



Instituto de  
Relaciones  
Internacionales



Universidad  
Nacional  
de La Plata



Consejo Federal de  
Estudios Internacionales

# Red Federal de Estudios sobre Malvinas ReFEM 2065. CoFEI

Federico Martín Gomez  
(Compilador)

## Serie: Documentos de Trabajo

Documentos de Trabajo N° 12 – Diciembre 2016 ISSN 2344-956X

Publicación de Actualización Continua, del Instituto de Relaciones Internacionales (IRI), Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata.

Calle 48, Nº 582, piso 5º. La Plata, Provincia de Buenos Aires.

iri@iri.edu.ar [www.iri.edu.ar](http://www.iri.edu.ar)



Licencia creative commons

Esta publicación se realiza bajo una licencia Creative Commons  
CC BY-NC-ND 3.0

#### **DATOS BIBLIOGRÁFICOS**

# ¡¡¡VAMOS MANAOS!!!

## Procesos de construcción simbólica soberanas sobre la Cuestión Malvinas

Lic. Federico Martín Gómez, Lic. Carlos Sebastián Ciccone

La evolución constante de la Cuestión Malvinas, hoy nos expone a una dimensión novedosa, en la cual la sociedad civil procesa una suerte de empoderamiento sobre la construcción de la cuestión, tanto en su faz interna como externa en los reclamos simbólicos de soberanía.

En el presente trabajo, realizaremos un abordaje inicial sobre este nuevo fenómeno, buscando ver la proyección y el impacto del mismo sobre la Cuestión Malvinas, tanto en dimensión externa (la disputa de soberanía) como sobre su dimensión interna (construcción simbólica del nacionalismo argentino).

El objetivo principal de esta ponencia, la cual significa un primer acercamiento, será analizar las representaciones del nacionalismo en torno a Malvinas que la empresa nacional de gaseosas Manaos construye a través de toda su plataforma, así como también problematizar la campaña “Manaos- Diálogo por Malvinas” como un ejemplo de cómo una empresa busca influir en el desarrollo de la política exterior argentina por medio de acciones desde y sobre la sociedad civil. En consecuencia, analizaremos las tres publicidades filmadas en Malvinas, que esta empresa lanzó en el mes de agosto del corriente año, enmarcadas dentro de la campaña antes mencionada, en las cuales construye la imagen de su producto vinculándola al reclamo soberano argentino sobre las Islas.

Realizaremos un relevamiento de casos ciertos a nivel histórico, donde acciones tanto directas como indirectas provenientes de la sociedad civil han derivado en experiencias de construcción de reclamo de soberanía sobre la cuestión. Seguidamente, un análisis concreto de la acción publicitaria de la empresa Manaos, nos permitirá abrir un espacio de debate sobre el uso y apropiación de Malvinas en el imaginario argentino.

Finalmente procederemos a una reflexión tratando de comprender que procesos de construcción y deconstrucción operan hoy sobre la sociedad argentina en torno a la Cuestión Malvinas.

En lo que respecta al marco teórico, nos valdremos de la definición de *publicidad* elaborada por Enrique Ortega, quien la entiende como un proceso de comunicación, el cual se caracteriza por su carácter impersonal y controlado que, a través de medios masivos de comunicación, busca dar a conocer un determinado producto, servicio, idea o institución con objeto de informar o de influir en su compra o aceptación (1977). Esta definición destaca un aspecto fundamental como lo es la utilización de la publicidad por parte de las empresas en pos de lograr objetivos económicos.

Por otro lado, a través de la publicidad, los medios de comunicación construyen *representaciones sociales*, es decir, “imágenes que construyen los medios de difusión sobre los temas que conforman la agenda pública”<sup>1</sup> (2002: 11). De estas representaciones se nutre nuestra identidad, la construcción del *Nosotros*<sup>2</sup>, y, a su vez, también constituye y alimenta las representaciones de los *Otros*, entendidos ambos dentro de una ecuación dicotómica<sup>3</sup>.

Metodológicamente hablando, y entendiendo que la publicidad engloba una multiplicidad de recursos a través de los cuales se construye el mensaje, centraremos la atención en los distintos recursos empleados: imágenes, secuencias, audios, entre otros.

## DESARROLLO

La Cuestión Malvinas, desde el retorno de la democracia argentina, se ha constituido como uno de los ejes fundamentales de política exterior nacional<sup>4</sup>. La misma se conforma por la yuxtaposición de una diversidad de miradas y construcciones políticas que han tenido por objetivo común diseñar las herramientas necesarias para proyectar un reclamo de soberanía a escala global de carácter imprescriptible.

---

1 La definición de representaciones sociales de Raiter parte de la idea de que las representaciones difundidas a través de los medios tienen mayor llegada y más posibilidades de convertirse en representaciones colectivas. Desde el punto de vista del autor, estas representaciones deben ser compartidas por la sociedad, y tienen el objetivo de dar cohesión a la comunidad.

2 Entendiendo que las representaciones nutren los nacionalismos, creemos necesario retomar el concepto de comunidad imaginada de Benedict Anderson (1993), que considera que los habitantes de una nación se sienten hermanados en una misma comunidad por el solo hecho de compartir un *Nosotros*, internalizado gracias a una serie de instrumentos como, por ejemplo, la alfabetización y la radio. Tal como plantea Anderson, una comunidad es imaginada “porque aun los miembros de la nación más pequeña no conocerán jamás a la mayoría de sus compatriotas, no los verán ni oirán siquiera hablar de ellos, pero en la mente de cada uno vive la imagen de su comunión” (1993: 23).

