

CONTEXTO

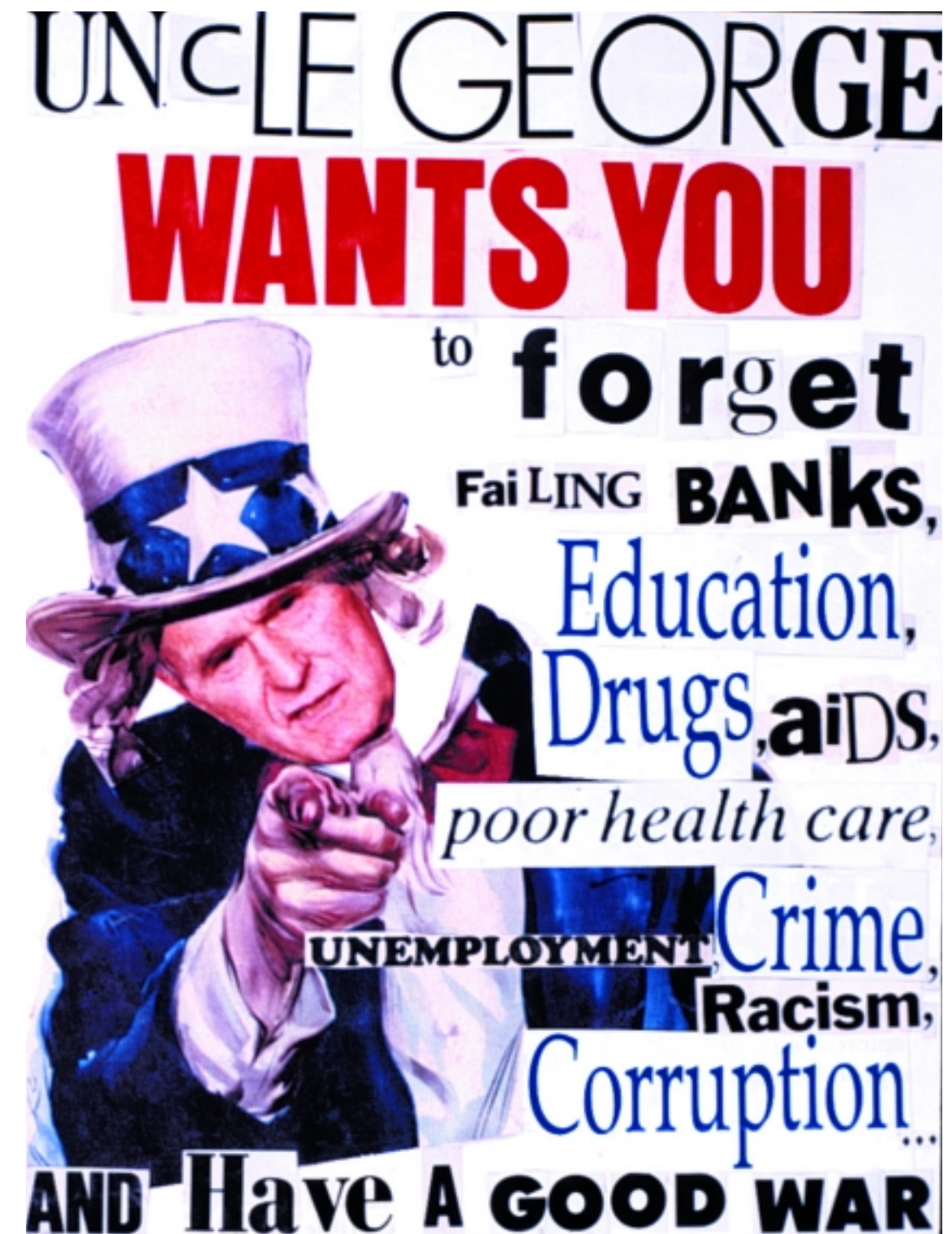
STEVEN HELLER

Es director de Arte del *New York Times* y dirige el MFA Departamento de Diseño de la Escuela de Artes visuales, Nueva York. Ha escrito y editado múltiples trabajos de diseño gráfico. Es editor del *AIGA Journal of Graphic Design*.



