10 2006

Amintirile unei video-activiste

Joanne Richardson

Am plecat din Bucureşti la vârsta de nouă ani. Părinţii mei erau refugiaţi pe motive politice. Am primit azil politic în Austria, iar mai târziu ne-am mutat la New York. Am avut parte de o copilărie precară, dar privilegiată, în sensul că am învăţat la unele dintre cele mai bune şcoli din America, aceste fabrici sociale ce produc intelectuali marxişti. Apoi am renunţat să-mi mai dau doctoratul, am plecat din SUA şi am venit în România să mă fac video-activistă. Vreme de mulţi ani, am respectat aceleaşi canoane şi reguli de etichetă ca majoritatea activiştilor media occidentali. Însă acestea mi s-au părut mereu ciudate, ca şi cum le vedeam în afara contextului lor şi le auzeam rostite într-o limbă străină pe care o înţelegeam doar în parte.

Video-activismul îşi are rădăcinile în mişcările media alternative ale anilor 1960 şi 1970. Deşi presa de opoziţie cu un conţinut alternativ a apărut încă din secolul al XIX-lea, aceasta privilegia poziţia intelectualilor şi menţinea ierarhii structurale ale cunoaşterii. Mişcările sociale ale anilor 1960 şi 1970 s-au evidenţiat prin dorinţa de a provoca schimbări sociale nu prin intermediul ideilor alternative, ci prin însuşi procesul de producţie, transformându-i pe spectatori în producători şi abolind distanţa dintre specialiştii care creează cultura şi consumatorii pasivi ai acesteia. Încă de pe vremea

aceea, ţelul cel mai ambiţios al video-activiştilor era să îi includă pe non-experţi în procesul de producţie. Modificările de formă sau stil au fost lăsate pe planul al doilea, fiind considerate mai puţin importante şi mai puţin radicale. Aceeaşi idee călăuzeşte şi video-activismul de astăzi – diferenţa fiind proliferarea materialelor video-activiste graţie echipamentelor ieftine şi Internetului.

Video-activismul a fost uneori criticat pentru faptul că este repetitiv, convenţional din punct de vedere stilistic şi pentru că produce nenumărate imagini ale unor demonstraţii care arată toate la fel şi care se contopesc una cu alta. Căutarea instantaneităţii, a „documentului" nemediat duce adesea la ignorarea unor aspecte precum forma, stilul, tehnicile de montaj sau publicul. La celălalt capăt al spectrului, care este mai caracteristic artistului video transformat în activist, s-a înregistrat o revenire la tradiţia constrângătoare a clasicului *auteur* care îşi încorsetează subiectele în teorii pre-formulate. Când a prezentat câteva fragmente dintr-un material video nefinalizat despre construirea unei conducte de petrol în regiunea Mării Caspice, Ursula Biemann a mărturisit că i s-a părut „enervant" faptul că ţăranii care locuiau de-a lungul porţiunii pe unde avea să treacă acea conductă fuseseră fericiţi să primească bani în schimbul pământului lor şi nu aveau nici o intenţie să opună rezistenţă. Realitatea nu se prea potrivea cu povestea pe care dorea ea să o spună. Acesta nu este un exemplu izolat – mulţi artişti activişti îşi lasă propria voce (sau mai bine spus ideile împrumutate de la teoreticienii la modă) să acopere imaginile. În vreme ce prima formă de video-activism riscă să cadă pradă naivităţii transparenţei pure ce caracteriza cinematograful direct, cea de-a doua întruchipează adesea cele mai rele aspecte pe care militantismul le-a lăsat moştenire de-a lungul istoriei.

Situaţioniştii îi criticau cândva pe militanţi pentru faptul că îşi lasă dorinţele subiective şi energiile creative să se subordoneze unei

corvezi marcate de rutină şi repetabilitate – lipirea de afişe, pregătirea pentru demonstraţii, participarea la întruniri, angajarea în discuţii nesfârşite despre protocoale de organizare. Însă ei au omis să analizeze un fapt foarte important, şi anume originea militaristă a militantismului şi consecinţele acesteia. Militanţii îşi subordonează necesităţile imediate unei pasiuni copleşitoare (unei cauze supreme), de dragul căreia toate celelalte lucruri sunt sacrificate. Ei consideră că se află în toiul unui război, o stare de excepţie care cere o comportare extraordinară şi sacrificii. Militanţii nu militează pentru ei înşişi; ei îşi pun vieţile în slujba acelei categorii sociale pe care o consideră cea mai asuprită (sau, mai precis, în slujba propriilor idei despre nevoile celor asupriţi). Acest avangardism indirect îi privilegiază pe intelectuali şi teoria corectă, mai ales atunci când realitatea pare să o contrazică.

