

EL IMAGINARIO BÉLICO A TRAVÉS DE LOS CARTELES DEL CINE NORTEAMERICANO ENTRE 1914 Y 1918

LAURA GONZÁLEZ DÍEZ
BELÉN PUEBLA MARTÍNEZ
PABLO R. PRIETO DÁVILA

I. INTRODUCCIÓN

Tras el estallido de la Primera Guerra Mundial, el cine tenía una andadura de solo dos décadas y estaba inmerso en una fase decisiva de transformaciones técnicas, industriales y estéticas. Fue la primera vez que una guerra y sus atrocidades fueron filmadas, bien a modo de películas de propaganda, de ficción, documentales o noticiarios, lo que conllevó un considerable incremento de la producción cinematográfica. Actualmente, la mayor parte de esta producción ya no existe: se cifra en torno al 80% el porcentaje de películas filmadas entre 1914 y 1918 que han desaparecido (CULTURARTS IVAC). Y aún es menor el número de carteles que ha llegado hasta nosotros.

El objetivo del presente artículo es ofrecer una aproximación a los carteles de las principales películas filmadas en Estados Unidos en este período y que tienen a la guerra, en su enfoque más general, como protagonista, bien fueran de carácter bélico

o pacifista. El estudio nos permitirá determinar si existió una gráfica de la guerra que permitiera la construcción de un imaginario bélico, manifestado a través de una serie de carteles cinematográficos seleccionados a modo de ejemplo.

Desde la aparición del cinematógrafo a finales del siglo XIX el cartel ha sido uno de sus principales aliados, convirtiéndose en un compañero inseparable esencial para la promoción de las películas que, como cualquier otro producto, están destinadas a ser consumidas por un público objetivo. Los carteles cinematográficos tienen, por tanto, un claro componente publicitario y comercial.

El cartel de cine responde a una doble naturaleza, ya que es al mismo tiempo un medio de comunicación y un instrumento de persuasión, que «al mismo tiempo, informa (título, actores, director, etc.) y persuade (“Star System”, géneros, productoras, etc.)» (GÓMEZ PÉREZ, 2002: 203). Podemos encontrar en él dos lecturas, una denotativa —informativa— y otra connotativa —persuasiva—.

En esta línea se pronuncia Enel (1977: 16) cuando afirma que «el cartel no debe ser solo argumental, sino sobre todo sugestivo e insinuante. Combina en el seno de una misma configuración símbolos intencionales que constituyen el enunciado de la denotación: representación del producto, sus funciones, sus cualidades... y símbolos interpretativos que constituyen el enunciado de la connotación». Ruiz Melendreras (1985: 30) incide en esta idea cuando señala que la imagen contenida en los carteles responde a dos niveles: «uno, de carácter semántico, denotativo, explicitado muchas veces con ayuda de un texto que permita la interpretación adecuada del otro nivel, el estético o connotativo». Mientras que el nivel semántico aporta la información relativa a la película, el estético se encarga de captar la atención del receptor y, en el caso de la muestra que nos ocupa, de contribuir a la creación de un imaginario bélico que ha perdurado en el tiempo. En líneas generales, en los carteles cinematográficos de la Primera Guerra Mundial predominó más la eficacia comunicativa y propagandística que la calidad artística.

EN LOS CARTELES CINEMATOGRÁFICOS DURANTE LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL PREDOMINÓ MÁS LA EFICACIA COMUNICATIVA Y PROPAGANDÍSTICA QUE LA CALIDAD

Esta vertiente persuasora fue especialmente evidente durante la contienda, un momento histórico en el que el cine se erigió en una verdadera arma propagandística, como también lo fueron los carteles que promocionaban las películas. Como señala Vaccaro (2008: 920), «los cines se convirtieron en un escaparate patriótico» de primera magnitud; de hecho, muchas salas de proyección estaban adornadas con banderas estadounidenses de forma profusa cuando se exhi-

bían las películas oficiales de guerra rodadas por el Comité de Información Pública o CPI (Committee on Public Information). Dicho comité se sirvió de los carteles, entre otros medios, para conseguir el apoyo a la guerra por parte de la opinión pública.

