

Dates de Projection
Screening dates

Vendredi 18 mai / Friday May 18
10h00
Théâtre Croisette
(50, La Croisette)

Vendredi 18 mai / Friday May 18
18h00
Théâtre Croisette
(50, La Croisette)

Samedi 19 mai / Saturday May 19
11h30
Cinéma Les Arcades / Salle 1
(77, rue Félix Faure)

Samedi 19 mai / Saturday May 19
19h30
Studio 13
(23, avenue du Docteur Picaud)

Dimanche 20 mai / Sunday May 20
17h00
Cinéma La Licorne
(25 Avenue Francis Tonner)

participant
MEDIA

FUNNY BALLOONS



Programa
IBERMEDIA



Design: Rommy González
Photos: Tomás Dittborn



NO

A film by Pablo Larrain

QUINZAINE
DIRECTORS' FORTNIGHT
CANNES 2012



Synopsis

In 1988, Chilean military dictator Augusto Pinochet, due to international pressure, is forced to call a plebiscite on his presidency. The country will vote Yes or NO to Pinochet extending his rule for another eight years. Opposition leaders for the NO persuade a brash young advertising executive, Rene Saavedra, to spearhead their campaign. Against all odds, with scant resources and under scrutiny by the despot's minions, Saavedra and his team devise an audacious plan to win the election and set Chile free.

En 1988, sous la pression internationale, Augusto Pinochet organise un référendum en vue de se maintenir à la tête du pays. Les leaders de l'opposition persuadent un jeune et audacieux publicitaire, René Saavedra, de conduire la campagne du « non ». Avec très peu de moyens et sous la vigilance constante du dictateur, Saavedra et son équipe conçoivent un projet ambitieux pour gagner le plébiscite et libérer le pays de l'oppression.



Director's Biography

Pablo Larraín was born in Santiago, Chile, in 1976. He is a founding partner of Fabula, a company dedicated to producing film, television, and commercials, as well as providing production services.

In 2005, he directed his first feature-length film, Fuga.

In 2007, Pablo Larraín directed his second film, Tony Manero, collaborating on the screenplay with Mateo Iribarren and Alfredo Castro. The film premiered at the Director's Fortnight at the 2008 Cannes Film Festival.

Post Mortem was his third feature film, starring Alfredo Castro and Antonia Zegers. It premiered at the Official Competition of the Venice Film Festival in September 2010.

In 2010, Pablo Larraín directed Profugos, HBO's first television series produced in Chile.

The second season of Profugos begins shooting in June 2012.

NO is his fourth film.

Pablo Larraín est né à Santiago du Chili en 1976. Il est le co-fondateur de Fabula, société qui se dédie à la production de cinéma, télévision et publicité.

En 2005, il réalise son premier long-métrage, « Fuga ».

En 2007, Pablo Larraín dirige son second film : « Tony Manero » qu'il co-écrit avec Mateo Iribarren et Alfredo Castro. Le film est sélectionné à la Quinzaine des Réalisateurs au Festival de Cannes de 2008.

« Santiago 73, Post Mortem », son troisième long-métrage, qui a pour acteurs principaux Alfredo Castro et Antonia Zegers, est sélectionné en compétition du Festival International de Venise en septembre 2010.

En 2010, Pablo Larraín réalise « Profugos », la première série de télévision produite au Chili par HBO. Il commencera, en juin 2012, le tournage de la deuxième saison.

« No » est son quatrième long-métrage.





Main Cast

Gael García Bernal
Alfredo Castro
Antonia Zegerz
Luis Gnecco
Marcial Tagle
Néstor Cantillana
Jaime Vadell
Pascal Montero

Entretien Pablo Larraín

Comment avez-vous utilisé les caméras de l'époque pour trouver le langage cinématographique du film?