Sunt multe aspecte ale militantismului cu care nu m-am împăcat niciodată – avangardismul său, atitudinea conflictuală, asumarea revoluţiei ca teatru al machismului politic. Când am revenit în România, am perceput neîncrederea cu privire la politica militantă drept o şansă de a lăsa în urmă tradiţia sa viciată şi de a o lua de la zero. Scriam cândva cu entuziasm despre o nouă paradigmă a colaborării de grup care apăruse la începutul anilor ’90 în Europa de Est – o alternativă conştientă la declaraţiile şi proclamaţiile intransigente care au marcat nu doar militantismul de stânga, ci şi istoria avangardei. S-a dovedit însă că optimismul meu era exagerat. După şaptesprezece ani, scepticismul la adresa militantismului s-a transformat într-o denunţare categorică a politicii de stânga şi într-o scuză pentru resemnarea pasivă. Orice critică adusă capitalismului este respinsă drept nostalgie după dictatura comunistă. În ceea ce priveşte postcomunismul, problema nu este că acesta respinge trecutul comunist, ci că o face în mod superficial şi oportunist şi că scopul său ultim nu este să emită judecăţi despre istoria regimurilor

comuniste, ci să discrediteze orice idei noi care invocă noţiunea de comun, de colectiv, de public, sau chiar activismul însuşi. Când activismul este scos în afara legii, când nu mai poate fi nici măcar contemplat, are loc o legitimare implicită a opusului său. Pasivitatea devine realitatea cotidiană corespondentă.

Împreună cu câţiva prieteni, am iniţiat în 2003, la Cluj, D Media (http://www.dmedia.ro). Intenţia noastră era de a crea un context pentru activismul media, inexistent până atunci, şi să facem ca practica auto-organizării să devină mai contagioasă. Primul proiect video al D Media a fost *Real Fictions* (*Ficţiuni adevărate*), o serie de documentare experimentale realizate în colaborare cu voluntari din Cluj, cu vârste cuprinse între cincisprezece şi douăzeci de ani. Fundalul imediat al proiectului *Real Fictions* a fost apatia generală a tinerilor faţă de implicarea politică şi lipsa de experienţă în privinţa auto-organizării, care îi determină adesea să se resemneze cu faptul că nu au nici o putere de a schimba lucrurile şi să-şi îndrepte privirile către un lider puternic care le promite să-i salveze. PRM, partidul de extremă dreaptă, s-a descurcat de minune în acest context, având membri în parlament şi un candidat la preşedinţie cu simpatii xenofobe foarte puternice care a obţinut mai bine de 30 % din voturi la alegerile din 2000. O mare parte dintre susţinătorii săi au mai puţin de 25 de ani. Cele două materiale la care am colaborat, *Folklore* (*Folclor*) şi *Paint Romanian* (*Vopseşte româneşte*), au abordat în mod direct dezvoltarea naţionalismului şi extremei drepte în România, de la partidele politice gen PRM până la micile grupuri neofasciste precum Noua Dreaptă, care militează pentru o soluţie finală în chestiunea ţiganilor şi pentru reintroducerea homosexualităţii pe lista infracţiunilor. *Folklore*, cea mai lungă dintre lucrări, porneşte de la realitatea cotidiană a oraşului Cluj, dezvăluind temerile şi frustrările care i-au determinat pe cei mai mulţi locuitori să îl aleagă primar al oraşului, trei mandate la rând,

pe Gheorghe Funar, naţionalist extremist şi membru PRM. *Paint Romanian* este un montaj ritmic pe un fundal muzical, alcătuit din sute de instantanee ale obiectelor tricolore ce reflectă obsesiile naţionaliste ale Clujului în timpul mandatului de primar al lui Funar. *Behind the Scene* (*În spatele scenei*) prezintă felul în care artiştii tineri privesc strădania lor de a-şi câştiga existenţa, deficienţele instituţiilor care promovează arta contemporană în România şi importanţa spaţiilor administrate de artişti. Cel de-al patrulea video, *Open*, care a fost filmat în Croaţia, în 2004, pe durata desfăşurării Transhackmeeting, prezintă implicaţiile politice şi economice ale mişcării Free/Open Source Software.