Los carteles de cine durante este período pueden considerarse «elementos de juicio enormemente valiosos, porque permiten reconstruir la imagen que ofrecía de sí misma tal o cual obra, y el contexto con el que se presentaba ante su público natural» (SÁNCHEZ, 1997: 12). El cartel, más que ninguna otra manifestación artística, tiene la doble faceta de ejercer un impacto en la sociedad, al tiempo que la refleja (TABUENCA, 2009: 28). En el análisis de un medio de masas como es el cartel no se pueden separar los aspectos formales de las realidades políticas y sociales en las que ese medio se desarrolla y manifiesta y esto era así también durante la etapa de la Gran Guerra.

Enzensberger consideraba que los carteles formaban parte de lo que él denominaba «industria elaboradora de la conciencia» (VV. AA., 2007: 17) pues este tipo de soporte gráfico permitía modificar las creencias del espectador sobre el mundo que le rodeaba. Para Coronado e Hijón (2002: 21), «bajo la función primordial de refuerzo del propio sistema publicitario, el cartel contribuirá también a modificar las creencias del individuo [...] apareciendo de manera latente una segunda función igualmente importante como es su función social, y el aporte cultural que su imagen ha supuesto para la sociedad en su conjunto [...] El cartel puede alcanzar a modificar nuestra percepción ya no solo del producto o del mensaje anunciado sino además de la concepción que llegamos a configurarnos de nuestra sociedad y de nosotros mismos».

La Primera Guerra Mundial supuso para el cartel la entrada en la parcela de la movilización de conciencias, tendencia a la que no escapó el cartel de cine, en muchos de los cuales era evidente la exaltación de la patria y del combatiente como héroe.

2. ESTADOS UNIDOS EN LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL

Inicialmente Estados Unidos vive ajeno a la Primera Guerra Mundial hasta el extremo de que los periódicos estadounidenses se refieren a ella como la «Guerra Europea».

El primer cambio en la relación de Estados Unidos con la IGM vendría marcado por el hundimiento del Lusitania, el 7 de mayo de 1915. El Lusitania era un transatlántico británico concebido para el traslado de personas y mercancías que unía de forma regular Estados Unidos y el Reino Unido, pero su diseño le permitía también convertirse en crucero auxiliar armado. Cuando fue torpedeado y hundido por un submarino alemán, que provocó la muerte de 1.198 personas, 123 de ellas estadounidenses, puso a la opinión pública norteamericana en contra de los alemanes y acercó la posibilidad de la entrada en la guerra.

El presidente Wilson trató de mantener la neutralidad de Estados Unidos. Pero dos iniciativas alemanas terminarían con esta neutralidad y desembocarían en la declaración de guerra de Estados Unidos contra Alemania el 6 de abril de 1917. Por un lado, la decisión de Alemania de retomar, en ese mismo año, la guerra submarina sin restricciones, atacando y hundiendo sin previo aviso mercantes británicos y estadounidenses. Por otro lado, la oferta alemana de alianza y ayuda a México en el caso de que Estados Unidos declarara la guerra a Alemania, a través del famoso telegrama Zimmermann. El telegrama fue interceptado y decodificado por la inteligencia británica y, al hacerse público, inclinó la opinión pública estadounidense a favor de la declaración de guerra contra Alemania.

Como señala Brunetta (2011: 234), «Estados Unidos declara la guerra a Alemania en abril de 1917, pero la participación material de sus tropas en el conflicto no comenzará hasta más de un año después. En el período comprendido entre 1914 y la intervención propiamente dicha, Estados Uni-

dos —dada la naturaleza multiétnica de su población y su neutralidad declarada— es el escenario de una verdadera guerra mediática entre la propaganda alemana y la inglesa, en la que el cine tuvo un papel predominante».

Consciente del origen multiétnico de la población estadounidense, y de las diferentes opiniones respecto de la intervención en la guerra por parte de los distintos grupos de opinión por razón de origen, religión, opción política e, incluso, norte y sur, Wilson crea el CPI, también conocido como Comité Creel en referencia a su director, George Creel. El CPI fue la mayor maquinaria de propaganda puesta en marcha hasta la fecha y tuvo como objetivo influir en la opinión pública estadounidense a favor de la intervención. El CPI empleó todos los medios a su alcance, también el cine. Y contribuyó, a través de tres películas, a establecer el lenguaje del cine bélico de propaganda dirigido a la retaguardia y a la propia opinión pública.