La gráfica en la Guerra del Golfo

El análisis de las expresiones antibelisistas manifestadas en repudio a la Guerra del Golfo de 1991, indaga en las posiciones ideológicas contenidas en las múltiples formas de resistencia gráfica para instalar una aguda reflexión en la compleja textura política actual.



STEVEN KRONINGER. «El tío George quiere que te olvides de los bancos en decadencia, de la educación, de las drogas, del sida, del deficiente cuidado sanitario, del desempleo, del crimen, del racismo, de la corrupción... y que tengas una buena guerra.» Adaptación del afiche de James Montgomery Flagg, *I Want You* «A ti te quiero».



¿Por qué fue tan pobre la disidencia eficaz contra la Guerra del Golfo? Todas las guerras modernas tuvieron opositores, pero algunos fueron más ruidosos o visibles que otros debido al contexto de cada guerra. En los Estados Unidos de Norteamérica, el primer movimiento dedicado a la lucha antibelicista se originó durante la impopular Guerra Hispanoamericana en 1898. Dos décadas después, surgió un tumultuoso movimiento que luchaba contra la posible entrada de los Estados Unidos a la Primera Guerra Mundial, que finalmente fue reprimido por el gobierno. El movimiento norteamericano por la paz revivió antes de la Segunda Guerra Mundial, pero se desintegró después del ataque sorpresivo de los japoneses a Pearl Harbour. Luego de la «Buena Guerra», como Studs Turkel llamó a la lucha contra el fascismo, la Guerra de Corea, la primera guerra oficial de los Estados Unidos contra el comunismo, generó poca disidencia en el país. Casi no hubo actividad antibelicista organizada durante la década de 1950 y en los primeros años de la de 1960, cuando se envió el primer grupo de asesores militares a Laos y los infantes de marina norteamericanos invadieron la República Dominicana.

Actuando como la policía del mundo, las fuerzas armadas norteamericanas tenían licencia para participar tanto en operaciones encubiertas como abiertas dondequiera que existiera la amenaza comunista. Recién en 1966, casi cinco años después de que John F. Kennedy mandara asesores a Vietnam y cuando Lyndon Baines Johnson aumentara el número de tropas de combate norteamericanas (incluyendo a los jóvenes de clase media en la conscripción), comenzó a crecer el movimiento más importante en la historia de los Estados Unidos en contra de la guerra, con una actividad masiva de propaganda a nivel popular que incluyó el trabajo de artistas, caricaturistas, diseñadores –profesionales y aficionados– en la creación de afiches, folletos y botones de todo tipo.

La generación que nació en las décadas de 1920 y 1930 aceptó el paradigma de la «Buena Guerra». Del mismo modo, las generaciones que nacieron en las décadas de 1940 y 1950 consideraron que la Guerra de Vietnam era el paradigma del imperialismo y la locura. Los primeros estaban convencidos de que «la fuerza hace la razón», mientras que los otros pedían «hacer el amor, no la guerra». La Segunda Guerra Mundial y la Guerra de Vietnam fueron determinantes en la formación del comportamiento de las masas tanto en lo que se refiere a la aceptación ciega en el caso de la primera y

COMMITTEE TO HELP UNSELL THE WAR. *I Want Out* «Quiero salir». Este afiche de propaganda antibelicista fue concebido por un grupo de profesionales que incluía a más de treinta agencias de publicidad. La impresión en offset realizada en Nueva York data de 1971.

JAMES MONTGOMERY FLAGG. *I Want You* «A ti te quiero para el ejército de los Estados Unidos. Estación de reclutamiento más cercana».



THE LIBRARY OF CONGRESS, EEUU.

en un perseverante escepticismo hacia los líderes y las políticas gubernamentales en el caso de la segunda. Por ello, no debe causar sorpresa que la respuesta a la Guerra del Golfo haya sido una curiosa fusión de estos dos esquemas de comportamiento. La reacción de los antiguos militantes contra la Guerra del Golfo fue una especie de parálisis, porque se mezclaban las cuestiones entre una lucha justa contra un dictador malvado, Saddam Hussein, y una aventura equivocada para convertir al mundo en un lugar seguro para los petrodólares. A pesar de su escepticismo acerca de los objetivos de los Estados Unidos, muchos que anteriormente fueron activistas contra la guerra se sentían inseguros de su postura, ante las afirmaciones persuasivas del gobierno de que se trataba de una guerra «justa», igual que la Segunda Guerra Mundial.