Real Fictions a încercat să elimine diferenţa dintre experţii şi consumatorii de media prin implicarea adolescenţilor în procesul realizării video. Însă în ciuda intenţiei noastre de a la acorda voluntarilor statutul de parteneri egali, aceştia au continuat să ne considere pe noi experţii însărcinaţi cu luarea deciziilor importante. Mulţi dintre ei voiau să călătorească şi să înveţe câte ceva, însă fără să se implice îndeaproape în totalitatea procesului, fără să participe la multe întâlniri, fără să petreacă prea mult timp făcând muncă de cercetare şi fără să lucreze multe ore la montaj. Ne întrebăm de ce nu a „prins" oare ideea de auto-organizare? Avem tendinţa să idealizăm auto-organizarea ca pe un simbol al libertăţii, ca pe o capacitate de a ne exercita drepturile şi posibilităţile nelimitate. În realitate însă, această libertate nu înseamnă doar bucuria de a ne descoperi creativitatea latentă, ci şi povara responsabilităţii şi muncii asidue.

Deoarece s-a concentrat exclusiv asupra procesului de producţie, proiectul *Real Fictions* a acordat prea puţină atenţie lucrărilor finalizate şi difuzării lor. Privind retrospectiv, impactul asupra vieţii de zi cu zi a voluntarilor noştri pare să fi fost foarte redus în comparaţie cu impactul pe care l-ar fi putut avea filmele video dacă

ar fi fost avute în vedere segmente de audienţă mai largi. Această concluzie este tributară specificităţii situaţiei din România. Câţiva prieteni activişti din Italia m-au întrebat la un moment dat despre mişcările sociale din România, şi am fost nevoită să le mărturisesc că acestea de fapt nu există, cel puţin nu în forma la care se gândeau ei. În Italia, mişcări precum Telestreet sau Indymedia Italy au o vastă reţea de sprijin alcătuită din centre sociale şi sute de mii de oameni. Încercarea de a promova un etos de tip *do-it-yourself* în România cu câte o mână de voluntari este lipsită de acest context preexistent. Iar problema reală pare a se afla în altă parte: într-un discurs hegemonic, aspectele reprimate nu ajung niciodată în conştiinţa publică. Decât să faci filme video pentru un grup restrâns de artişti sau pentru două-trei cluburi subterane, pare a avea mai mult sens să provoci publicul tradiţional să-şi pună întrebări despre felul în care îşi percepe propria lume.

Al doilea proiect video realizat de noi, *Made in Italy* (2005-2006), a fost o colaborare cu Candida TV (http://candida.thing.net), un colectiv activist de la Roma. Filmele video se axează pe de-localizarea companiilor italiene în România şi pe migraţia forţei de muncă româneşti spre Italia. La ora actuală există în România 16 000 de companii italiene, iar unele oraşe, precum Arad sau Timişoara, au fost literalmente transformate în Mici Italii. Realitatea investiţiilor străine s-a dovedit foarte diferită de angajamentul iniţial: regulile de muncă nu au fost respectate, condiţiile de lucru sunt proaste, sindicatele lipsesc, iar multe companii s-au mutat spre Moldova când salariile au început să crească, lăsându-i pe lucrători fără un loc de muncă de la o zi la alta. Mulţi oameni au preferat să muncească în străinătate decât să concureze pentru slujbe plătite cu 70 de euro pe lună la firmele italiene din România. Italia a devenit principala destinaţie a emigranţilor români, cu o cifră estimată la două milioane de

muncitori, cei mai mulţi clandestini. Ni s-a părut important să evidenţiem această legătură, deoarece discursul public din România, lipsit de o perspectivă critică, a ridicat în slăvi investiţiile străine ca pe un panaceu ce avea să salveze naţiunea. Acest lucru este şi mai adevărat acum, într-o perioadă de apogeu a euforiei privind UE.