3. ANÁLISIS DENOTATIVO DE LOS CARTELES DEL CINE BÉLICO ESTADOUNIDENSE

Como se muestra a continuación, el cine de tema bélico estadounidense producido entre 1914 y 1918 y sus carteles acompañan y, a veces, forman parte de la evolución de la relación de Estados Unidos con la IGM.

Se pueden distinguir dos períodos: el anterior a la entrada en la contienda (1914-1916) y el cine producido tras la declaración de guerra a Alemania (1917-1918). A su vez, en el segundo período, es obligado distinguir entre el cine producido por el CPI, al que denominaremos oficialista, del cine comercial.

3.1 Período 1914-1916: cine bélico historicista y pacifista

En los ejemplos que se muestran a continuación se puede observar la evolución de la relación de Estados Unidos con la contienda mundial antes de su intervención en la misma.



Figura 1

Los carteles de las dos primeras películas, ambas de 1915, aunque contribuyen a la construcción de la imagen del héroe —o heroína—, emplean una imaginería medievalista europea que nada tiene que ver con IGM. Sin embargo, las dos siguientes, de 1916, aunque no se ambientan en la IGM, ya presentan opinión sobre la misma. Son posteriores al hundimiento del Lusitania, y contribuyen a la creación de otro tipo de imagen respecto de la guerra, la de los valores que justifican por qué se lucha: sean los valores propios que se defienden —la paz, el hogar, la familia— o contra los que se combate, las atrocidades que comete el enemigo.

En *El nacimiento de una nación* (*The Birth of a Nation*, David W. Griffith, 1915), el cartel muestra a un miembro de Ku Klux Klan como héroe libertador. La composición dinámica en diagonal de un miembro del Klan sobre un caballo rampante, visto en contrapicado sobre un fondo de cielo azul, domina el cartel. La simbología completa el mensaje: una cruz en llamas en la mano derecha del «libertador» y hasta cuatro veces el símbolo del Klan en la ropa del caballo y el caballero. El título de la película, y destacado en segundo lugar el nombre del director, en texto con serifa y al pie, completan la composición. El retrato ecuestre es un icono reconocible para representar a los libertadores, a los padres de la patria, o de exaltación de los líderes de una nación, empleado aquí de forma

evidente en conjunción con el título de la película. La inspiración medievalista, templaria, de la imaginería de Ku Klux Klan se ve reflejada en el propio cartel.

La película *Juana de Arco* (*Joan the Woman*, Cecil B. DeMille, 1915) sí hace referencia argumental a la I Guerra Mundial, pero es a través de un soldado británico que en ella participa y que, la noche anterior a una misión suicida, tiene una visión de la vida de Juana de Arco. Así, las referencias tanto narrativas como en el propio cartel siguen siendo las de un medievalismo europeo idealizado.

El cartel, con una composición clásica cuasi-simétrica en la que la espada forma el eje, muestra la evolución de Juana de Arco de campesina a heroína. El primer plano, a la derecha de la composición, representa al fantasma de Juana de Arco que se aparece en la película al soldado, dotada de todos los atributos de la heroína guerrera: brillante armadura, capa, yelmo, de rodillas y mirando a lo alto a la empuñadura de la espada.

De los horrores de la guerra no hay referencia, solo la exaltación de la figura de la heroína. Y muestra también la exaltación de la actriz protagonista: en el texto, al pie, destaca en mayor cuerpo el nombre de la actriz que el título de la película, y estos por encima de los del director y el productor.

Figura 2



Civilización (Civilization, Reginald Barker, Thomas H. Ince, Raymond B. West, 1916) es una película pacifista. Narra la historia del comandante de un submarino que rechaza cumplir la orden de hundir un barco civil que supuestamente lleva armamento para el país enemigo del imaginario reino de Wredpryd. El paralelismo con la historia del hundimiento del Lusitania es evidente.

La imagen que domina el cartel juega con los contrastes para aportar dramatismo. Contraste en lo compositivo a través de una escena narrativamente estática —un soldado arrodillado que parece recibir la bendición de una anciana— pero compositivamente dinámica por el cruce de la diagonal principal —formada por las cabezas, mano bendiciendo y cuerpo del soldado— y la diagonal secundaria —el fusil con bayoneta que porta el soldado—. Y contraste en lo cromático y la luz, con un dominio de los colores cálidos y fuertemente iluminados de las figuras humanas de primer plano frente a un fondo que apenas sugiere un hogar que se funde en profundos negros.