Antes de analizar por qué existió esa escasez de expresiones antibelicistas, es importante considerar brevemente los hechos. Saddam Hussein invadió y conquistó Kuwait. El presidente George Bush padre convenció a las Naciones Unidas de que impusieran sanciones y simultáneamente mandaran tropas y pertrechos a la región del Golfo. Las sanciones no cumplieron con su objetivo, mientras el mundo esperaba. Hussein se afianzaba cada vez más en Kuwait. Se lanzó un ultimátum, pero fue ignorado. Comenzó la guerra aérea y continuó durante un mes, con pocas bajas aliadas. Se amenazó con la guerra terrestre. Otro ultimátum fue ignorado. La guerra te-

rrestre comenzó y terminó después de unos pocos días, con una cantidad ínfima de bajas. Si hubiera continuado y hubieran comenzado a volver en grandes cantidades las bolsas con los cuerpos, sin duda las protestas en contra de la guerra habrían aumentado, pero eso no sucedió. Más aun, el Escudo, la Tormenta y el Trueno del Desierto fueron acciones de relaciones públicas brillantemente ejecutadas, que actuaron como un tornado en el desierto encegueciendo a los observadores y quitándole el aire a la mayoría de los disidentes.

La tormenta llegó y pasó tan rápidamente que los activistas contra la guerra casi no tuvieron oportunidad de formular una oposición agresiva. Pero más importante aun fue la falta de imágenes negativas en videos y fotografías de la matanza desde la zona de combate, prohibidas por las autoridades, indispensables para poder poner en práctica una campaña exitosa de propaganda antibelicista. Sin pruebas de sufrimientos más graves que ampollas causadas por el sofocante calor del desierto, la Guerra del Golfo, aunque tomada en serio, parecía más bien un ejercicio militar en la playa. La imagen más memorable mostraba los cielos sobre Bagdad durante un ataque aéreo nocturno, iluminado por luciérnagas; la Tormenta del Desierto no sólo fue limpia, sino que además estuvo totalmente esterilizada.

La oposición mantuvo un silencio total. Se escucharon algunas débiles voces y se vieron

LANNY SOMMESE. Dos ilustraciones en estilo lineal. En la primera un soldado con máscara antigás se pregunta: «¿POR QUÉ?». En la segunda ilustración, el globo terráqueo es atravesado por una bayoneta clavada en la región de Medio Oriente. En la parte superior se observa la palabra «NO».





1



2



3



4



5

NATIONAL ARCHIVES AND RECORDS ADMINISTRATION (NARA)

imágenes contra la guerra en pequeñas dosis. Entre las primeras protestas, una de las más conmovedoras fue una marcha de algunos miles de estudiantes secundarios en la ciudad de Nueva York, en la que muchos fueron arrestados, acusados de ausentarse de la escuela. Es irónico que estos jóvenes, muchos de ellos hijos de los jóvenes de la década del sesenta, estuvieran menos confundidos con respecto a la política de guerra norteamericana que sus padres, que otrora protestaron incondicionalmente contra la Guerra de Vietnam. Pero no se trataba de Vietnam, y el cambio de contexto hizo que fuera difícil para los pacifistas tradicionales identificar al enemigo. Durante la Guerra de Vietnam al presidente, a los congresistas, a los generales y a las mismas tropas se les denigró por ser los instrumentos de un poder abusivo, no como peones en un juego geopolítico. En contraposición, las tropas del desierto fueron elogiadas universalmente desde el comienzo como héroes, por ser los ejecutores de una política correcta.

Entonces, ¿qué le queda por hacer al propagandista contra la guerra cuando los políticos y los generales son estrellas, los combatientes son héroes y las batallas han sido esterilizadas? ¿Y qué se puede decir cuando el déspota a quien se ataca es culpable de torturar a los vencidos en el país que ha invadido?

