



Trauma, identidad, humor incómodo e incorrección política

VET Tv: una programación exclusiva por y para excombatientes

REDACCIÓN



“Generalmente a los civiles no les gusta vernos como somos realmente ... No somos más que jóvenes chavales reclutados a los que rellenan como bolsas de basura, que lo único que quieren es ir a matar al enemigo y echar un polvo”¹

Con un lenguaje directo y un humor ácido, el excapitán del Cuerpo de Marines de los Estados Unidos y veterano de Afganistán, Danny Maher (alias artístico Donny O’Malley), declaraba en su plataforma de visionado como él y sus compañeros se percibían a sí mismos, tanto ante el público general como dentro del colectivo de excombatientes. Sin una intención crítica o de protesta, Maher añade con humor: *“Nadie va a negar que los veteranos post 9/11 son diferentes a otras generaciones de veteranos. Somos sanguinarios, perversos, ofensivos, gallitos e irreverentes”².*

Maher, obsesionado en su infancia con los filmes de la guerra de Vietnam y siendo hijo de un veterano, deseaba alistarse en los marines y combatir en una guerra. Desde su primer paso por el campo de entrenamiento, seguido después de su servicio en Afganistán en 2009, insistió en vivirlo como si estuviera en televisión, para poco después iniciar un blog en el que describir, a modo de dietario humorístico, su día a día en misión. En unos años en que la aparición de los teléfonos móviles inteligentes, redes sociales y las cámaras portátiles GoPro se popularizaron de manera masiva,

¹ “Founder’s Story. Donny O’Malley” *Vet. TV Veteran Television* (2024). Disponible en: <https://www.veterantv.com>

² Ibid.

Internet se saturó de vídeos de combatientes en servicio en Oriente Próximo, grabando emboscadas, intercambios de fuego, explosiones, misiones e incluso muertes. Webs, Facebook, blogs y noticiarios se hacían eco de dichas filmaciones, con tono morboso, mostrando escenas de explosiones, rebotes de bala y soldados heridos. En paralelo, apareció una nueva oleada de filmes bélicos cargados de drama y valores nacionales como el sacrificio y la familia, rodados en el desierto de California cámara al hombro, intentando emular las imágenes que un corresponsal en acción podría grabar. Ya no se asemejaban a producciones escasas como *Generation Kill* (2008), con un relato descarnado, cínico y fatigoso donde el periodista Ewan Wright acompañaba al primer batallón de Marines en llegar a Bagdad en 2003, presentándolos como antihéroes pendencieros y malhablados, provenientes de familias rotas y contextos marginales. En su lugar, las imágenes se centraban en la masculinidad y patriotismo como destacaba Clint Eastwood en *Francotirador* (C. Eastwood, 2014), donde el estrés postraumático y las bajas eran algo casi circunstancial frente a la construcción salvadora de un ángel armado con un fusil de precisión.

Maher, como muchos otros excombatientes, era consciente de esas diferencias a su regreso a los Estados Unidos y lo difícil que era compaginarlas con la vida en California, por sus secuelas de soledad, alineamiento, desempleo, depresión, ansiedad; y, sobre todo, el desarraigo debido a la falta de camaradería, como un colectivo y un espacio donde compartir sus experiencias, sensaciones, valores y necesidades. El suicidio de uno de sus amigos de servicio fue el detonante para iniciar sus proyectos de construcción comunitaria, como modo de contrarrestar el aislamiento de los veteranos de combate. Estos era veteranos de guerras de nueva generación, distantes de los ancianos excombatientes de la Segunda Guerra Mundial enaltecidos por el discurso de la victoria. Lejos también de la imagen reconstruida de los aguerridos, traumatizados y abandonados combatientes de Vietnam. Los veteranos post 9/11, reconocidos así oficialmente por la ley de beneficios del mismo nombre de 2008, lucharon una guerra global contra el terrorismo, en unos términos muy distintos y al amparo de unas políticas ambiguas, que no hicieron más que dejar desorden y falsas ideas de estabilidad. El aumento progresivo de la tecnificación, el combate pasivo, la desmoralización y bajas psicológicas se acompañó de una progresiva desvinculación y desinterés de la sociedad respecto a los soldados y sus necesidades, en un contexto de recesión y campañas de impopularidad.