El texto cobra importancia en el cartel no solo por el tamaño y el dinamismo compositivo

del título, sino por los varios textos de apoyo, especialmente los que se destacan en amarillo, que enmarcan la intención de la película a través de palabras como «Paz», «Épica», «Humanidad», «Madres» y «Muertos».

Intolerancia (Intolerance, David W. Griffith, 1916), si bien no es una película que trate directamente el tema de la guerra, sí es una película especialmente relevante por su mensaje pacifista a un año de que Estados Unidos entrara en la contienda mundial. A través de cuatro relatos enmarcados en diferentes momentos de la historia, alternadas con el relato de una mujer injustamente separada de su hijo y de su marido, Griffith denuncia las injusticias de la intolerancia. El dramatismo del cartel es precursor de los que expondrá el cine comercial estando ya Estados Unidos en guerra, en su vertiente que incide en mostrar las atrocidades que comete el enemigo. Una mujer aterrorizada sujeta a su hijo en brazos en gesto protector frente a una mano amenazadora y grotescamente deformada. El juego con el color y el claroscuro contribuyen fuertemente al dramatismo de la escena: cálidos saturados en primer plano, fríos oscuros y

Figura 3



negros de fondo. El texto calado, que destaca casi por igual el nombre del director y el título de la película, simplemente enmarca la imagen central dominante.

3.2 Período 1917-1918: cine oficialista (CPI)

El CPI produjo tres películas documentales en un cortísimo período de tiempo. Todas se estrenaron en 1918: la primera, *Pershing's Crusaders* (Herbert C. Hoagland), en mayo; *America's Answer* (Edwin F. Flenn) en julio; y *Under Four Flags* (S. L. Rothafel) en noviembre.

Hay una clara evolución narrativa en los tres carteles. El primero muestra la llegada del héroe; el segundo, el avance de las tropas —aún solo estadounidenses—; el tercero, la exaltación del ataque junto a los aliados. Casi podrían ser planos de una misma narración: las tropas formadas en cuadro antes de la batalla, el avance y la batalla propiamente dicha.

Cada uno de los tres carteles establecerá un modelo a seguir para el cartel de cine bélico.

El cartel de *Pershing's Crusaders* representa la exaltación del héroe, por primera vez nombrado de forma explícita en una persona real: el general Pershing, al que se muestra en primer plano a caballo frente a sus tropas y en ligero contrapicado para mayor dominio de la situación. La simbología que le acompaña es a la vez evidente, explícita y eficaz: una gran bandera estadounidense y dos cruzados a modo de espíritus que inspiran el sentido libertador. El texto del cartel no deja lugar a dudas: el título, calado y en tipografía de gran cuerpo, blanco y puro, nombra a los cruzados de Pershing. Y en menor cuerpo se explicita el origen del film, auspiciado por el gobierno de los Estados Unidos como la primera película americana oficial de la guerra.

El cartel de *America's Answer* también se convertirá en un prototipo de imagen para el cartel de película bélica. Muestra a las tropas avanzando, en vista lateral, a contraluz y portando una gran bandera. Contribuyen al carácter épico de la ima-

gen el fondo amarillo, color excitante a modo de amanecer o atardecer, y el avance esforzado de las tropas en un terreno complicado bajo las explosiones. Y domina, en este caso en la parte superior del cartel, el texto en caja alta y gran cuerpo, en rojo con borde azul y blanco —los colores de la bandera de Estados Unidos—: la palabra «América» y la razón de la acción, «respuesta».

Finalmente, el cartel de *Under Four Flags* combina elementos de los anteriores: vista frontal, contrapicado y avance de tropas, pero de una forma nueva. Cuatro soldados, ataviados con elementos y uniformes característicos para hacerlos reconocibles de sus países de origen, avanzan hacia el espectador. Al fondo, las explosiones de la batalla que ya va quedando detrás, están triunfando. Y al pie, como en el primer cartel, con tipografía en blanco sobre fondo negro y ocupando un tercio de la composición, el título que hace evidente el mensaje: «Bajo cuatro banderas». Curiosamente, la imagen no muestra las banderas; la única referencia en imagen a estas es el pequeño elemento gráfico a la izquierda de la A. El resto del texto de apoyo sigue explicitando el origen de la película: es una película oficialista del CPI.

