

California vuelve a ser mexicana, gracias al vodka

La empresa sueca Vin&Sprit (V&S), fabricante del vodka Absolut, se ha visto obligada a retirar un anuncio de este licor en México tras una ola de protestas generada en Estados Unidos. La razón es que la empresa utilizó como reclamo un mapa que extendía los dominios del país azteca en territorio estadounidense hasta los límites anteriores a la guerra entre ambos países (1846-1848). La campaña de publicidad ha levantado una gran polémica en Estados Unidos donde muchos internautas colgaron hasta 1500 mensajes de protesta en la web de Vin&Sprit y amenazaron con iniciar un boicot contra Absolut.

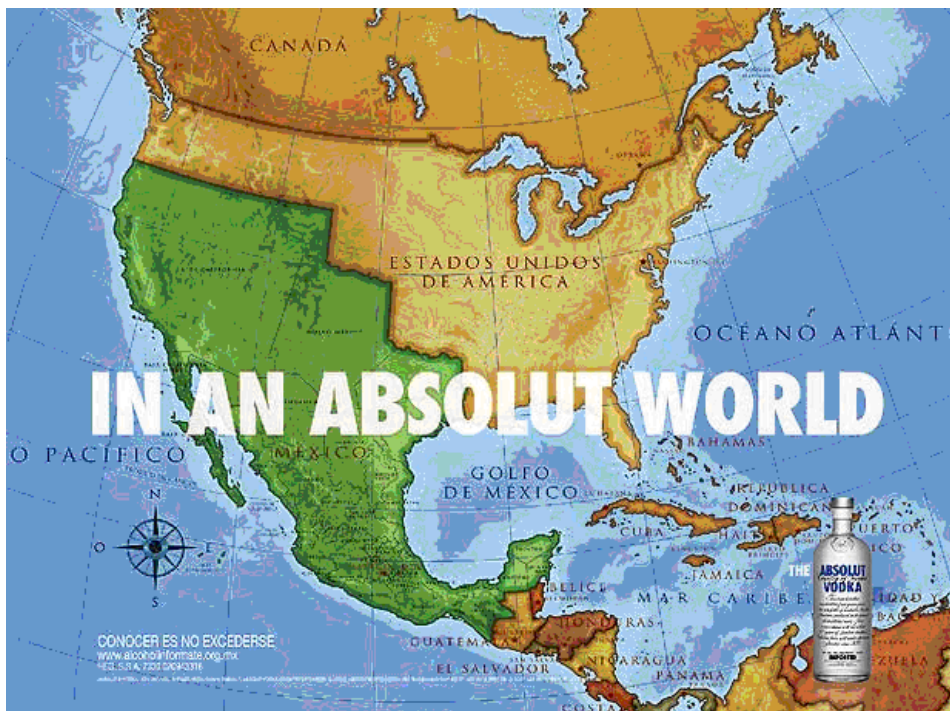
El mapa utilizado, vigente en el año 1830, sitúa bajo control mexicano los actuales estados de Texas, California, Arizona, Nevada, Utah, Nuevo México y partes de Colorado y Wyoming, territorios que México perdió en beneficio de Estados Unidos con la firma del Tratado de Guadalupe Hidalgo que puso fin a este conflicto bélico.

La vicepresidenta de Comunicación de V&S, Paula Eriksson, a través del blog de la compañía, ya ha pedido disculpas por el anuncio y ha asegurado que la intención de su empresa no fue ofender a nadie, ni abogar por la modificación de las fronteras entre Estados Unidos y México, ni alentar el sentimiento anti estadounidense ni intervenir en el debate migratorio entre ambos territorios.

Quizás para prevenir la polémica, dos días antes, en el mismo blog de Absolut, la dirigente de V&S intentó justificar el anuncio de su empresa y dijo que fue ideado pensando en la sensibilidad mexicana. Eriksson reconoció que las personas interpretan de manera distinta sus anuncios según el lugar donde se encuentren y añadió que "obviamente" este anuncio está diseñado para el mercado mexicano y no para el estadounidense, "que hubiera sido muy distinto".

Estas declaraciones provocaron durante todo el fin de semana un sinnúmero de reacciones y protestas en Internet. Además de las peticiones de boicot, entre las airadas reacciones de los internautas estadounidenses destacan sendos montajes en los que aparece un muro metálico sobre la actual frontera entre Estados Unidos y México, y otro que sobrepone una cruz gamada sobre Suecia, Alemania y Francia.

El anuncio de la discordia se enmarca en la campaña In an Absolut World (en un mundo Absolut), en el que la compañía invita a los consumidores de cada país a distintas visiones de un mundo supuestamente ideal.



Disponível em: <http://www.elpais.com> – Acesso em: 9/4/2008.

A utilização deste artigo é exclusivo

acionais.