El mundo civil y el de la guerra bajo la orden marcial comparten pocos valores, menos aún prácticas y necesidades cotidianas. El historiador y veterano de la Segunda Guerra Mundial, Paul Fussell, lo comparaba como dos escuelas distintas, donde se enseñan prioridades, valores, jerarquías y modelos distintos e irreconciliables³. Los esfuerzos patrióticos siempre enfatizan un imaginario discursivo, basado en constructos

³ Fussell (1989)

abstractos, emotivos, excluyentes y disciplinarios que enardecen dicho esfuerzo nacional como el del soldado vencedor o la llama imperecedera de heroicos caídos y desaparecidos en combate. Siempre una imagen sin rostro, que despersonalizan a los combatientes para imaginarlos como heroicos jóvenes acordes a las narrativas militaristas. Eso no deja comprender la extensa y difícil realidad: miles de exsoldados anónimos desmovilizados a los que no solo hay que reintegrar. Han sido desnaturalizados, entrenados en el uso de las armas y lógicas militares, a los que ahora hay que reeducar y garantizar empleo. A ello se suman miles de heridos y mutilados a los cuales se les requiere cubrir necesidades. Aquellos soldados, de leva o contrato, que se convierten después en excedentes en términos industriales, acarrearán de un modo u otro unos cambios premeditados por los formadores y los campos de entrenamiento, como circunstanciales por el contexto excepcional de la guerra. Una sociedad civil nunca ha estado preparada para asimilar la brutalidad de la experiencia militar, el trauma, pero tampoco las realidades cotidianas que en ella imperan, bajo unos valores y prioridades distintas. Como adaptar la jerarquía castrense y las graduaciones a nuevos órdenes sociales, o como entender acciones tan sencillas como ir al mercado, pasear o buscar empleo sin miedo a un ataque, sin apoyo, sin órdenes. Es más, ¿cómo se pueden legitimar acciones de violencia o reintegrar conocimientos tan específicos como el armamento y su uso, en una realidad civil, habitualmente ajena a esos elementos?

Maher recordaba que, más duro que su servicio, fue el retorno. Afganistán había sido como una actuación, marcado por ese humor suyo y la camaradería de combate. Pero las consecuencias arrastradas por su despliegue en combate, aquellas que nunca aparecen en pantalla, habían retornado con él, al igual que les sucedió a otros veteranos. Al volver a California, se encontró con un profundo aislamiento y sensación de marginación social, ahora sin el apoyo de unos compañeros de batallón que estaban lejos o caían bajo el peso del Estrés postraumático. El siglo XXI trajo guerras de nueva generación, y también la tecnología de las redes sociales. Como aquellas webs que ofrecían secuencias de combates, torturas a insurgentes o ejecución de rehenes, las redes acortaban distancias y ofrecían espacio para hombres con una misma experiencia. Maher, aquejado por el desempleo y los pensamientos suicidas, decidió iniciar por Facebook las quedadas entre veteranos. Primero organizando las marchas "*Silkie Hikes*", y después la "*Irreverent Warriors*", meetings donde no primaba la protesta política ni denunciar la invisibilización del PTSD⁴. Tampoco eran *Rap Groups*, sesiones donde los veteranos hablaban de sus pesadillas, obsesiones o sufrimientos en grupo, buscando apoyo y desfogándose. Mas bien, se trataba de pasar un buen rato entre compañeros veteranos y hacer que pudieran lidiar con el estrés postraumático, la soledad y los impulsos negativos mediante fiesta, alcohol,

⁴ "Preventing Veteran Suicide, Irreverent Warriors" Vet. TV Veteran Television (2021). Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=mJS_mPNG3Nw

banderas, y humor, creando un espacio cómodo en el que todos se entienden y no existen las barreras de la corrección política.

De todo eso nació el proyecto [VET Tv](http://veterantv.com) (veterantv.com) En esencia, un servicio de visionado por pago inspirado en otras plataformas como HBO, realizado por y dirigido para veteranos, con su humor, lenguaje, tópicos, límites y más aspectos que no encuentran espacio ni tolerancia en el mundo civil. El proyecto, nació en 2016 en San Diego, como vídeos de corta y media duración en los que Maher y sus colegas de servicio parodiaban aspectos concretos de la vida militar de un soldado de infantería; creció en popularidad con una rapidez notable hasta alcanzar más de 200.000 suscriptores en todo Estados Unidos⁵.

