

¿REACCIONARIOS O ACTIVISTAS? ERICH BLUMRICH Y EL USO MULTIMEDIA EN DISCURSOS POLÍTICOS

Ana Clara Jaluf / Erika Terbeck

Bienvenidos a la matrix

Durante el 2003 la organización Moveon.org ¹ nombró a Michael Moore, entre otros, para actuar de jurado en la convocatoria a un concurso virtual que tenía como único objetivo la realización de un aviso publicitario de 30 segundos de duración máxima, que focalizaba en la condena a una reelección del presidente Bush. Esa Convocatoria buscaba minar la creciente ola de apoyo al gobierno republicano en vistas a las elecciones presidenciales de noviembre de este año.

La Convocatoria estableció diferentes categorías para la participación. Sin embargo, una vez que se escogieron los 6 ganadores y 26 finalistas, los organizadores seleccionaron lo que consideraron las 150 mejores producciones para su acceso por Internet. El sitio sigue activo en: <http://www.bushin30seconds.org>.

Esa Convocatoria, que fue publicitada por medios periodísticos de todas partes del mundo, nos acercó al trabajo de Eric Blumrich. Esta persona, como tantas otras, no sólo ha participado de la propuesta de MoveOn.org, sino que además forma parte de lo que se denominan **sítios web antibush**. Blumrich

¹ La Organización MoveOn.org tiene por objetivo principal atraer nuevamente a la política al ciudadano común. La red nacional esta integrada por 2 millones de activistas online. Fue creada por Joan Blades y Wes Boyd, dos entrepreneurs de Silicon Valley. Ninguno de los dos contaba con experiencia en política, pero ambos compartían la frustración de las consecuencias políticas del gobierno de Washington. El 18 de septiembre de 1998, lanzaron un petitorio online titulado "Censure President Clinton and Move On to Pressing Issues Facing the Nation." En pocos días, tuvieron cientos de miles de adherentes y comenzaron a buscar la forma de que esas voces pudieran ser escuchadas. Agrupa 3 entidades: MoveOn.org: organización que primeramente focaliza en la educación y se aboca a temas nacionales; MoveOn PAC: ayuda a que los miembros puedan votar candidatos que reflejen sus valores.; MoveOn.org Voter Fund, que educa a los votantes respecto a posiciones, puntos de vista y calificaciones de los candidatos para puestos públicos.

cuenta con su propio sitio web (<http://www.ericblumrich.com/animation.html>) donde, a través de trabajos multimedia, hace explícitas sus críticas políticas.

Nuestro trabajo se focalizará en el sitio web de Blumrich porque consideramos que sus producciones dan cuenta de las formas que asumen, en nuestros días, la construcción de discursos políticos multimedia en Internet. Si bien entendemos que no es posible establecer generalizaciones a partir de un solo caso, esperamos que algunos elementos puedan llegar a servir para futuros análisis de otros sitios web que utilicen recursos similares.

Nuestra intención radica en una descripción que descansa en una diversidad de marcos teóricos que incluye, no sólo la semiótica, sino también la antropología, la sociología y la economía política. Creemos que así se pueden leerse ciertos elementos que permitan profundizar los debates contemporáneos sobre la utilización de la imagen. De esta manera, presentamos un escenario ampliado, donde la construcción de discursos aparece en un contexto específico y vinculado a otros fenómenos por fuera de la especificidad que le da origen.

La realidad virtual y lo virtualmente real

El 11-S cambió el panorama político y social norteamericano. Hasta entonces todavía era posible encontrar opiniones críticas respecto al funcionamiento de la economía desde el inicio del llamado “mandato Bush”. Sin embargo y, a pesar de las restricciones gubernamentales, el horror de los cuerpos arrojándose desde las majestuosas Torres Gemelas calló cualquier intento de reflexión económica. A partir de entonces, la polémica se centró en si era o no necesaria dar una respuesta al ataque terrorista.

Con la campaña a Afganistán y la consecuente invasión a Iraq (a pesar de las múltiples manifestaciones civiles en varias partes del globo), el peligro de que esas guerras vinieran a servir en favor de una futura reelección presidencial se hizo cada vez más evidente.