Nous avons utilisé le même format que celui de presque toutes les archives originales qui sont dans le film. Ainsi, nous avons obtenu comme résultat une image identique à celle réalisée dans les années 80, afin que le spectateur parcourt cet imaginaire sans différencier le matériel d'archives et l'image filmée lors du tournage. Nous évitons ainsi la perception d'un matériau « d'époque » en créant un hybride, de temps, d'espace et de matériel, généré grâce à des caméras à tube Ikegami de 1983. Le format presque carré en 4:3, et ce choix unique dans la technique audiovisuelle de réaliser ce film avec des caméras vidéo analogiques sont aussi une manière de résister à l'hégémonie esthétique du HD.

Comment le modèle utilisé pour vaincre la dictature s'est-il installé dans le Chili post-Pinochet ?

René Saavedra est un enfant du système néolibéral impulsé par Pinochet. C'est pour cela qu'il est intéressant que ce soit lui, avec les mêmes outils idéologiques que ceux mis

en place par la dictature, qui se charge de mettre Pinochet en déroute. Il le fait en inventant une campagne publicitaire remplie de symbolismes et d'objectifs politiques, qui en apparence sont seulement une stratégie de communication, mais qui en réalité cachent le devenir d'un pays. Pour moi, la campagne du Non est la première étape de la consolidation du capitalisme comme unique système possible au Chili. Ce n'est pas une métaphore, c'est directement cela, de la publicité pure et dure, amenée à la politique.

Que signifie pour vous d'achever cette trilogie, après « Tony Manero » et « Santiago 73, Post Mortem » ?

Clore un cycle. En espérant que les films génèrent des liens entre eux. « Santiago 73, Post Mortem » parle des origines de la dictature, « Tony Manero » de son époque la plus violente, et « NO » de sa fin. Peut-être que ce qui m'intéresse le plus, c'est de faire le bilan, de revisiter l'imaginaire de la violence, de la destruction morale et de la distorsion idéologique, pas pour la comprendre, mais pour dire qu'elle a existé. Peut-être qu'avec le temps les films donneront un regard sur une période pleine de labyrinthes sombres et tristes, de joies maladroites et souvent forcées.

Interview Pablo Larraín

Why did you incorporate vintage cameras in order to achieve the film's audiovisual language?

We decided to shoot in the same format used to shoot practically all the archive footage in the film. As a result, we achieved images identical to those shot in the eighties so the spectator has access to this rare footage without being aware of what is archive footage and what was shot for the film. In doing so, we were able to avoid making the usage of archive material evident, creating a seamless combination of time, space and material generated with Ikegami tube cameras from 1983.

With an almost square aspect ratio or 4:3, and a resolution that is unique in audiovisual technology, producing this film with analog video cameras is also a statement against the aesthetic hegemony of HD.

What does it mean that the model that was used to overthrow the dictatorship then installed itself in post-Pinochet Chile?

René Saavedra is a son of the neoliberal system that Pinochet imposed in this country. This is why it is interesting that he, with the same ideological tools brought along by the dictatorship, is

in charge of defeating Pinochet. And he does it by inventing an advertising campaign filled with political symbols and objectives, which on the surface are just part of a communicational strategy, but in reality, hide the future of a country. To me, the NO campaign is the first step towards the consolidation of capitalism as the only viable system in Chile. It's not a metaphor; it's direct capitalism, pure and true product of advertising, taken to politics.

What does it mean for you to close this trilogy, after Tony Manero and Post-Mortem?

To close a cycle and to wait for the films to generate connections amongst themselves. Post-Mortem speaks of the origin of the dictatorship, Tony Manero about its most violent moment, and NO is about its end. Perhaps what I am most interested in is revising and revisiting the imagery of the violence, the moral destruction and ideological distortion, not in order to understand it, but in order to shed light on it. Perhaps, in time, they can contribute a look at a period filled with poorly lit and sad labyrinths, as well as clumsy and oftentimes forced happiness.



Interview Gael García Bernal

Is Rene Saavedra a symbol of the time that he lived in? Or is he a symbol of what we are living today?

Rene is a character that is inherent to the context that he lived in, but at the same time, is also eternal; he symbolizes the political awakening of an apparently apolitical person. Being as he is, a consequence of the politics lived by his parents --exile, persecution, the feeling of always being a foreigner--, during the story, he inadvertently seeks to redeem himself with his political side, which is called forth in order to change his immediate surroundings. I feel that this rite of maturity is a recurrent passage in human beings, which appears when one realizes that it is possible to change things first-handedly.