El éxito del proyecto es sencillo, ya que se basa en unos pilares simples pero inamovibles. Precisamente ese aspecto irreverente es lo que le garantizó dicho éxito, sabiendo que *VET Tv* está hecha por *grunts*, simples veteranos de infantería, y que no buscan atraer o convencer a nadie más que no juegue con sus reglas. Básicamente, el recrear escenas cotidianas realistas, que van desde escenarios de combate con población civil afgana a situaciones burocráticas incomprensibles, recurriendo al esperpento, la ironía, la auto burla y lo ácidamente obsceno. Buscan huir de la gloria y lo épico de los filmes hollywoodienses, películas que Maher califica como propaganda hecha para civiles. En su lugar el equipo de *VET Tv* presenta arrogancia, bravuconería, temeridad absurda, incompetencia, violencia y obscenidad: *“Decimos a la otra gente: ¡Si!, estuvimos ahí, estábamos en combate y nos reíamos, Teníamos GoPros y nos sacábamos selfies. Ese era el combate post 9/11”*⁶

Por otro lado, el otro gran puntal es su lenguaje. Precisamente algo que muchos de sus productores, actores y consumidores laudan y lo definen como elemento central a la hora de representarlos. El lenguaje, sin censuras y sin filtros, es reivindicado como elemento amalgamador de camaradería y comunidad, ya que tanto sus creadores como espectadores lo definen como la más pura versión de la experiencia de ser un veterano 9/11. Maher lo resume como *“caracterizar nuestras experiencias como nadie tuvo los cojones de hacer, sin anuncios, sin espónsosres (...) Cuenta nuestra historia a nuestra manera”*⁷.

Precisamente ese lenguaje cargado de violencia, incorrección y referencias sexuales ha demostrado también ser el generador de críticas. Siendo una plataforma de contenido audiovisual sobre la vida de un soldado/veterano post 9/11, temas como el abuso sexual, la homofobia, la transfobia y el racismo son presentados sin ambages ni medida. A diferencia de aspectos como el suicidio y el estrés postraumático, que tocan íntimamente a la comunidad de veteranos, el abuso sexual y discriminación

⁵ “Inside Veteran TV’s Dark and Controversial Humor”, *VICE* (2018)

⁶ Ibid.

⁷ “Founder’s Story. Donny O’Malley” *Vet. TV Veteran Television* (2024). Disponible en: <https://www.veterantv.com>

racial y sexual, con lo que ello implica siendo de profunda actualidad, despierta demasiadas sensibilidades, sobre todo en un país donde los últimos 50 años la protesta social de los sectores de izquierda ha derivado hacia las construcciones identitarias y el revisionismo posmoderno. Hablar de asuntos como el alto historial de violaciones dentro de las Fuerzas Armadas estadounidenses y la cultura interna que la hace un delito estructural, o de las políticas de “*Don’t ask don’t tell*” de segregación de personal homosexual o transexual, no han supuesto un obstáculo para el equipo de *VET Tv*, que toca dichas problemáticas con el mismo humor directo sin tapujos. Sketches que recrean a una instructora trans de los marines emulando la escena de la *Chaqueta Metálica* (Kubrick, 1987), desfilando con sus reclutas a coro de “*aquí mi fusil, aquí mi pistola*”⁸; o como un grupo de soldados recibe clases sobre como “*no violar*” a mujeres⁹, han llamado el rechazo de periodistas, críticos y demás, que aseguran no entender ese tipo de humor. Por otro lado, veteranos del Ejército y otros cuerpos ríen energéticamente, reconociendo dichas parodias como recreaciones humorísticas fidedignas de la realidad, afirmando que dichas escenas no buscan explotar esas problemáticas, sino visibilizarlas.

Ese modo de hacer humor revela una actitud muy definitoria del colectivo de veteranos modernos, donde la identidad como excombatientes, más allá de beneficios, ayudas y procesos de reinserción, existe de manera patente y se traduce en incongruencia y confrontación frente a sociedades civiles. Se presenta como un medio para un público concreto, y factores como no adaptarse a los cánones de la corrección política denota, por un lado, ese sentimiento de aislamiento y percepción de su identidad como un mundo aparte, pero al otro, una reacción desafiante. Ante una sociedad que no quiere oír ni entender sus vivencias, contextos ni realidades, Maher y su equipo actúan con una contundente reacción de afianzamiento simbólico mediante su lenguaje y representaciones. Banalizan con humor, pero a la vez, se reafirman a través de éste, dejan clara su intención de no querer adaptarse para encajar. Su discurso está abierto a otras audiencias, pero no andan tras ellas ni buscan su aprobación. La reafirmación del sentimiento colectivo de camaradería y el constante uso del lenguaje sexualizado, muy paralelo a la imagen del guerrero y el combate, afianza de manera cómica valores que asumen como intrínsecos. Se presentan como un club exclusivo de hombres que recrea el antiguo epíteto del heroico guerrero y su compañía, desde una visión posmoderna donde la épica es sustituida por la parodia. En muchas de sus series o breves sketches se repite ese constante paralelismo que recrea la tradición clásica del héroe. Encontramos capítulos donde los soldados recrean un hedonismo destructivo, mostrando entusiasmados y sexualmente excitados ante la perspectiva inminente de entrar en

⁸ “Kill, Die, Laugh | Bootcamp | TEMP 1, EP 01”; *Vet. TV Veteran Television*. Disponible en: <https://www.veterantv.com>

⁹ “Department of Offense - Barracks Party”, *Vet. TV Veteran Television*. Disponible en: <https://www.veterantv.com>

misión. En otros, se enseña a reclutas como estimular el cañón de sus fúsiles de asalto y el de sus compañeros, recreando tanto el elemento simbólico de masculinidad del guerrero y de camaradería platónica como si fuesen los guerreros sagrados de Tebas, al mismo tiempo que parodian algo constante en la experiencia del soldado como es la frustración sexual y la relación cultural falocéntrica de este con su arma. Incluso, los episodios de hiper-agresividad que mitos griegos como el de Hércules reproducen, son objeto de humor al trasladarlo al contexto de un veterano con estrés postraumático, recreado en un breve anuncio de la teletienda que vende collarines anti-estrangulamiento para mujeres de excombatientes con terrores nocturnos.

Incluso podemos observar ciertas actitudes en su discurso humorístico temático, donde la esencia de la veteranía se asocia de manera exclusivista no solo para con la sociedad, sino también dentro de las fuerzas armadas. Los marines y la infantería, en general aquellos que experimentaron de manera directa y personal el combate, los apodados “*grunts*” (gruñones), son los que quedan enmarcados en el discurso de la veteranía a pesar de la parodia. Por otro lado, las fuerzas navales, aérea, burócratas del ejército, y demás, aparecen en un marco ridiculizado, asociado constantemente a la ingenuidad, ineptitud y falta de masculinidad.

En definitiva, del mismo modo que a la mujer o a minorías, *VET Tv* no tiene interés en mostrar otras perspectivas. Maher y sus colaboradores lo defienden expresando su construcción de la experiencia del combate y su vida como veteranos en lo que califican de realista. Para ellos no supone una actitud cínica. Lo argumentan enfatizando que los veteranos no es un grupo ampliamente diverso, es decir, son hombres que han vivido experiencias y dolencias comunes, machistas, bravucones, a los que no interesa ser políticamente correctos. Trasladan a la pantalla, como una especie de espejo reflector, lo que concibe su memoria de la guerra y su vida presente como excombatientes. Pero el factor plataforma digital de pago establece un filtro separador, donde ese colectivo, pese a su actitud de expresar su realidad tal como la viven y relativizarla mediante la comedia, no deja de seguir en esa espiral de marginación y aislamiento. Acude a un público conocido, esos excombatientes masculinos que añoran la sensación de comunidad y apoyo de camaradería de combate, haciendo que al final, su clamor de mostrar su realidad quede enmudecido por un público que no está dispuesta a pagar para conocer una verdad incómoda.