Para David Held, las guerras despertaban en la población el sentimiento de pertenecer a una comunidad política y los derechos y obligaciones que esa

pertenencia implicaba. Para cualquier Estado era de suma importancia, al momento de emprender cualquier acción bélica, contar con el apoyo y consenso de gran parte de la población, para hacer frente a los costos que tales acciones acarrearían. Ganar y/o conservar el favor de los súbditos, era asegurarse la legitimidad y el poder del Estado.²

No cabe duda que las acciones bélicas norteamericanas sirvieron a ese propósito, es decir, a incitar a la población a respaldar las acciones gubernamentales apelando a un nacionalismo que no admitía críticas de ningún tipo (*you are with us or against us*). Y tanto la televisión, la cinematografía, como las radiodifusoras hicieron su aporte a la causa.

Si bien mencionamos que fueron pocos los que señalaron los costos económicos de los emprendimientos bélicos o bien, las pérdidas financieras desde el inicio del período Bush, el tema de la reelección impulsó a los contrarios al gobierno republicano a sumar esfuerzos para encarar una oposición más fuerte.

Dado que los medios de difusión tradicionales (radio y tv) respondían al gobierno, Internet se convirtió para muchos en el espacio ideal para difundir sus opiniones. Si bien tenía la desventaja de competir con mercados virtuales, pornografía y foros de todo tipo, por lo mismo constituía una gran ventaja: la libertad de expresión que brinda la falta de una norma legal acabada. Este es el contexto en el que aparecen organizaciones como *MoveOn.org* o iniciativas personales como las de Blumrich.

Este tipo de movimientos, agrupaciones o iniciativas políticas online ofrecen a las personas (en general de sectores medios y altos) la facilidad de contar con un espacio para el activismo político a tan sólo un “click”. La iniciativa parece exitosa si se tiene en cuenta el número de cibernautas en el mundo y el porcentaje que participa (virtualmente) de este tipo de experiencias sólo en Estados Unidos³.

² Held, D. *La democracia y el orden global*. Cap. 3, pág. 79.

³ Estimaciones a finales de 2002 fijaban el número en aproximadamente 605.60 millones de personas en el mundo conectadas, de las cuales correspondería un total de 182.67 millones a Estados Unidos y Canadá. http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html.

Y aquí interviene uno de los factores fundamentales para el éxito de estos emprendimientos: los **vínculos** entre sí. Cada sitio contiene una extensa enumeración de links o listas de sitios similares, que dan forma así a la expresión *red de redes*. De esta manera, este escenario virtual presenta un atractivo adicional: la posibilidad de acceso no sólo de personas de una misma región geográfica sino de otras regiones. En el caso de Blumrich, por ejemplo, observamos que uno de sus trabajos fue traducido a varios idiomas (entre ellos, el español).

En suma, entendemos por qué muchos especialistas consideran que de aquí a 4 años Internet sumará navegantes. Atractivos de todo tipo hacen pensar que Internet aún tiene un largo camino a recorrer y que sólo estamos en la etapa inicial del mismo. Más allá de la opinión de sus detractores, somos optimistas cuando pensamos en sus posibilidades, habida cuenta del espacio de participación que significa en la actualidad para muchos.

Texto y multimedia: ¿la caída del rey?

Cuando Internet iniciaba sus primeros pasos los sitios web se caracterizaban por un diseño sencillo, donde las capacidades técnicas limitaban el uso de imágenes o sonidos. Así, el texto adquirió una importancia que comenzó a ver su ocaso con el desarrollo de nuevas tecnologías (tanto de software como hardware), que alcanzó una nueva dimensión con la simplificación de los lenguajes informáticos para usuarios tipo.

Cualquier usuario avanzado de computadoras puede no sólo tener a su alcance las herramientas de diseño informático, sino que posee el conocimiento básico para utilizarlas. Sin embargo, la posibilidad de traducir un texto escrito, una idea, un pensamiento, a una imagen y construir un sentido determinado a partir de ella, sigue siendo terreno de unos pocos.