What was the NO campaign's best move, considering its political and advertising dimension?

The NO's campaign's best move was take advantage of, on one hand, the neoliberal system implemented by the dictatorship to its convenience, and on the other, the democratization of the massive media in the rudimentary

state that it was back then. One may say that they overtook the right wing from both the left and the right. They appealed to optimism and to happiness in a country submerged in the painful shock of its recent politics.

Pinochet is the only known dictator in recent history who has stepped down from power through a democratic election. How do you see Saavedra from that place?

I think that what was achieved at that moment was one of the most important and pure acts of fraternity that democracy has lived in the world. Whilst knowing that they were entering an election that was largely considered to be fraudulent from the very beginning, they trusted that it was worth the sacrifice to show their faces for once and for all: for themselves, for their parents, for their children. This is where Saavedra, in my opinion, turns into a heroic and plausible being. Long live Saavedra. I miss him already.





Entretien Gael García Bernal

René Saavedra est-il un symbole de l'époque dans laquelle il a vécu ? Ou s'agit-il d'un symbole de ce que nous vivons aujourd'hui ?

René est un personnage inhérent au contexte dans lequel il a vécu, mais il est aussi éternel ; il symbolise le réveil politique d'une personne en apparence apolitique. Etant une conséquence de la politique vécue par ses parents dans l'exil, la persécution, un être toujours étranger, il recherche au cours de l'histoire une manière inaperçue de se réconcilier avec son être politique qui est appelé à changer son milieu immédiat. J'ai l'impression que ce passage à la maturité est constant chez l'être humain, en se rendant compte que l'on peut changer les choses par soi-même.

Quelle est selon vous la plus grande réussite de la campagne du NON, en considérant sa dimension politique et publicitaire ?

La plus grande réussite de la campagne du NON a été d'une part, d'utiliser le système néolibéral mis en place par la dictature, et d'autre part, la démocratisation des médias dans l'état rudimentaire

dans lesquels ils se trouvaient à l'époque. On peut dire que la campagne a dépassé la droite par la gauche, et par la droite. Ils ont appelé à l'optimisme et à la joie, dans un pays submergé par les chocs douloureux, conséquences de sa politique récente.

Pinochet est l'unique dictateur de l'histoire récente à avoir abandonné le pouvoir à travers une élection démocratique. Comment voyez-vous Saavedra avec cette perspective ?

Je pense que ce qui a triomphé à ce moment là, est un des actes fraternels les plus importants et les plus purs qu'ait vécu la démocratie dans le monde. En s'engageant sciemment dans une campagne que la grande majorité estimait frauduleuse dès ses débuts, Saavedra et son équipe ont estimé que le sacrifice en valait la peine et ont décidé de l'assumer une fois pour toutes. Pour eux, pour leurs parents, pour leurs enfants. C'est pour cela que Saavedra m'a plu, car il s'est converti en quelqu'un d'héroïque et de plausible. Longue vie à Saavedra. Il me manque déjà.





How are Raul Peralta (Tony Manero), Mario Comejo (Post Mortem) and Guzmán (NO) related?

Raúl Peralta, Mario Comejo and Luis Guzmán unite in their loneliness, in their invisibility to those around them, in their relationship of subjection to power. However, what makes them radically different amongst themselves is that Guzman believes and supports an ideology. Guzman is the most harmful and dangerous representative of the Chilean right wing: a social climber, completely lacking in talent, but servile and useful to the dictatorship. Personally, what moved me about this role was his infinite loneliness and the secret hope of someday being able to enter Pinochet's closest and most familiar circle, yet knowing that this shall never happen. Unlike Raul --a being that completely lacks any ideology and who, from a corner of the story, intends to exercise his power over those less privileged than him, and to kill with as much

impunity as the dictator-- and Mario --a man that from one instant to the next is turned into the protagonist of the most bloody and undesirable story in the Chilean nation purely by the historical circumstances that surround him--, Guzman willingly transits between kindred ideologies with ease: dictatorship and free market. No sentimentalisms, ideals, nor heroic or epic deeds. Just an ideology of free market, trade, and commerce, unable to distinguish a dictatorship from a microwave.

