

***NO*. Direção: Pablo Larraín. Roteiro: Pedro Peirano. Fotografia: Sergio Armstrong. Chile; México; Estados Unidos: Fabula Production; Participant Media; Funny Balloons, 2012. (118 min).**

Vinícius de Melo Justo¹

O primeiro filme chileno a conquistar uma indicação para o Oscar de Melhor Filme Estrangeiro, além de vencer a Quinzena dos Diretores, paralela ao Festival de Cannes, não recebeu acolhida tão calorosa em seu país de origem. A polêmica foi causada por sua abordagem da campanha publicitária de oposição a Pinochet no plebiscito de 1988, destinado a determinar sua continuidade na presidência, obtida via golpe militar em 1973 e mantida ditatorialmente por 15 anos até então. As avaliações negativas da obra foram encabeçadas por figuras políticas importantes da época, acusando inexatidão e barateamento do tema no filme de Pablo Larraín.

Uma das críticas mais recorrentes a *No* está em sua presumida redução da vitória contra Pinochet a um golpe publicitário, concebido pelo protagonista René Saavedra (interpretado por Gael García Bernal). Embora filho de um proeminente opositor ao regime e exilado na infância, Saavedra tem uma postura pouco politizada e está mais interessado no trabalho com propaganda que em uma participação ativa na resistência ao regime. Esse caráter culmina na realização de uma campanha menos voltada à denúncia dos abusos da ditadura e direcionada ao otimismo com o futuro, com *jingles* e humor semelhantes à publicidade de produtos supérfluos (nesse sentido, a semelhança entre a propaganda de refrigerante do começo do filme e o esboço da campanha de TV para o plebiscito, enfatizada pelo discurso idêntico de Saavedra ao apresentar as peças televisivas aos seus clientes, é bastante representativa).

¹ Mestrando em Teoria Literária e Literatura Comparada (USP).
E-mail: viniciusmelojusto@gmail.com

Filmado magistralmente com câmeras da época, permitindo que o conjunto do filme – com o uso de inúmeros vídeos dos anos 80, especialmente trechos reais da campanha – pareça homogêneo, quase como se fosse um documentário filmado em tempo real no calor dos acontecimentos, *No* garante a si mesmo um aspecto profundo de autenticidade, sem dúvida fator importante no tratamento recebido por seus entusiastas e, especialmente, pelos críticos. Pode-se dizer que Larraín intencionalmente procura confundir a forma de sua ficção com a realidade, buscando criar uma narrativa coerente e controversa sobre o período. Assumindo essa perspectiva, as críticas, como ignorar o árduo trabalho de base popular, essencialmente político, realizado às vésperas do plebiscito pela campanha do “não”, seriam justas? Mais: haveria, no filme, um elogio nada sutil às fórmulas publicitárias e à substituição da política pela propaganda mais banal, tudo em nome da eficiência e do pragmatismo.

Entretanto, não é difícil perceber como se pode incorrer em injustiças graves ao analisar a obra sob esse viés. Não obstante toda a centralidade que a campanha televisiva obtém no enredo, a própria forma de abordar a publicidade dentro do filme contém uma crítica de sua utilização política. No final da história, a derrota da ditadura pinochetista não esconde totalmente os problemas presentes no processo de um modo geral: a recusa ao tom de denúncia de violação dos direitos humanos, recorrente e cruel até aquele momento, nos informa a respeito da dificuldade em obter uma resposta clara e decidida da população contrária à ditadura. Se naquele momento era necessário, na avaliação dos setores mais “radicais” da oposição a Pinochet, utilizar o espaço concedido a duras penas pelo regime para atacá-lo, a possibilidade de vencer o plebiscito embaralha o jogo e introduz a *realpolitik*, obrigando a certa condescendência com a ditadura.

A relativa indiferença do protagonista ao jogo político em si e seu foco exclusivo em vencer a batalha publicitária (o que, segundo a narrativa, jogaria papel principal na derrocada do ditador) informa mais do que interpreta. Em outras palavras, a discussão política posta de escanteio em favor de imagens e músicas alegres, mais capazes de “vender” a opção pelo “não”, precisa ser avaliada em sua dimensão descritiva do processo democrático, plano de leitura mais amplo que as presumidas intenções do diretor em transformar um momento importante da transição chilena em uma batalha de *jingles*. Mesmo que o objetivo de Larraín tivesse sido esse, o filme diz bem mais do que isso.