Los trabajos multimedia tienen la particularidad de que, para ser efectivos, deben ser de rápido acceso. Su discurso, por lo general, es sencillo y de fácil comprensión por un público lego. Alterna y/o superpone sonidos, textos e imagen

por igual, quizás privilegiando, la mayoría de las veces, la imagen por sobre la palabra. La fotografía y el video cobran entonces especial importancia. Eventualmente, las cámaras digitales al alcance de todos vienen a completar un escenario marcado por el rápido ascenso de lo visual.

Más que aguja en el pajar

Eric Blumrich es ilustrador y diseñador web, sin especial educación política o afiliación partidaria. Los episodios del 11 de septiembre y las consecuentes guerras emprendidas por el gobierno republicano figuran como los motivos principales de sus trabajos multimedia.

Inicialmente, Blumrich buscó expresar su repudio (desde la creación artística) a las acciones bélicas y, por ello, tituló sus trabajos “*antiwar*”. Sin embargo, a los pocos días, comenzó a indagar en las particularidades de los gobernantes y a cuestionar a la presidencia y a su entorno. La respuesta de los visitantes fue de tal magnitud, que según Blumrich, fue lo que provocó la mudanza del sitio a un servidor de mayor capacidad.

El sitio se organiza en distintas secciones:

- Home
- Animation
- Media
- Downloads
- Support
- Store
- Bio/About
- Links
- Contact
- Legal
- Forum
- F.A.Q
- Chat

- Image Vault

Animation: contiene 26 trabajos propios. Todos ellos pueden ser visualizados en formato flash que se ejecutan en el mismo explorador. A la vez, estos pueden ser guardados en la PC (como archivo flash autoejecutable, con opción especial para los usuarios Macintosh). De todos ellos, Terror, Democracy, and Liberation tiene su versión en árabe y Your Tax Dollars at Work y Dust bin America pueden ser bajados por banda ancha, con mayor calidad y sonido estéreo.

Media: esta sección agrupa 130 videos de producción ajena. Combinan animación digital, fotografía y video. Incluye: una producción de Eminem (Mosh); Operation Truth Ad, según Blumrich el único y primer aviso contra la guerra que apareció en Fox News; un folleto para bajar e imprimir sobre Bush; animaciones y juegos varios; archivos de formato gif extraídos del trabajo Idiot son of an asshole y una producción en la que aparece el actor Eric Idle (Monty Phyton).

Support: explicita las formas de colaboración para la continuidad del sitio: difundándolo, o bien, mediante una donación monetaria.

Store: Redirige al sitio “Café.express”, donde se pueden adquirir remeras y tazas con motivos antibush.

Links:

- Right Wing Disinformation Site (aquí se agrupan varios medios de información norteamericanos, como CNN, FOXNews, etc.)
- Progressive resource site
- Anti Bush & Anti war
- Fun Staff / Products
- Cool Tunes / Blogs
- Friends / Radio / Parties
- 2004 Fraud

Image Vault: incluye trabajos de otras personas que el autor pone a disposición del público para que cada uno pueda - de quererlo - edificar su propio sitio web.

El objetivo de este portal es, no sólo generar un espacio para sus producciones (publicidad personal), sino que ese espacio funcione como medio de información para otros artistas o para norteamericanos interesados en profundizar las problemáticas de su sociedad⁴. Esto podemos observarlo en la larga lista de links que funcionan como verdaderos insumos por fuera de los canales oficiales de información pero, con datos, quizás, más cerca de lo real; se puede acceder a páginas con información (no oficial) sobre la actual presidencia, estadísticas económicas y sociales, sitios de otros artistas y activistas online, etc.

Esos esfuerzos personales adquieren especial relevancia en un contexto como el que atraviesa la sociedad norteamericana, donde la **propiedad** de los medios de comunicación/difusión está en manos de grupos vinculados estrechamente a los sectores políticos. Un ejemplo de ello, lo encontramos en General Electric; esta compañía es propietaria de varios medios de difusión (NBS, Universal Films, entre otros) y de industrias pesadas.>⁵

Chomsky afirmaba a finales de los 80, *“los medios de comunicación de masas de los Estados Unidos son instituciones ideológicas efectivas y poderosas, que llevan a cabo una función propagandística de apoyo al sistema mediante su dependencia de las fuerzas del mercado, los supuestos interiorizados y la autocensura, y sin una coerción abierta significativa. Este sistema de propaganda se ha ido haciendo cada vez más eficiente en las décadas recientes, con el desarrollo de las redes nacionales de televisión, la mayor concentración de los medios de comunicación de masas, las presiones*