Filmele video din compilaţia *Made in Italy* introduc o contra-naraţiune care o însoţeşte pe cea principală, însă nu este vorba de o naraţiune spusă de o voce unitară. Filmele prezintă punctele de vedere discordante ale patronilor companiilor italiene, reprezentanţilor instituţiilor culturale italiene, ale muncitorilor, şoferilor de taxi, artiştilor, studenţilor, liderilor sindicali şi emigranţilor români din Italia. Iar între diverşii „autori" de la D Media şi Candida TV care au pus laolaltă naraţiunile există de asemenea diferenţe în ceea ce priveşte perspectivele, stilurile de filmare şi opiniile legate de montaj – iar toate acestea împreună au făcut ca un punct de vedere unic să fie imposibil. Drept urmare, naraţiunea se derulează prin disjuncţii şi devine tot mai complicată pe măsură ce înaintează. Nu există un univers unificat, ci o coliziune între mai multe lumi. Publicul trebuie să pună fragmentele laolaltă şi să tragă propriile concluzii.

În comparaţie cu proiectul precedent, *Made in Italy* a creat într-adevăr senzaţia unei colaborări între egali. Aceasta a însemnat că, privit cu realism, procesul s-a dovedit adesea dificil, de vreme ce existau multe dezacorduri în legătură cu ideile şi stilurile, dar trebuia totuşi să se ajungă la un consens. Însă în ultimă instanţă, cel mai interesant aspect al oricărui proces de colaborare real este faptul că cei implicaţi se regăsesc transformaţi; renunţăm toţi la o parte din dogmatismul propriu pe măsură ce ajungem să vedem lucrurile din perspectiva celorlalţi, învăţăm toţi câte ceva despre propriile prejudecăţi, vedem cum ideile noastre se şlefuiesc prin

procesul dialogului şi devenim capabili să facem o treabă mai bună decât am fi făcut lucrând fiecare pe cont propriu.

Decizia de a adopta ca principiu de bază al video-activismului includerea spectatorilor obişnuiţi în realizarea materialelor tinde să se axeze în întregime pe procesul de producţie, şi nu pe lucrarea propriu-zisă. Importanţa prezentării perspectivelor şi vocilor care nu se fac de obicei auzite nu trebuie desconsiderată. Însă în domeniul video-activismului dimensiunea estetică se pierde adesea. În cercurile activiste nimeni nu vorbeşte despre opera de artă sau despre estetică, de vreme ce acest tip de discuţii este respins ca elitist. Cuvântul „artă" a devenit penibil în toate ipostazele cu excepţia celei situaţioniste – care priveşte arta ca pe o eliberare a energiilor creatoare cu care fiecare om este înzestrat, dar care au fost reprimate de rutina şi plictisul vieţii cotidiene. Arta înseamnă acest lucru, dar mai înseamnă şi altceva. Este un act de comunicare, şi spre deosebire de celelalte forme de comunicare (declaraţia politică, eseul filozofic sau emisiunea de ştiri), ea comunică anumite calităţi şi afecte ce depăşesc schemele conceptuale. Arta are puterea de a provoca – nu prin intermediul argumentaţiei, al informaţiei lipsite de ambiguitate sau al propagandei agitatoare, ci prin ceva ce rămâne încă greu de definit. Ea îi incită pe oameni să gândească şi să simtă altfel, să pună întrebări mai curând decât să accepte răspunsuri gata făcute.

În perioada în care era membru al grupului Dziga Vertov, Godard a făcut câteva filme extrem de arogante de propagandă maoistă. În *Pravda*, film despre revolta de la Praga din 1968, bântuie tropul corectitudinii ideologice: ni se spune că studenţii care au arborat drapelul negru „nu gândesc corect" şi că realizatoarea de filme Vera Chytilova „nu vorbeşte corect". Ideea din spatele filmelor făcute de Dziga Vertov este că imaginile sunt întotdeauna false şi trebuie negate şi criticate prin intermediul unui „sunet corect". Ultimul

