncia el fascismo y la dictadura.

Estadio Chile (o Canto que mal me sabes)

Somos cinco mil aquí
en esta pequeña parte la ciudad.
Somos cinco mil.
¿Cuántos somos en total
en las ciudades y en todo el país?
Sólo aquí,
diez mil manos que siembran
y hacen andar las fábricas.
Cuánta humanidad
con hambre, frío, pánico, dolor,
presión moral, terror y locura.
Seis de los nuestros se perdieron
en el espacio de las estrellas.
Uno muerto, un golpeado como jamás creí
se podría golpear a un ser humano.
Los otros cuatro quisieron quitarse
todos los temores,
uno saltando al vacío,
otro golpeándose la cabeza contra un muro
pero todos con la mirada fija en la muerte.
¡Qué espanto produce el rostro del fascismo!
Llevan a cabo sus planes con precisión artera

sin importarles nada.
La sangre para ellos son medallas.
La matanza es un acto de heroísmo.
¿Es este el mundo que creaste, Dios mío?
¿Para esto tus siete días de asombro y de trabajo?
En estas cuatro murallas sólo existe un número
que no progresa.
Que lentamente querrá más la muerte.

Pero de pronto me golpea la consciencia
y veo esta marea sin latido
y veo el pulso de las máquinas
y los militares mostrando su rostro de matrona
llena de dulzura.
¿Y México, Cuba y el mundo?
¡Qué griten esta ignominia!
Somos diez mil manos
menos que no producen.
¿Cuántos somos en toda la patria?
La sangre del compañero Presidente
golpea más fuerte que bombas y metrallas.
Así golpeará nuestro puño nuevamente.

Canto, qué mal me sales*
cuando tengo que cantar espanto.
Espanto como el que vivo
como el que muero, espanto.
De verme entre tantos y tantos
momentos de infinito
en que el silencio y el grito
son las metas de este canto.
Lo que veo nunca vi.
Lo que he sentido y lo que siento
harán brotar el momento...

* Debido a que este poema fue sacado del Estadio Chile de forma clandestina, se hicieron varias copias para que las probabilidades de su difusión fueras mayores. Por diferencias en las transcripciones hay versiones con el verso «Canto, qué mal me sales» y otras con «Canto, qué mal me sabes». (1973)

SITOGRAFIE

Vocable (Concours pour les classes d'espagnol de lycées autour du film NO de Pablo Larraín) :

<http://www.vocable.fr/index.php?idsite=1&idmeta=730&idlang=1>

Críticas de la película en español :

<http://extracine.com/2013/01/critica-no-pablo-larrain>

<http://www.emol.com/noticias/magazine/2012/05/18/541312/no-de-pablo-larrain-cosecha-sus-primeras-criticas-positivas-tras-estreno-en-cannes.html>

<http://www.biobiochile.cl/2012/05/18/no-de-pablo-larrain-el-espejo-moral-del-chile-contemporaneo.shtml>

<http://www.elciudadano.cl/2012/08/07/55797/la-ambigüedad-de-no-la-ultima-pelicula-de-pablo-larrain-matte/>

Trailer de la película :

<http://www.youtube.com/watch?v=L43ZTdVozLQ>

Entrevista con Pablo Larraín y García Bernal sobre la película (video) :

<http://www.youtube.com/watch?v=uQL7OoD3b0E>

Entrevista con Pablo Larraín y García Bernal sobre la película (escrita) :

<http://zappinglatam.com/entrevistas/2012/08/21/entrevista-a-los-creadores-de-no-es-como-hacer-una-pelicula-sobre-el-gran-golpe-a-un-banco-2/>

Campaña real de la franja del NO en el plebiscito de 1988 :

http://www.youtube.com/watch?v=RnyhMaf__hE

Campaña real alternativa del NO :

<http://www.youtube.com/watch?v=1TEL-CuLeEY>

Unidad didáctica sobre la ideología de la publicidad (Consumehastamorir.org) :

<http://www.lettra.org/spip/spip.php?article2580>

SITOGRAPHIE

Influenza de EEUU en Chile :

<http://www.google.fr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fpolexteua.wikispaces.com%2Ffile%2Fview%2FLa%2Binfluenza%2Bde%2BEstados%2BUnidos%2Ben%2BChile.docx&ei=HOoUUbvYE46zhAfHoYGODQ&usg=AFQjCNEQDkr7UXD5QSfSxcSC8foc-50c1w&bvm=bv.42080656,d.ZG4>

Interpretación de las canciones de Victor Jara :

http://www.google.fr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0CFcQFjAF&url=http%3A%2F%2Fwww.uji.es%2Fbin%2Fpubl%2Fedicions%2Ffi8%2Fhum%2F5.pdf&ei=vDYNUZiCJcmLhQfClIGYDg&usg=AFQjCNFlrLXbFSa3Nx6F55spg2l1kj3fmA&sig2=tgFs7gHA6ralEtw_7iZb2Q

Artículo del Mundo : ¿Qué ocurrió tras el golpe ?

<http://www.elmundo.es/elmundo/2003/09/05/internacional/1062783681.html>

Página sobre el escritor chileno Antonio Skarmetta :

<http://www.clubcultura.com/clubliteratura/clubescritores/skarmeta/home.htm>

Séquence pédagogique sur « *Chile, 1973 : resistirse a la dictadura de Pinochet* »

<http://ww2.ac-poitiers.fr/espagnol/spip.php?article191>