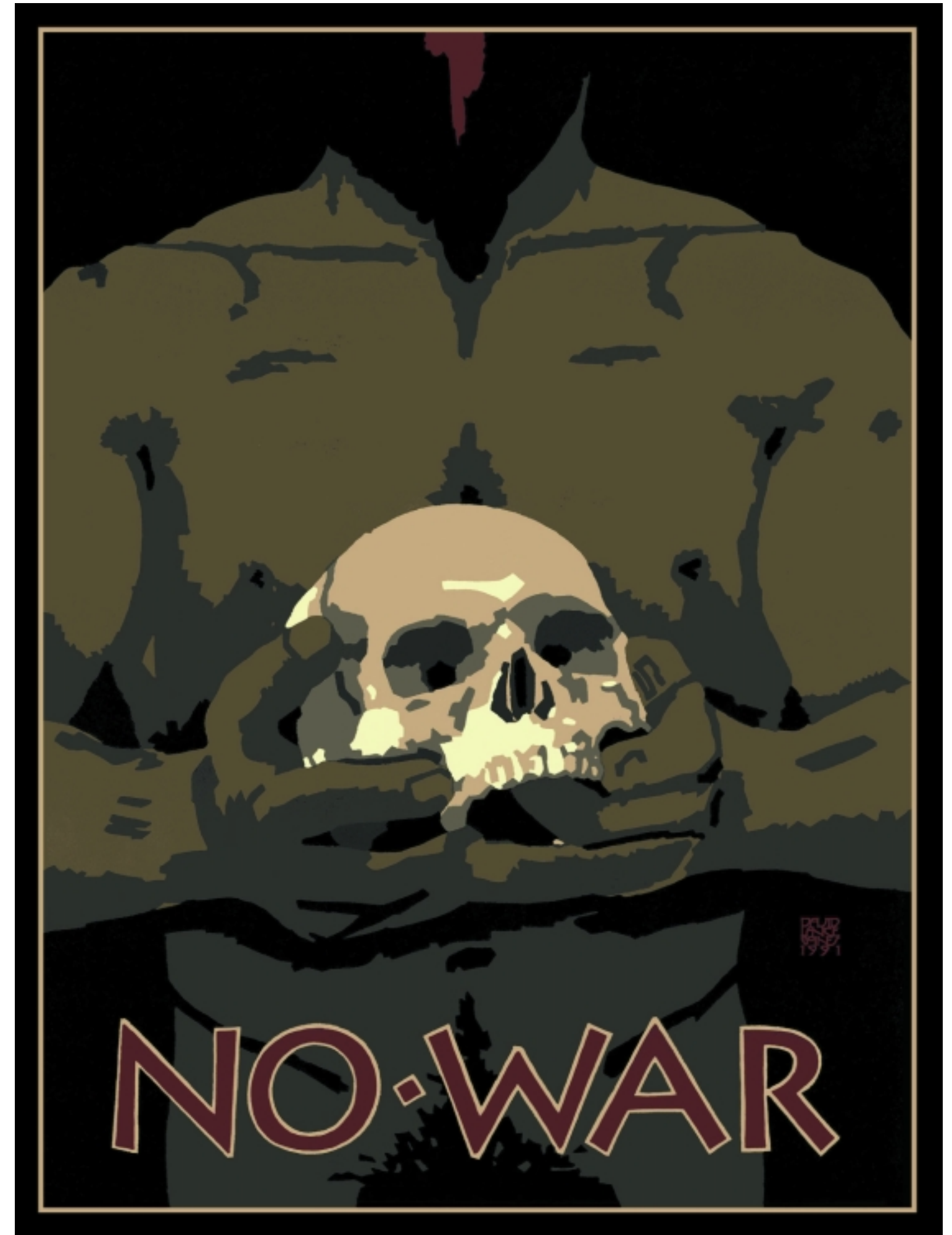
En general, la respuesta fue: nada. «Quise ver qué lograrían las sanciones», observó un activista en contra de la Guerra de Vietnam que otrora hizo numerosos afiches para los grupos por la paz. «Una vez que la CNN difundió la guerra aérea, estaba demasiado confundido como para hacer algo más que expresar mi preocupación por la seguridad de nuestras tropas». Sin embargo, para una resuelta minoría todavía fuertemente condicionada por los recuerdos de Vietnam, la única respuesta posible fue sumar su voz al movimiento que esperaba ver crecer hasta convertirse en un turbulento coro de disidencia, como ocurrió en la década del sesenta. Pero los comienzos de la década del noventa no eran iguales a la década del sesenta, y el Golfo no era Vietnam, como afirmó Bush repetidamente. Las voces que argumentaban en contra de Saddam Hussein fueron considerablemente más fuertes que las de los pocos disidentes que predicaban en el desierto.