proiect al grupului Dziga Vertov a fost filmul rămas neterminat *Until Victory* (*Până la victorie*), filmat în 1970 în timp ce Organizaţia de Eliberare a Palestinei se pregătea pentru o revoluţie. După desfiinţarea grupului Dziga-Vertov, Godard a colaborat cu Anne-Marie Mieville, folosind materialele filmate pentru *Until Victory* la realizarea unei noi lucrări, *Here and Elsewhere* (*Aici şi altundeva*). Aşa cum ni se arată în comentariul filmului, *Until Victory* avea o problemă, şi anume că sunetul era prea puternic, „atât de tare încât aproape acoperea vocea pe care voia să o extragă din imagine". Filmul pune în discuţie nu numai *Until Victory*, ci realizarea de filme militante în general. *Here & Elsewhere* este un film compus din întrebări. „Am mers în Palestina acum câţiva ani", povesteşte Godard. „Să facem un film despre revoluţia ce urma să aibă loc. Dar cine suntem aceşti noi, de aici? De ce ne-am dus acolo, altundeva? Şi de ce aici şi altundeva nu se întâlnesc niciodată cu adevărat?" Vocea din fundalul filmului mărturiseşte: „Întors în Franţa, nu ştii cum să înţelegi filmul... contradicţiile explodează, inclusiv în ceea ce te priveşte." *Here and Elsewhere* este o meditaţie asupra modului în care militantismul revoluţionar este pus în scenă ca teatru politic: gesturile şi discursurile sale propagandistice, mascarea disjuncţiilor pentru a re-prezenta o singură voce a celor uniţi în luptă. Este pusă de asemenea în discuţie complicitatea realizatorilor de film activişti, care aranjează sunetul şi imaginile într-un anumit fel cu scopul de a prezenta linia politică „corectă" şi de a inhiba gândirea critică. Într-o epocă dominată de o politică a mesajului, *Here & Elsewhere* este în căutarea unei politici a întrebării.

Godard făcea cândva o distincţie între a face un film politic (un film despre politică) şi a face un film în mod politic. A face film în mod politic înseamnă a cerceta felul în care imaginile îşi capătă înţelesul şi a submina regulile jocului, indiferent dacă jocul este mistificare

hollywoodiană sau propagandă militantă. Înseamnă a provoca privitorii să devină fiinţe politice, să mediteze la propria lor poziţie faţă de putere, să aibă îndoieli şi să pună întrebări. Prin contrast, o mare parte a video-activismului contemporan este de fapt propagandă inversată. În vreme ce conţinutul este diferit de cel al presei tradiţionale, forma şi funcţia acesteia sunt adesea menţinute. Propaganda îşi prezintă poziţia ca firească şi inevitabilă, fără să reflecteze asupra modului în care este construită. Multe materiale video activiste îşi etalează militantismul mai curând prin sloganuri emoţionale decât prin argumentaţie şi rămân oarbe cu privire la propriile contradicţii interne. Filmul video *Rebel Colors* realizat de Indymedia, care documentează manifestaţiile de la Praga din 2002 împotriva FMI şi Băncii Mondiale, prezintă perspectivele unilaterale ale activiştilor veniţi din America, Marea Britanie, Olanda, Franţa, Spania şi Italia, inclusiv ale membrilor partidelor comuniste de astăzi. Ceea ce lipseşte cu desăvârşire este imaginea contextului ceh –mulţi locuitori au denunţat evenimentele respective ca fiind o încercare de înscenare a unei revoluţii de către străini, care au invocat sloganuri aparţinând unei ideologii pe care cehii înşişi o consideră retrogradă. Deoarece lipseşte conflictul dintre perspective, proiectul se dovedeşte a fi la fel de dogmatic ca şi mass-media, chiar dacă există o inversare a conţinutului.

Video-activismul s-a născut din recunoaşterea faptului că mass-media este controlată de elite puternice şi că, chiar dacă pretinde că slujeşte interesul democratic al publicului de a fi informat, interesele sale reale, sursele sale de sprijin financiar, conducerea sa ierarhizată şi procesele de luare a deciziilor rămân toate ascunse în spatele uşilor închise. Este foarte important să se contracareze aceste practici prin luarea în considerare a perspectivelor şi dorinţelor oamenilor obişnuiţi şi ale grupurilor marginalizate şi prin asigurarea unui proces de producţie cât mai democratic, mai non-

ierarhic şi mai transparent posibil. Însă nu este suficientă eliminarea distincţiilor dintre producţie şi consum şi dintre specialişti şi spectatori. Este de asemenea necesar să punem sub semnul întrebării modul în care imaginile şi sunetul sunt organizate pentru a produce semnificaţia. În ultimă instanţă, video-activismul înseamnă a face proiecte video în mod politic – refuzând să furnizeze banalităţi, răspunsuri gata făcute sau o linie politică „corectă". Înseamnă a face materiale video sub formă de întrebări.

Traducere de Irina Scurtu, pentru revista Vector nr. 3, Iaşi, 2007. Versiunea originală în limba engleză se găseşte la http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors3/richardsontext3.html.