This is your third film set in the same time period. Considering that close to three decades have passed since then, how do you work the perception of time and space?

I don't think that they're "the same time period". Pablo Larrain's way of telling stories is interesting: in *Tony Manero*, he narrated the time of strongest repression and cruelty of the dictatorship; later, with *Post Mortem*, he narrated the beginnings of this horror; and with *NO*, he narrated the dictatorship's apparent agony. Apparent, because this continued and continues to operate in Chile, in the shadows of an apparent democracy. Although they take place in similar years, the three films don't belong to the same time period. A "period" can take place in a few hours, in a few days. This "period", this dictatorship, with other faces, more "democratic" ones, continues to operate, now as a structure of power and an economical system,

Interview Alfredo Castro

through great and powerful economical groups, just as cruel in their segregation and discrimination towards the underprivileged as the awful dictatorship that installed them.

What do you think about the fact that advertising has such a relevant role in current political communication?

This relationship, between politics and propaganda and the agitation of masses, necessary in order to provoke great social changes, has always existed. During World War II, ministries of Propaganda or Information were created in European countries; the same in Russia with Lenin, and in Germany with the Nazi movement. The same thing happened in Chile for the plebiscite. The dictatorship had the country's entire communicational apparatus at its disposal, and had the support of a large part of the population. Therefore, in order to defeat it, it became necessary for the campaign's creatives to gain access to that large mass of terrified doubters and dissidents, with symbolic messages that would appeal to people's subconsciousness, instincts, emotions and feelings. To simplify the ideas as much as possible; to use sparse, clear, and concentrated ideas. This is why the slogan for the NO campaign, which was led mainly by young advertising agents, "Happiness is Coming", is, as my character Guzman says, a promise, a ideal for the future, and a change that turned out to be unbeatable. And so it was.

Entretien Alfredo Castro

Comment rapprocher Raúl Peraltá (« Tony Manero »), Mario Cornejo (« Santiago 73, Post Mortem ») et Luis Guzmán (« NO ») ? Comment sont-ils liés ?

Raúl Peraltá, Mario Cornejo et Luis Guzmán fraternisent dans leur solitude, dans leur invisibilité aux autres, dans leur relation de soumission au pouvoir. Ce qui cependant les rend radicalement différents, c'est que Guzmán croit et soutient une idéologie. Guzmán est le représentant le plus nuisible et le plus dangereux de la droite chilienne, un arriviste dépourvu de tout talent mais dévoué et utile à la dictature. Ce qui m'a personnellement ému dans ce rôle c'est sa solitude infinie et l'espérance secrète d'entrer un jour dans le cercle fermé et familial de Pinochet, tout en sachant qu'il n'y n'arrivera jamais. C'est le contraire de Raúl, un être dépourvu d'idéologie, qui prétendait, dans son coin de l'histoire, exercer le pouvoir sur les plus dépourvus lui et tuer impunément comme le dictateur. Enfin, Mario, un homme que les circonstances historiques ont subitement converti en un personnage de l'histoire la plus sanglante et indésirable de la nation chilienne. Guzmán, par lui-même, adhère à des idéologies analogues : la dictature et le marché. Aucun sentimentalisme, aucun idéal, aucun geste et aucune poésie. La seule idéologie du marché, du trafic et du commerce, qui ne distingue pas un dictateur d'un micro-onde.

C'est votre troisième film qui se situe à la même époque.

En considérant qu'il s'est aujourd'hui écoulé presque trois décennies, comment travaillez-vous la perception du temps et de l'espace ?