Em primeiro lugar, é preciso separar o caráter quase apolítico do protagonista do efeito causado pela sua participação na campanha do “não”. O filme se empenha em mostrar um contexto bastante desfavorável: a maioria da população temia que o plebiscito fosse fraudado ou que a eventual derrota de Pinochet levasse a um endurecimento do regime. Era vital, portanto, incentivar a sociedade a participar da causa, e uma campanha negativa poderia não ter a

permissão de ser veiculada – em dado momento do filme, um depoimento de um juiz é, com efeito, censurado. Não apresentar um programa televisivo todos os dias poderia significar a confirmação dos receios populares e o naufrágio da campanha contrária ao regime. Assim, a escolha por esquetes bem humorados e voltados ao futuro cumpre o papel de, além de cativar os eleitores, introduzir um fator de moderação ao discurso da oposição à ditadura.

Por outro lado, apropriando-se da “alegria” como tema de campanha, a estratégia colocou o poder pinochetista em uma “sinuca de bico”, precisando apelar ao passado pré-golpe e à crise da presidência Allende para sustentar seu discurso, tornando impossível uma campanha positiva a favor do regime corrente. Outro momento do filme demonstra com exatidão esse movimento: o chefe de Saavedra, Lucho Guzmán, responsável pelas propagandas a favor de Pinochet, desabafa: “não é possível vencer a alegria”. O que muitos podem ver como um elogio à publicidade feito pelo filme é algo “menos grave” quando se considera o júbilo causado pela vitória da causa e, tão ou mais importante, o desarme da situação explosiva que se desenharia com a estratégia de confronto direto ao regime (tentado por quinze anos, sem sucesso e com terríveis perdas – personificado no filme pela ex-mulher de Saavedra).

Descortinada a associação implícita entre “alegria” e “democracia”, intencionada desde o princípio, a supremacia retórica do “não” fica praticamente inquestionável, embora o problema de construir uma visão política desideologizada permaneça. É este o principal debate de *No*: até que ponto é possível tratar a democracia como uma ideia abstrata e, em última instância, destituída de conteúdo próprio? Estaria essa visão necessariamente ligada ao clima político latino-americano pós-Muro de Berlim, no qual Cuba deixa de ser considerada um polo ideológico por considerável parte da esquerda (especialmente no Chile), e as medidas governamentais tendem a ser cada vez mais consensuais e restritas dentro do espectro político?

Outra característica ressaltada no contraste entre as campanhas do “sim” e do “não” é determinante: enquanto a campanha de Pinochet, como era de se esperar, está totalmente centrada em sua pessoa e suas pretensas virtudes, sua opositora é literalmente uma “Concertação” de vários partidos e indivíduos, unidos apenas pela rejeição ao regime. Isso sem dúvida facilita a utilização de um viés não ideológico, pode-se dizer até inclusivo, na fatura das propagandas. Não seria essa a própria natureza da democracia, ou seja, a inclusão de todos os cidadãos interessados em um processo social cujo intento é favorecer a participação de todos nas decisões sobre os rumos de um país? O ovo da serpente está no que ocorre a seguir, um fenômeno que não é novo nem exclusivo do Chile ou da América Latina: a substituição da política pela publicidade, cuja natureza sempre foi ser a ponta de lança do capital. *No* evita tomar partido nesse debate contemporâneo, mas serve como reflexão atualizada sobre os li-

mites participativos da democracia de massas, realizada a partir de um momento vitorioso.

Ou seja, em vez de repousar sobre o fruto mais que bem-vindo da vitória sobre Pinochet, o filme de Larraín busca incentivar o esclarecimento sobre o funcionamento corrente de nosso sistema político preferencial e de suas falhas, ainda carentes de solução. Estas precisam ser refletidas e tratadas com a clareza trazida por *No*, compreendendo que as polêmicas por ele suscitadas se referem menos a um “elogio da publicidade” e mais às contradições inerentes ao atual estado democrático chileno e, por que não, a todas as democracias que merecem esse nome.