3.3 Período 1917-1918: cine comercial

Dentro de esta tercera vertiente abordamos los carteles de las películas estrenadas entre 1917 y 1918 que tenían el trasfondo de la Gran Guerra como protagonista, pero con un marcado carácter comercial. Fueron bien acogidas aquellas películas que incitaban al alistamiento de los hombres y a la contribución de las mujeres en la guerra. También destacaron los films en los que los protagonistas masculinos se convertían en ciudadanos heroicos norteamericanos que mostraban su lealtad a la patria y la bandera.

The Pride of New York (Raoul Walsh, 1917) pertenece al grupo de películas centradas en un ciudadano heroico. En su cartel, observamos al protagonista en acción disparando recio, poderoso, erguido y en el que se muestra el armamento



Figura 4

utilizado en la batalla en lugar de la destrucción provocada en el conflicto bélico o la indefensión de los humanos. Una vez más el protagonismo recae en la ilustración, quedando el texto relegado a la base del cartel, compuesto con mayúsculas de palo seco que indican el nombre de la película, la productora y sus protagonistas, estos últimos en una tipografía de mayor cuerpo. El tono amarillo dominante refuerza el carácter enérgico de la acción representada y se asocia con la fuerza y el orgullo del soldado.

En esta línea nos encontramos también con la propuesta gráfica para *Over the Top* (Wilfrid North, 1918), donde destaca la calidez y energía de los colores empleados, que reflejan el calor en el frente provocado por la pólvora. El cartel presenta a un soldado heroico avanzando al frente bayoneta en mano, y su estructura responde al mismo patrón que el anterior: un dominio absoluto de la ilustración sobre el texto, situándose este en la parte inferior, calado en la imagen para no restar protagonismo a esta.

En los últimos meses de la Primera Guerra Mundial se estrenaron dos películas que se convirtieron en las más populares de la guerra: *Corazones del mundo* (*Hearts of the world*), de Griffith y *Armas al hombro* (*Shoulder Arms!*) de Chaplin, ambas de 1918 y que suponían una continuación de la

estela marcada por *To Hell with the Kaiser* (George Irving, 1918), cuyo cartel reflejaba ya la identificación de los alemanes, representados en la figura del Kaiser, con auténticos demonios. También se podía observar en él la tendencia gráfica a representar con bigote al enemigo prusiano. La combinación de colores reforzaba el carácter agresivo del mismo.

Corazones del mundo fue considerada como el paradigma del cine de propaganda que se inició para apoyar la intervención en la guerra. El público acogió de forma excepcional la película, ya que estaba ávido de historias patrióticas. En los dos carteles que publicitaban el film, y que reproducen escenas de la película, se presentaba a los alemanes como unos bárbaros capaces de las mayores atrocidades, aniquiladores de la familia, la armonía y felicidad. En las dos versiones del cartel de la película se observan escenas violentas protagonizadas por el enemigo alemán,

SE PRESENTABA A LOS ALEMANES COMO UNOS BÁRBAROS CAPACES DE LAS MAYORES ATROCIDADES, ANIQUILADORES DE LA FAMILIA, LA ARMONÍA Y FELICIDAD

representado siempre con grandes bigotes y rudeza en su rostro. La ilustración es la protagonista absoluta quedando relegado el texto a un segundo plano en la zona inferior, centrado en ambos casos y en mayúsculas de color claro. Ambos incorporan una paleta de colores recesiva y apagada que refuerza el carácter sombrío de las escenas representadas.

Armas al hombro fue una película crítica con la guerra, al tiempo que conmovedora, en la que se mezclaba pacifismo y belicismo. En ella se ridiculizó a los prototipos militares prusianos y, a su vez, se aceptaban algunos aspectos de la lógica militar. Brunetta (2011: 246) afirma que «en el panorama



Figura 5

del cine de guerra norteamericano, *Armas al hombre* muestra que, al margen de la aceptación del deber militar del estadounidense en la base de la pirámide social, existe, sobre todo, la aspiración a la paz. En este sentido, Chaplin triunfa donde Griffith ha fallado e interpreta de la mejor forma posible la voluntad del Gobierno y de la nación estadounidense que, aun vistiendo el uniforme, no tiene ninguna simpatía por el espíritu marcial y

guerrero, y se declara lista en cualquier ocasión para una solución humanitaria de los conflictos de los pueblos».