Je ne pense pas qu'il s'agisse de la « même époque ». La manière dont Pablo Larraín révèle cela est intéressante : dans « Tony Manero », il retrace les instants les plus répressifs et cruels de la dictature. Postérieurement, dans « Santiago 73, Post Mortem », il observe les débuts de cette horreur ; et dans « NO » l'apparente agonie de la dictature. Apparente car celle-ci a continué et poursuit son œuvre au Chili derrière les ombres d'une démocratie de façade. Bien que les trois films soient rapprochés dans le temps, ils n'appartiennent pas à la même époque. Une « époque » peut se passer en quelques heures, en quelques jours. Cette « époque », cette dictature, avec d'autres visages plus « démocratiques », continue d'opérer aujourd'hui comme une structure de pouvoir et de système économique à travers de puissants groupes, une structure aussi cruelle dans sa ségrégation et sa discrimination envers les plus démunis que l'a été la néfaste dictature qui les a mis en place.

Que pensez-vous du fait que la publicité ait un rôle aussi important dans la communication politique actuelle ?

Cette relation, entre politique, propagande et agitation de masse, est nécessaire pour provoquer de grands changements sociaux,

et a toujours existé. Pendant la Première Guerre Mondiale, il s'est créé en Europe des Ministères de la Propagande ou de l'Information ; plus tard la même chose en Russie avec Lénine, et en Allemagne avec le mouvement nazi. Il est arrivé la même chose au Chili avec le référendum de 1988. La dictature dispose de tout l'appareil de communication en sa faveur ainsi que d'un grand soutien citoyen. Cependant, il apparaît nécessaire aux créatifs de la campagne d'accéder à cette grande masse terrorisée d'indécis et de dissidents, avec des messages symboliques qui font appel à l'inconscient des personnes, à leurs instincts, leurs émotions et leurs sentiments. Simplifier au maximum les idées, peu d'idées mais claires et concentrées. C'est pour cette raison que le slogan de la campagne du Non, principalement dirigée par de jeunes publicitaires, « La joie arrive enfin » est, comme le dit si bien Guzmán, mon personnage dans le film, une promesse, un idéal de futur et de changement qui est imbattable. Et il en fut ainsi.





Production Credits

Director: Pablo Larraín
Producers: Juan de Dios Larraín, Daniel Dreifuss
Executive Producers: Jeff Skoll, Jonathan King
Associate Producer: Niv Fichman
Screenplay: Pedro Peirano
Based on the play "The Referendum" by Antonio Skármeta.

Director of Photography: Sergio Armstrong
Designer: Estefanía Larraín
Line Producer: Eduardo Castro
Sound Design: Miguel Hormazábal
Post Producer: Cristián Echeverría
Fabula Crew: Mariane Hartard, Juan Ignacio Correa, Andrea Carrasco, Sofía Subercaseaux.

Year: 2012
Length: 110 minutes
Film Format: Umatic
Exhibition Format: DCP – 35mm

Countries: Chile – USA – México
Production Companies: Fabula – Participant Media - Canana

Contacts:

Chile Producer
Juan de Dios Larraín
juandedios@fabula.cl

US Producer
Daniel Dreifuss
daniel@filmedimagination.com

Sales for North American Rights
Jonathan King
jking@participantmedia.com



Contact Information

Worldwide Sales / Funny Balloons

CANNES – MARCHÉ DU FILM
FROM 14 TO 26 MAY 2012
17 square MÉRIMÉE - 2nd Floor - 06400 Cannes
tel/fax: +33 4 93 30 08 46

PETER DANNER - sales & acquisitions
Cell: +33 6 74 49 33 40
Email: pdanner@funny-balloons.com

LOUIS BALSAN - international sales
Cell: +33 6 50 33 75 42
Email: sales@funny-balloons.com

PAPE BOYE - sales consultant
Cell: +33 7 87 33 75 22
Email: p.boy75@gmail.com

EMMANUELLE ZINGGELER - PR coordinator
Cell: +33 6 07 84 66 06
Email: ezinggeler@hotmail.com

Premier PR's contact details in Cannes:

PREMIER PR OFFICE
CANNES 2012
Villa Marie Pierrette
3, rue Henri Paschke, 06400 Cannes
www.premierpr.com
+33 (0)4 93 38 00 17

Contact: Liz Miller
Liz.miller@premierpr.com