El cantante Lenny Kravitz y Sean Lennon (hijo de John) organizaron uno de estos débiles coros creando un video del tipo de *We Are The World* (Somos el mundo) en el que un grupo de músicos (M. C. Hammer, Peter Gabriel, Cindy Lauper, entre otros) cantan la canción de John Lennon *Give Peace a Chance* (Démosle una posibilidad a la paz) con letra actualizada. Tanto las

imágenes como la letra de la canción enfatizaban las virtudes de la paz, evitando abordar los candentes temas políticos relacionados con la guerra. No obstante, fue la necesaria contraparte de *We Care* (Nos importa), el video bienintencionado, creado y producido no en defensa de la guerra directamente, pero sí para dar apoyo a las tropas en el Golfo (que, recordemos, no eran el enemigo). La producción de Kravitz y Lennon (junto con el documental sobre la producción del video) fue la única muestra de disidencia importante en los medios masivos, aunque tampoco se haya emitido con la misma frecuencia que su contraparte.

Del mismo modo, era difícil encontrar publicaciones o material gráfico que expresara oposición a la guerra. Se destaca la readaptación de Steven Kroninger del famoso afiche de James Montgomery Flagg, *I Want You* (A ti te quiero), que señala estridentemente las otras crisis que la «guerra de Bush» tapó tan hábilmente: la economía, el crimen, las drogas, etc. Por ser una de las pocas críticas ácidas a la guerra, se lo podía encontrar colgado en las oficinas de muchos de los directores de arte a quienes Kroninger se lo había mandado por su propia cuenta. Sin embargo, a pesar del renglón en el afiche que otorga permiso a las organizaciones sin fines de lucro para reproducirlo «de la manera que lo consideren necesario», la contribución de Kroninger apenas levantó un párpado de aquellos que «pasaron la guerra como soñámbulos».

La administración tan controlada de las noticias y las imágenes logró que se considerara al sentimiento antibelicista como un reflejo nostálgico. Un comentarista se preguntó ante una audiencia televisiva nacional, «¿cómo puede uno oponerse a esta guerra si no tiene acceso a los hechos?». Más acertadamente, se podría cambiar la pregunta por «¿cómo puede realizarse una campaña contra la guerra sin pruebas concretas reales del horror?». Si bien puede argumentarse que toda guerra es contraria a los valores humanos, fue un problema para los artistas y los diseñadores gráficos, quienes se vieron obligados a reutilizar imágenes ya gastadas, tales como calaveras, máscaras antiguas y bayonetas para apoyar sus argumentos.



DAVID LANCE GOINES. NO-WAR «GUERRA NO». Afiche en serigrafía con tipografía de color rojo. El torso desnudo, sostiene en sus manos una calavera impresa con camuflaje militar.

AFICHES PROPAGANDÍSTICOS DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL.

1. «Guarde desperdicios para explosivos. Llévelos a su comerciante en carne.» Henry Koerner.
2. «Nosotras podemos hacerlo.» J. Howard Miller, producido para Westinghouse.
3. «Unidos ganaremos.» Fotografía de Alexander Liberman.
4. «No permitas que esa sombra los toque.» COMPRE BONOS DE GUERRA. Lawrence B. Smith.
5. «Más producción.» Zudor, publicado por War Production Board.