En las dos versiones del cartel de la película podemos observar a Chaplin vestido de soldado, empuñando el arma y con casco militar. Ambos se basan en una ilustración sobre la que se coloca, al pie y en rojo, el texto con el título de la película y el nombre del protagonista, pero sin apenas inter-

ferir en la parte icónica para que esta se recuerde sin problema. El texto queda reducido al mínimo con el fin de que todo el impacto resida en la imagen. El resultado es una atmósfera cálida a pesar de la presencia del arma, la cual contrasta con la sonrisa y la pose desenfadada del actor.

A ellas se suma *Heart of humanity*, una película de 1918, dirigida por Allen Holubar, y que narra la historia de una familia separada por la Gran Guerra. La protagonista es una mujer estadounidense, aterrorizada por los estragos de la contienda, y que se convierte en enfermera destinada en el extranjero. El cartel de la película contrasta con la dureza del film. El protagonista del mismo es un gran corazón rojo tras la foto silueteada de la protagonista que, por otro lado, se lleva la mano al corazón. La ilustración del ángel que flanquea el título dulcifica el tono de la apuesta gráfica realizada, a lo que contribuye también la tipografía elegante y femenina empleada, poco habitual en este período. El resultado es un cartel almibarado, muy femenino, que contrasta con la brutalidad de la contienda y en el que no aparece ningún elemento asociado al belicismo.

4. CONCLUSIONES

Los carteles que representaban las películas realizadas en Estados Unidos de 1914 a 1918 reflejaban el carácter del film, bien a través de las imágenes —casi siempre ilustraciones o dibujos—, bien a través de los rótulos y las frases publicitarias que estaban contenidas en ellos. También los colores se convirtieron en un lenguaje de primer nivel para determinar la creación de una atmósfera determinada, así como la composición realista o simbólica en ellos representada.

Los carteles de películas sobre la guerra o de carácter bélico utilizaban unos códigos en los que predominaban imágenes de carácter patriótico, que exaltaban la moral. Recurrían a clichés generalizados sobre los conflictos bélicos: la tropa avanzando, la bandera... Sitúan en primer plano

al héroe, representado en la figura del soldado y cuya misión era proteger a los más débiles. Los carteles de las películas oficiales del Comité de Guerra representan a soldados que luchaban por la defensa de la libertad y la justicia.

Los carteles de películas que trataban el tema de la Gran Guerra, pero que no tenían carácter bélico, empleaban unos códigos en los que primaba la ternura, la compasión, con una figuración convencional que permitía llegar a un público mayoritario y que presentaba estereotipos y emociones como el amor familiar o el amor a la patria.

En ambos casos se imponían las imágenes figurativas, ya que estas estaban más asentadas en un público mayoritario, y reflejaban valores significativos del relato narrado en la película. Eran claramente reconocibles, con colores planos y tipografías que, en muchos casos, estaban rotuladas a mano.

Los carteles que aunaban texto e imagen fueron los más habituales, por encima de los que se basaban solo en ilustraciones o en tipografía, debido a que la interacción de ambos elementos posibilitaba una comunicación más eficaz del mensaje ya que evitaban cualquier posible ambigüedad de las imágenes. No obstante, en ellos la imagen era el elemento principal, y el título el componente textual más evidente. Los textos eran muy cortos, se reducían al mínimo, todo quedaba en manos de las ilustraciones. En las primeras décadas de vida del cine era difícil encontrar carteles donde hubiera más información tipográfica que el título de la película. Posteriormente, comenzó a rotularse el nombre de intérpretes, directores y productoras, imprimiendo un carácter de «marca» a las películas. Poco a poco empezaron a incorporarse frases publicitarias en el interior de los carteles.

En líneas generales, el texto se ubicaba al ancho del cartel. El título solía aparecer en el tercio inferior del mismo, aunque también podíamos encontrarlo en el tercio superior. El título de la película solía aparecer en mayor tamaño, aunque tras el establecimiento del «star system» será fácil en-

contrar carteles donde el nombre del actor tenga un tamaño superior.

Existía también una tendencia hacia el uso de los caracteres en mayúscula frente a las minúsculas, la letra impresa frente a la manuscrita y las letras de palo seco frente a las romanas. No obstante, cualquier letra podía ser utilizada en el cartel cinematográfico, siempre y cuando respondiera a las necesidades persuasivas y comunicativas perseguidas.