⁴ En la sección F.A.Q, Blumrich afirma, “(...) my site is not a news site. This site reflects my views, and my opinions (..) Anyone with an internet connection and a web browser can spend 30 seconds on Google, Google news, or Yahoo News and verify EVERY LAST FACT that I put forward in my animations. As I said- this is not a news site. I cannot hold your hand, wipe your nose/butt, and point you towards info that anyone with two brain cells to rub together can find out for themselves. You just spent three minutes WATCHING my animation- maybe you can spend 30 seconds exercising your brain, and find things out for yourselves”.

⁵ Columbian Journalism Review, <http://www.cjr.org/tools/owners/>

de las derecha en la radio y televisión públicas, y el crecimiento en el alcance y sofisticación de las relaciones públicas y el tratamiento de noticias” ⁶.

El escenario descrito por Chomsky se actualiza y profundiza en nuestros días con la evidente concentración de los medios norteamericanos, donde el panorama presenta un total de 6 grandes grupos propietarios contra los 24 mencionados por dicho autor hace tan sólo 15 años.

De fotos y fotógrafos

Blumrich no es fotógrafo. Para sus producciones se vale del material fotográfico realizado por otras personas (sean estas profesionales o no). En algunos de sus trabajos lo hace explícito citando la fuente. Él sólo interviene en la combinación para la resignificación de la fotografía, gracias a su conocimiento y excelente manejo de las herramientas informáticas ⁷.

Esto nos conduce a pensar el papel que dichas herramientas tienen hoy en la construcción de discursos multimedia. Tal como sostiene Matteo Pasquinelli para los movimientos antiglobalización respecto al videoactivismo, *“junto al uso de los personal media como las minicámaras, se difunde también un sencillo conocimiento del montaje video, un know how no solamente técnico sino precisamente ‘gramatical’, que hizo suyos los trucos del montaje cinematográfico y televisivo, el formato ‘psicológico’ a través del cual el flujo televisivo se desliza cada día dentro de nuestras conciencias y diseña inconcientemente el telón de fondo de nuestras opiniones. Los documentales independientes producidos en estos años por el movimiento demuestran un refinado conocimiento del lenguaje video, pero también contaminación, inconciente o estratégica, con el lenguaje televisivo”* ⁸.

⁶ Chomsky, Noam y Herman, Edward. *Los guardianes de la libertad*. Pág. 353.

⁷ Según Blumrich en la sección F.A.Q *“I use Macromedia Flash MX, Photoshop 7.0, Swish Lite 1.5, and Golwave”*.

⁸ Matteo Pasquinelli. “El videoactivismo antes y después de Seattle N30”, en *Mediactivismo. Estrategias y prácticas de la comunicación independiente*. Ed. DeriveApprodi. Roma, 2002

En el caso de Blumrich estamos ante la realización de un discurso que se construye a partir de la influencia de elementos propios de los spots televisivos y/o videoclips musicales, pero que se distancia de ellos porque su fin no es el entretenimiento *per se*, sino la propaganda.

Lo anterior se completa al tener en cuenta el rol que cumple la música y los sonidos en la construcción artística. No se trata de elementos aleatorios, por el contrario, cobran significación en su encuentro con la imagen (cuya combinación tampoco responde a una elección azarosa). De este modo, sonido, música e imagen son elementos que se vinculan íntimamente y sólo pueden ser comprendidos en conjunto. Si bien, pueden ser analizados independientemente, es su cadencia la que nos transporta hacia un nuevo universo de sentido.

El autor acompaña cada imagen fija y la transición de las mismas con un elemento sonoro específico (que incluye al silencio). En algunos casos, Blumrich edifica el discurso partiendo de la lírica musical y allí, la imagen parece subordinarse a ella; en otras producciones sucede lo contrario; la música otorga dramatismo a una imagen que de por sí ya la tiene.