BILL GRIFFITH. Es autor de *Zippy*, el comic norteamericano cuyo protagonista es el mismo Griffith quien afirma que «en esta guerra no hay buenos».

Si bien el horror de la guerra básicamente no ha cambiado en miles de años, la gente cada vez lo acepta en dosis más grandes, por lo que también debe aumentarse la dosis del antídoto. Las magníficas imágenes creadas para luchar contra el virus de la Guerra de Vietnam no eran suficientemente efectivas en este contexto porque se las percibía como clisés. Por ejemplo, David Lance Goines imprimió y distribuyó por su cuenta un afiche en serigrafía titulado NO-WAR (GUERRA NO), iluminado con tipografía de color rojo sangre. El afiche, que muestra un torso musculoso que sostiene en sus manos una calavera impresa en los apagados colores verde oscuro y oliva del camuflaje militar, es una realización ingeniosa desde el punto de vista estético, pero además demuestra la dificultad que tenían los artistas y los diseñadores gráficos para abordar el tema específico de la Guerra del Golfo. Análogamente, Lanny Sommese produjo dos imágenes contra la guerra, dibujadas en un estilo lineal disperso que sugiere la inmediatez de su respuesta. La primera muestra un globo terráqueo con una bayoneta clavada en la región de Medio Oriente y la palabra «NO» garbeteada en la parte superior, mientras que en la segunda se ve a un soldado con su máscara antigás preguntando plañideramente, «¿POR QUÉ?» Ambas imágenes son conmovedoras, pero, ¿son efectivas? Comparadas con la cobertura de las revistas *Time* y *Newsweek*, con sus mapas e héroes, los afiches de Sommese parecen triviales.

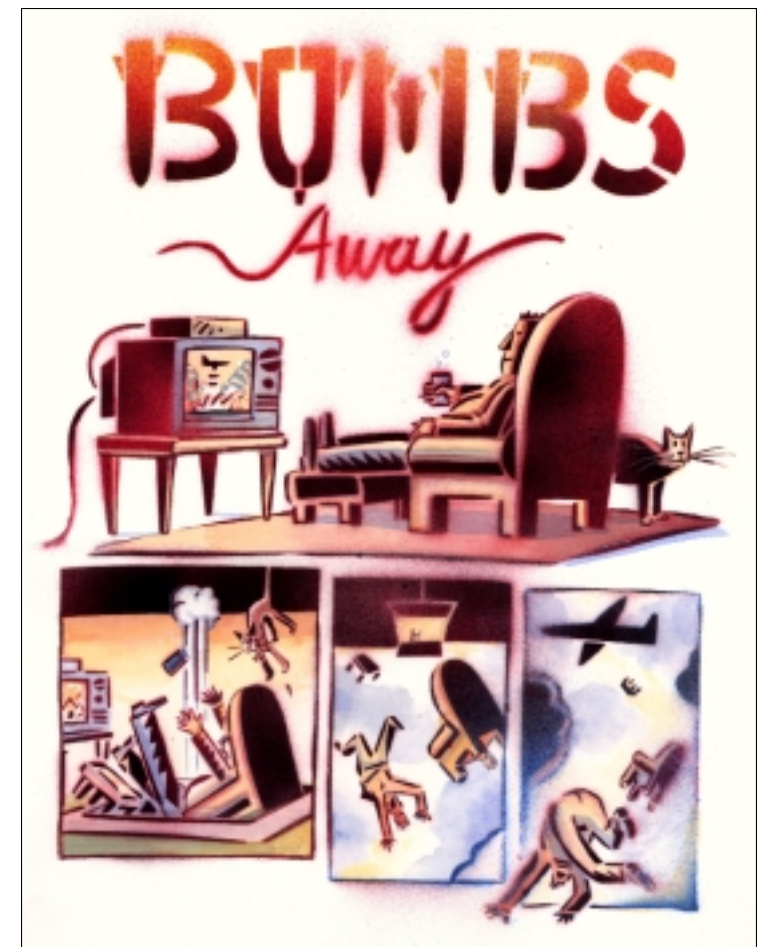
En la Guerra de Vietnam hubo abundantes publicaciones y afiches contra la guerra. En cambio, durante la efímera campaña de la Tormenta del Desierto, en las publicaciones a nivel nacional no se imprimió casi nada que pudiera considerarse un símbolo de disidencia, con excepción de una notable ilustración de Sue Coe en, sorprendentemente, *Entertainment Weekly*. Como Sommese, Coe utilizó la gastada imagen de las tropas con las máscaras antigás puestas, marchando en masa como carne de cañón hacia el Armagedón, pero dado el contexto en el que se publicó su ilustración, tuvo mayor resonancia que otros intentos similares. Coe también produjo, por cuenta propia, botones contra la Guerra del Golfo para contrarrestar la gran cantidad de cintas amarillas y distintivos con la bandera que se vendían por todas partes, aunque sólo unos pocos los usaban. El *Village Voice* dedicó algunos números a las ilustraciones referentes a la guerra en los que salieron a la luz imágenes fuertes en contra de ella, pero fue casi lo único, con excepción de una que otra caricatura editorial. No obstante, una tira cómica de distribución nacional fue bastante ácida. *Zippy*, de Bill Griffith, muestra cómo su protagonista, con su cabeza de alfiler, cuestiona la necesidad de la guerra en series llamadas *Ziplomacy* (Diplomacia letal), *Blood and Quicksand* (Sangre y arena movediza) y *Is It Over Yet?* (¿Ya



PETER KUPER. Décimo cuarta edición de *World War 3*. En 1979, junto a Seth Tobocman establecen esta publicación independiente que continúa la tradición de comics *underground* de los años sesenta y setenta.

terminó?) (una referencia a su propio lema, *Are We Having Fun Yet?* [¿Ya nos estamos divirtiendo?]). Al incluirse a sí mismo como un personaje en estas series de la tira, Griffith se cuestiona honestamente sus sentimientos complejos («En esta guerra no hay buenos», afirmó). Matt Groening, el creador de «Los Simpson», también abordó el tema de la guerra en un panel de su tira de distribución nacional, *Life in Hell* (La vida en el infierno), en la que admite: «Es difícil ser gracioso acerca de la guerra».

Griffith y Groening tenían distribución nacional, pero otros dibujantes de tiras cómicas con convicciones antibelicistas no tenían acceso a mercados o audiencias parecidos. Sin embargo, algunos vieron sus creaciones publicadas en dos números de *War News*, editada por Warren Hinkel. Siguiendo con las tradiciones de la prensa no convencional de la década del sesenta, *War News* apareció como una alternativa a lo que Hinkel, antes columnista del *San Francisco Examiner*, percibió como una cobertura periodística peligrosamente distorsionada. No obstante, como pocas fuentes occidentales de noticias fuera de Peter Arnet en Bagdad ofrecían una cobertura alternativa, de hecho, la mayor parte del contenido de *War News* eran críticas y comentarios. Los artistas de la tira cómica no con-



vencional, muchos de ellos veteranos de las protestas contra la Guerra de Vietnam, proveyeron la sátira visual, entre ellos el editor de RAW, Art Spiegelman, que era el consultor en materia de arte. Meses después de finalizada la guerra, la revista de historietas *World War 3* dedicó un número casi íntegro a la protesta en contra de la guerra. Estas historietas, motivadas por una genuina frustración, se escucharon sólo como gritos estridentes en medio de las celebraciones posteriores a la victoria en la Tormenta del Desierto.

Lo cierto es que la Tormenta del Desierto fue una guerra difícil para la protesta porque el gobierno utilizó todo su poder en ambos frentes, interno y externo. La Campaña del Desierto no fue únicamente para liberar a Kuwait, sino también para erradicar la Guerra de Vietnam de la memoria norteamericana. Hubo más cintas amarillas que símbolos por la paz durante esta guerra, lo que demostró que el gobierno había aprendido una lección de la época de la Guerra de Vietnam: si no se enredaba en la maraña, podía ganar una guerra y a la vez vencer al movimiento contra ella. ■

Publicado en *Design Literacy (continued)*, Allworth Press, Nueva York, 1999.