En cuanto al componente cromático, en líneas generales, y con contadas excepciones, la paleta de colores dominante era recesiva y apagada, buscando la creación de una atmósfera tenebrosa que se asociara a la barbarie originada por el conflicto. Los colores cálidos se usan para generar contraste o exaltación dramática.

El grafismo de estos carteles buscaba sobre todo impactar, utilizando imágenes dominantes que permitieran al espectador recordar mucho mejor la película a pesar de que la exposición al mismo fuera reducida. Así, el objetivo principal del cartel era «dejar una huella eficaz que sirviera para recordar fácilmente al producto, e impregnar en él una serie de valores inconscientes que ayudaran a la función persuasiva» (GÓMEZ, 2002: 214); en el caso que nos ocupa, esos valores inconscientes fueron, de un lado, la ternura, el amor a la patria, el amor familiar y, de otro, la valentía, el patriotismo, el heroísmo, el rechazo a los teutones, etc., lo que permitió la creación de un imaginario bélico que se consolidaría décadas después en la Segunda Guerra Mundial. ■

NOTAS

- * Las imágenes que ilustran este artículo han sido aportadas voluntariamente por los autores del texto; es su responsabilidad el haber localizado y solicitado los derechos de reproducción al propietario del *copyright*. En cualquier caso, la inclusión de imágenes en los textos de *L'Atalante* se hace siempre a modo de cita, para su análisis, comentario y juicio crítico. (Nota de la edición).

REFERENCIAS

- BRUNETTA, Gian Piero (2011). *Historia Mundial del Cine (I): Estados Unidos*. Madrid: Akal.
- CORONADO E HIJÓN, Diego (2002). *La metáfora del espejo: teoría e historia del cartel publicitario*. Sevilla: Alfar.
- ENEL, Françoise (1977). *El cartel: lenguaje, funciones, retórica*. Valencia: Fernando Torres Editor.
- GÓMEZ PÉREZ, Francisco Javier (2002). La tipografía en el cartel cinematográfico: la escritura creativa como modo de expresión. *Comunicación: revista internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1, 203-216.
- CULTURARTS IVAC. *EFG1914 European Film Gateway. El cine y la I Guerra Mundial*. Valencia: Generalitat Valenciana. Recuperado de <http://ivac.gva.es/efg1914/index.php/que-es-efg1914/el-cine-y-la-i-guerra-mundial>.
- RUIZ MELENDERAS, Emeterio (1985). *100 años de cartel español*. Madrid: Cámara de Comercio e Industria.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, Roberto (1997). *El cartel de cine: arte y color*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- TABUENCA BENGOA, María (2009). *Evolución histórico-artística del universo posmoderno de Almodóvar. La cartelística de su obra*. Madrid: Universidad CEU San Pablo.
- VACCARO, Juan (2008). Hollywood va a la guerra: la primera Guerra Mundial y el cine estadounidense (1917-1918). *Actas del I Congreso Internacional de Historia y Cine*. Madrid: Universidad Carlos III; Instituto de Cultura y Tecnología.
- VV. AA. (2007). *100 pósters para un siglo*. Vigo: Fundación Pedro Barrié de la Maza.

EL IMAGINARIO BÉLICO A TRAVÉS DE LOS CARTELES DEL CINE NORTEAMERICANO ENTRE 1914 Y 1918

Resumen

El objetivo del presente artículo es ofrecer una aproximación a los carteles de las principales películas filmadas en Estados Unidos durante el período en el que transcurre la Primera Guerra Mundial (1914-1918) y que tienen como tema principal cualquier tipo de conflicto bélico. El estudio nos permite determinar la existencia de una gráfica específica de la guerra, la cual permitió la construcción de un imaginario bélico, manifestado a través de una serie de carteles cinematográficos seleccionados a modo de ejemplo. Durante este período el cine realizado y estrenado en Estados Unidos presenta una triple vertiente: de un lado tendríamos el cine bélico historicista, de otro el cine bélico oficialista y, finalmente, el cine comercial, que presenta un carácter más pacifista. En las tres corrientes el cartel cinematográfico desempeñó un papel esencial, no solo desde el punto de vista comercial, sino también en la creación de discurso intencionado, de carácter denotativo, ya fuera de índole social, política o incluso filosófica.