Animação original: <https://www.studium.iar.unicamp.br/19/blumrich/flash_anim.html>

Versão traduzida: <https://www.studium.iar.unicamp.br/19/blumrich/flash_trad.html>

Para entender la música como un elemento primordial en la construcción de discursos, tomamos en cuenta la producción que fue traducida a varios idiomas: Idiot son of an asshole. Este trabajo tiene la particularidad de haber sido

realizado con fotografías ampliamente difundidas y de público conocimiento, que son acompañadas por un tema grabado en vivo que alude al presidente Bush. La forma de presentar el texto es interesante: la lírica aparece en el margen inferior, sin superponerse a las imágenes, mientras que el estribillo (*Idiot son of an asshole*) aparece sobre las fotos y en mayor tamaño. Otro ejemplo, es el caso del trabajo titulado GHWB Blues. Esos modos de construcción nos remiten a las formas de presentación de videos musicales ampliamente utilizadas por canales como MTV o MuchMusic (en nuestro país).

A la vez, y vinculado a lo anterior, interviene otro elemento que es efectivo a la hora de producir discursos políticos: la **ironía**. Así, la decisión de privilegiar el material citado por sobre el resto (para su traducción a varias lenguas) busca, a través de la reiteración de su lírica subtitulada, generar un efecto casi hipnótico que perdurará en la mente de los navegantes.

Si bien anteriormente hemos mencionado que el papel del texto en la construcción multimedia parece estar siendo relegado, en el caso de los trabajos de Blumrich observamos que cuando se introduce la palabra escrita, ésta es cuidadosamente seleccionada. Por lo general, se trata de citas (de políticos y líderes actuales o del pasado) que en el contexto de la producción adquieren un nuevo significado. Aquí los sonidos acentúan el texto, que se privilegia por sobre las imágenes.

Blumrich no utiliza material audiovisual, sólo imágenes fijas. Si bien, una misma imagen el autor la utiliza en varias producciones, en cada trabajo esa imagen adquiere una significación precisa y sólo se entiende en ese contexto de producción. Es decir, una misma imagen viabiliza un horizonte de significación.

Podemos dividir en dos grandes grupos las fotografías utilizadas por el autor: las **emotivas** (que hacen referencia a las consecuencias de la política bélica, retratando niños en grave estado, heridos, cadáveres, etc.) y las que llamamos **informativas** (imágenes de los gobernantes, protestas civiles, etc.). Esta distinción tiene fines analíticos; con ello, no queremos decir que las imágenes llamadas emotivas no conlleven un grado de información. Por el

contrario, creemos que si bien las imágenes no *son* la realidad, sí la *reflejan* y *refractan* y en ese proceso, informan.

Por último, es evidente que la posibilidad de contar con esos elementos (imagen, sonido e información) para la realización de los trabajos, está dada a partir de los vínculos personales que el autor tiene con músicos, fotógrafos, periodistas y otros diseñadores como él. Es por ello que creemos, a diferencia de algunos analistas, que el activismo virtual se inicia **siempre fuera de la red**, pero sólo cobra su sentido dentro y gracias a ella.

A modo de inicio

No es fácil dar cuenta de todos los rincones y recovecos que integran la llamada *red de redes*. Nuestro propósito ha sido dar cuenta de las múltiples posibilidades que brinda Internet como espacio para la difusión de trabajos que privilegian la multimedia en la construcción de discursos de ciertas pretensiones políticas.

La falta de recursos (materiales y económicos) habilita pensar qué aspectos deberían ser tenidos en cuenta en un abordaje más profundo de la cuestión:

- Especificidad de la imagen y su vinculación con la fotografía;
- Profundización teórica sobre el concepto multimedial;
- Análisis de las condiciones de producción audiovisual;
- Análisis de contenido;
- Análisis comparativos;
- entre otros.

Sabemos que el nuestro es un camino a medio recorrer y que dista mucho de una reflexión que de cuenta de los ítems arriba mencionados. Sin embargo, todo intento es buen comienzo y desde nuestra posición hemos pretendido un abordaje desde la multiplicidad de factores que intervienen en dicho proceso.

Alguns comentários de Eric Blumrich

Entrevista realizada via Internet a Ana Maria Jaluf e Érika Terbeck

Você fez curso superior? Onde?

