

NO, DE PABLO LARRAÍN

La película retrata el proceso creativo del desarrollo de la propaganda y campaña política del *No* (transición a la democracia), la cual tuvo lugar en Chile durante el plebiscito del 5 de octubre de 1988 en contra del *Sí* (continuidad en el poder de la dictadura de Augusto Pinochet).

Destaca de la campaña del *No* cómo un grupo de personas, en unión con artistas nacionales e internacionales, y apoyados en las herramientas sociales y políticas creadas e impuestas por la dictadura, dio lugar a un discurso que permitió el posterior derrocamiento de Pinochet. La oposición estaba integrada por 17 partidos políticos, mientras que el *Sí* se integró 10 partidos políticos.

La relevancia del hecho fue que por primera vez en la historia de Chile se dio cabida a spots televisivos de 15 minutos para cada postura política, los cuales comenzaron a difundirse un mes antes del referendo (el 5 de septiembre) a las 11 de la noche. El último par de spots fue transmitido la noche del 30 de septiembre.

En lo que refiere a la calidad (construcción argumental, filmaciones, música) de los spots, la campaña del *No* fue superior en todo momento a la del *Sí*. Las principales armas de la oposición fue la frase "*La alegría ya viene*", así como su logo, un arcoíris que simbolizaba la unión de todo el espectro político opositor.

En contraparte, la campaña del *Sí* tuvo como estrategia mostrar una faceta democrática y amable del general Pinochet, tuvo tintes patrióticos en los que incluso se podía denotar culto a la personalidad del dictador. Tal fue su fracaso que tuvieron que recurrir a la crítica de los contenidos de la campaña del *No*.

Dentro de los diferentes spots publicitarios de la campaña del *No* destaca el de la "*bolsita de té*", en el cual aparece una mujer de edad avanzada en una tienda en la cual, entre otras cosas, desea comprar té, al revisar su monedero se da cuenta de que no tiene el dinero suficiente para comprar un par de bolsitas, por lo que tiene que conformarse solamente con una. De esta forma, con un escenario sombrío y solemne, la campaña del *No* le mostraba a Chile cómo podía ser (o seguir siendo) su realidad.

Esta "guerra mediática" marcó un precedente en la historia chilena, siendo la primera ocasión en la que la dictadura daba voz a la oposición; si bien por la seguridad que tenían al respecto de los resultados, la realidad fue que se les proporcionó la posibilidad de expresarse en contra de la imagen y los ideales de Pinochet, algo insólito en esa época. No sólo la realidad retratada por la campaña del *No*, sino la creatividad y los elementos empleados en sus campañas desataron y reforzaron el interés y la intención de voto de aquellos chilenos que durante mucho tiempo desearon tener la oportunidad de ser escuchados a través de su voto. A continuación algunas muestras de las campañas entonces empleadas:

