

# Argentina tiene un segundo video para reclamar Malvinas

## En el nuevo spot aparece la presidenta Cristina Fernández entregándole el DNI a un malvinense

El gobierno nacional tiene preparado un segundo spot sobre Malvinas para mantener vivo el reclamo por la soberanía en medio de los Juegos Olímpicos que tendrán lugar en Londres a mediados del mes próximo, según publicó el diario Perfil en su edición digital.

La Secretaría de Medios de la Nación puso al aire el mes pasado, en varios canales, una publicidad protagonizada por el capitán del equipo argentino de hockey sobre césped, Fernando Zylberberg, quien se entrenó en secreto en las islas, y que finalizaba con el eslogan “para competir en suelo inglés, entrenamos en suelo argentino”.

La difusión generó tensión con el gobierno británico. Pero si ese spot causó polémica, el segundo promete multiplicarla. Confeccionado también por la agencia Young & Rubicam, con una duración de un minuto y 59 segundos, la publicidad apela a despertar un sentimiento nacionalista, exponiendo la provocación de los ingleses.

En una de las primeras imágenes aparece un legislador británico, en el Parlamento, diciendo: “Quiero recordarles a los argentinos que ellos perdieron la guerra de las Malvinas”. Detrás, sus colegas se ríen. En la secuencia continúa David Cameron, el premier inglés, apelando al derecho de autodeterminación de los pueblos para decidir la soberanía del archipiélago.

El actor estadounidense Sean Penn y los cantantes británicos Roger Waters y Morrissey están en el compilado defendiendo la posición argentina. “Tienen que sentarse a negociar”, propone Penn. “Sabemos que son argentinas”, dice Morrissey. “Yo creo que deberían ser argentinas”, opina Waters.

Por su parte, la presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, es parte del spot. Se la muestra entregando la ciudadanía argentina a un hombre nacido en las islas Malvinas y también ofreciendo un discurso en la Casa Rosada, donde pide que, por vía pacífica, los británicos se sienten a discutir con nuestro país como lo ordenan las Naciones Unidas. La propaganda termina con un eslogan nuevo: “Porque lo que es tuyo, aunque no lo tengas, sigue siendo tuyo”. Para acompañar, de fondo, se oye una música épica.

La presidenta tiene previsto con esta y otro tipo de acciones mantener vigente la discusión en los foros internacionales. De hecho, asistirá a la reunión del Comité de Descolonización de las Naciones Unidas en Estados Unidos, el 12 de junio, para exponer su postura sobre la colonia que mantienen los ingleses en el archipiélago argentino. Será la primera vez que un presidente va al comité. De los 18 casos de colonias que estudia la ONU, diez pertenecen al Reino Unido.

Cristina apuesta a los foros internacionales y a la diplomacia para forzar en algún momento a Gran Bretaña a sentarse a discutir la soberanía. Sabe que la legislación global la respalda, y que muchos países acuerdan con su posición, sin embargo, entiende que los ingleses tienen

mucho poder en los distintos grupos que integra a nivel mundial. Por eso, asegura, no será con este gobierno que se pueda recuperar la soberanía pero pretende, al menos, iniciar un camino que se había desandado.

Tras la polémica del primer spot, la agencia local de Young & Rubicam (que pertenece al grupo inglés WPP) comunicó que la intención del spot no era despertar ninguna polémica, sino que tuvieron la idea de hacer algo con el tema Malvinas y se largaron a filmarlo sin un cliente predeterminado. De hecho, la publicidad ya había sido comprada por Direct TV, pero el gobierno la quiso retener a cualquier costo, lo que le habría generado algún roce a la agencia con la empresa de televisión. WPP pidió, esa vez, disculpas por el spot y le solicitó al gobierno argentino que lo retirara de la TV, algo que hasta la sucursal local dijo que era imposible.

Por su lado, los kelpers contraatacaron con un video filmado en Puerto Argentino, Malvinas, en el que editaron una imagen del atleta Fernando Zylberberg que intenta vanamente alcanzar un ómnibus inglés.

Asimismo, los ingleses produjeron una publicidad de la cerveza oficial de la selección británica de fútbol, que muestra a Diego Armando Maradona de espaldas y con la camiseta argentina, barriendo el piso en una facultad de hinchas futboleros, durante una campaña para la Eurocopa, que se jugará este año en Polonia y Ucrania.