Eu estudei desenho gráfico na Middle Tennessee State University, mas nunca me formei. Abandonei o curso. Tudo que sei sobre computadores/multimídia aprendi sozinho, na maior parte.

Qual a sua ligação com a fotografia?

Eu tive um curso de fotografia de um semestre, mas tirei uma nota bem baixa. Não me considero grande coisa como fotógrafo, seja qual for o referencial.

Quanto tempo você demora para criar cada trabalho?

Varia de um para outro – alguns levam apenas alguns dias, outros levam semanas.

Sobre a música nos vídeos: você pede permissão ou toca suas próprias músicas?

Eu escolho músicas da minha coleção de CD's. Sempre tento obter permissão, mas 9 em cada dez vezes nem recebo respostas para os pedidos. Eu uso a música assim mesmo, o que eu posso fazer devido a uma área da lei de direitos autorais chamada “uso justo” que dá margem a muitas interpretações e que basicamente diz que posso usar material protegido pela lei para meus próprios projetos desde que:

- I. Eu não tenha lucro pessoal sobre o uso do material citado e,*
- II. O material protegido seja utilizado com propósito educacional ou de comentário.*

Muitas pessoas poderiam dizer que seu site é um “site ativista”, você concorda? Essa é sua primeira atividade política?

Na verdade, considero meu site propaganda. Eu sei que essa palavra tem conotações negativas [referindo-se à palavra “propaganda” que em inglês remete à propaganda política com forte conteúdo ideológico, muitas vezes usada para descrever a manipulação da mídia por estados ditatoriais], mas no dicionário a palavra propaganda é definida como: “A propagação sistemática de uma doutrina ou causa ou de informações que refletem visões e interesses daqueles que defendem tal doutrina ou causa”.

Em outras palavras, sim – o site é ativista. Não – Na verdade tenho sido um ativista desde próximo de 13 anos de idade. A primeira campanha presidencial em que eu fui voluntário foi a Mondale/Ferraro, em 1984. A política sempre foi um hobby meu, e o ativismo é, na verdade, não mais que política na prática.

Qual a sua opinião sobre outros sites como MoveOn.org?

*São ótimos. Eu visito sites como **moveone.org**, **buzzflash.com** e **commondreams.org** todos os dias. Estamos todos do mesmo lado, e eu realmente recomendo a qualquer um que queira se envolver que o faça, seja através do meu site ou de qualquer outro. Não há competição – apenas cooperação, quando chega a tanto.*

Você participou de algum protesto antes de 11 de setembro? E depois?

Sim, participei de protesto contra o apartheid em Londres e contra a primeira Guerra do Golfo, em São Francisco, na Califórnia. Depois de 11 de setembro, tenho rotineiramente participado de protestos em Nova York pelo menos três vezes por ano.

Você tem recebido algum feedback da Inglaterra ou da Espanha?

Muito. Recebi mais de 85.000 hits do Reino Unido e quase 18.000 da Espanha. Quase metade dos visitantes do meu site vêm desses países, fora dos EUA. É realmente positivo. Eu sempre recebo e-mails de pessoas do Reino Unido

pedindo para que eu fala alguma coisa sobre o Blair. Os internautas espanhóis geralmente não pedem muito, fora algumas traduções.

Qual sua opinião sobre o Michael Moore?

Ele é um cineasta brilhante e um comentarista social maravilhoso. Às vezes ele leva as coisas um pouco para o extremo, quando fala de racismo ou religião, mas me disponho a relevar isso como forma de demonstrar minha admiração por seus objetivos e vitórias. Só queria poder conversar com ele frente a frente por dez minutos.

Referências bibliográficas

CHOMSKY, Noam y Herman, Edward. **Los guardianes de la libertad**. .
Barcelona: Ed. Crítica, 2001 (1988).

HELD, David. **La democracia y el orden global**: Del estado moderno al
Estado cosmopolita. Barcelona: Ed. Paidós, 1997.

PASQUINELLI, Matteo. El videoactivismo antes y después de Seattle N30. In:
_____. **Mediactivismo**: estrategias y prácticas de la comunicación
independiente. Roma: Ed. DeriveApprodi, 2002.