Palabras clave

Cartel cinematográfico; Primera Guerra Mundial; imaginario bélico; CPI; Comité de Información Pública; cine pacifista; cine oficialista.

Autores

Laura González Díez (Madrid, 1968) es profesora agregada de Diseño Periodístico en la Universidad CEU San Pablo. Autora de *Principios de diseño periodístico y 30 años de diseño periodístico en España*, ha publicado artículos sobre tipografía y diseño gráfico en revistas españolas como *Revista Latina de Comunicación Social*, *Icono 14*, *Doxa* o *Fonseca*, *Journal of Communication*. Es IP del grupo ICOIDI. Contacto: design@ceu.es.

Belén Puebla Martínez (Madrid, 1972) es profesora visitante de la Universidad Rey Juan Carlos. Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos. Licenciada en Periodismo y en Comunicación Audiovisual. Es directora del grupo de investigación Visual. Investigando la comunicación en España, grupo multidisciplinar de jóvenes investigadores. Autora de libros como *Ficciónando. Series de televisión a la española*. Contacto: belen.puebla@urjc.es.

Pablo R. Prieto Dávila (Madrid, 1972) es arquitecto y profesor contratado doctor de Comunicación Gráfica en la Universidad Rey Juan Carlos (URJC). Ha publicado diversos artículos

THE IMAGINARY OF WAR AS DEPICTED IN AMERICAN FILM POSTERS FROM 1914 TO 1918

Abstract

The objective of this article is to offer an analysis of the posters for the most prominent movies filmed in the United States during the First World War (1914-1918) that have any kind of military conflict as their main theme. This analysis will make it possible to identify the existence of a particular graphic style associated with military conflict that contributed to the construction of an imaginary of war, expressed in a series of film posters that exemplify that style. The films produced and released in the United States during this period can be divided into three main categories: historical war films; government war films; and commercial pictures, generally characterised by a more pacifist message. For all three categories film posters played a key role, not only from a commercial point of view, but also in the creation of an intentional denotative discourse, whether social, political or even philosophical.

Key words

Film poster; First World War; Imaginary of war; CPI; Committee on Public Information; Pacifist films; Government films.

Authors

Laura González Díez (Madrid, 1968) is professor to Newspaper Design at San Pablo CEU University. Author of *Principles of Newspaper Design, 30 years of Newspaper Design in Spain*, has published articles on typography and graphic design in Spanish magazines like *Revista Latina Social Communication*, *ICONO14*, *Doxa* or *Fonseca Journal of Communication*. She is IP group ICOIDI. Contact: design@ceu.es.

Belén Puebla Martínez (Madrid, 1972) is visiting professor at the Rey Juan Carlos University. PhD in Communication Sciences by the Rey Juan Carlos University. BA in Journalism and Audiovisual Communication. She is IP of the research group Visual. Communication research in Spain, multidisciplinary group of young researchers. Author of books like *Ficciónando. Series de televisión a la española*. Contact: belen.puebla@urjc.es.

Pablo R. Prieto Dávila (Madrid, 1972) is an architect and Associate Professor of Graphic Communication at the Rey Juan Carlos University (URJC). He has published several articles

sobre comunicación gráfica y diseño de la interacción en revistas españolas e internacionales. Actualmente es coordinador del Grado en Diseño Integral y Gestión de la Imagen en la URJC. Contacto: pablo.prieto@urjc.es.

Referencia de este artículo

GONZÁLEZ DíEZ, Laura, PUEBLA MARTÍNEZ, Belén, PRIETO DÁVILA, Pablo R. (2016). El imaginario bélico a través de los carteles del cine norteamericano entre 1914 y 1918. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 21, 47-58.

on graphic communication and interaction design in Spanish and international journals. He is currently Coordinator of the Degree in Comprehensive Design and Corporate Image Management at the URJC. Contact: pablo.prieto@urjc.es.

Article reference

GONZÁLEZ DíEZ, Laura, PUEBLA MARTÍNEZ, Belén, PRIETO DÁVILA, Pablo R. (2016). he Imaginary of War as Depicted in American Film Posters from 1914 to 1918. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 21, 47-58.

Edita / Published by



Licencia / License



ISSN 1885-3730 (print) / 2340-6992 (digital) DL V-5340-2003 WEB www.revistaatalante.com MAIL info@revistaatalante.com