3 Vale la pena destacar que, en el apartado “Desarrollo” de esta ponencia, llevaremos adelante un abordaje teórico vinculado a la participación de diferentes actores en la planificación y puesta en marcha de la política interna y exterior de cada país.

4 La misma hoy detenta rango constitucional, a través de la Disposición Transitoria N° 1, la cual expresa “La Nación Argentina ratifica su legítima e imprescriptible soberanía sobre las Islas Malvinas, Georgias del Sur y Sándwich del Sur y los espacios marítimos e insulares correspondientes, por ser parte integrante del territorio nacional. La recuperación de dichos territorios y el ejercicio pleno de la soberanía, respetando el modo de vida de sus habitantes y conforme a los principios del Derecho Internacional, constituyen un objetivo permanente e irrenunciable del pueblo argentino

Ya desde la configuración territorial argentina<sup>5</sup>, marcó su presencia en la construcción de la identidad argentina. Ante la ausencia de una imagen de completitud de nación, ligada a la fisionomía, (Gorelik, 2004), se produce una suerte de territorialización simbólica de Malvinas en el continente, haciendo un islario alegórico que funciona como dispositivo de memoria (Vázquez, 2010: 102). Una memoria en donde la consigna reivindicativa es clara e inamovible, pero donde los pormenores que implicó e implica actualmente se hacen difusos por dos razones principales: la heterogeneidad y encono de las posiciones nacionales tras la contienda bélica de 1982, y su común encuentro frente a una situación de difícil recuperación del archipiélago a partir del nuevo escenario internacional.

Así, el conflicto del Atlántico Sur de 1982, se presenta como un punto de quiebre y bisagra en la cuestión, la cual desde ese momento, tendría una resignificación para el pueblo argentino en la internalización de una identidad colectiva (Oszlak, 2004).

Por otra parte, los desafíos que el Reino Unido materializa en el Atlántico Sur<sup>6</sup> demandan que las iniciativas diplomáticas argentinas no solo se sustenten en sus propias acciones, de carácter y influencia bilateral, sino que además se basamenten y proyecten en las acciones originadas desde la región.

La Cuestión Malvinas como construcción política en el sistema latinoamericano, se ha presentado como un desafío para las diversas gestiones gubernamentales argentinas, buscando proyectar y amplificar el reclamo de los derechos argentinos sobre estos territorios.

Es por ese motivo que el tenor del reclamo y la base de sustento del mismo ya no son propios, sino que se han extendido hacia el sistema global y orientada específicamente a América Latina toda como parte de un proceso de integración y de solidaridad política. Incorporando así nuevos intérpretes a un escenario de múltiples aristas y dimensiones, donde estructuras neocoloniales, sustentadas por políticas de siglos anteriores, perviven en pleno siglo XXI.

Este reclamo, ahora también hemisférico, es producto de la evolución histórica de un

---

5 Para mayor referencia de este tema: Bjerg, C., Gomez, F. y Soibelzon, M. F. (2010) "La construcción territorial de la República Argentina. Visiones de ganancias y pérdidas en el imaginario social e histórico argentino", en Simonoff, A. (Comp.) La Argentina y el Mundo frente al bicentenario de la Revolución de Mayo. Las relaciones exteriores argentinas desde la secesión de España hasta la actualidad. La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata, pp.117-124; Escudé, C. (1988) "El nacionalismo territorial argentino", en Perina, R. y Russell, R. (1988) Argentina en el Mundo (1973-1987). Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano, pp. 241-262; Ferrari, G. (1981) Esquema de política exterior argentina. Buenos Aires: EUDEBA, pp. 18-28; Lacoste, P. (2003) La imagen del otro en las relaciones de la Argentina y Chile (1534-2000). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 9-38 y 405-414.

6 Presencia británica materializada en los procesos extractivos y depredatorios de los recursos naturales (ictícolas e hidrocarbúricos) hasta la presencia nuclear denunciada por nuestro país en múltiples escenarios en marco de una región de paz, como es la Zona de Paz y Cooperación del Atlántico Sur.

concepto polisémico<sup>7</sup> como Malvinas y de su simbolismo<sup>8</sup>, que excede la forma de archipiélago y alcanza una dimensión histórico-cultural que cincela el sentimiento y la razón de todo aquél que se llame argentino y latinoamericano, no pudiendo escapar de manera alguna a la discordia y las contradicciones que encierran esas Islas a lo largo de la historia<sup>9</sup>.

En los últimos años, la construcción del reclamo a nivel internacional ha alcanzado actores tradicionalmente no tenidos en cuenta en la elaboración de la política exterior: la sociedad civil.

## CONSTRUCCIÓN TEÓRICA SOBRE EL ROL DE LA SOCIEDAD CIVIL Y LA POLÍTICA EXTERIOR

Históricamente las diversas corrientes de estudio de las relaciones internacionales, entre ellas el principalmente el realismo, han identificado al Estado como al único actor del sistema mundo. Es así que

*“la distinción realista entre proceso político interno y externo se basa en que mientras los determinantes de la política interna o doméstica dependen del sistema político nacional incluyendo la influencia de la opinión pública, partidos políticos y grupos de interés, la política externa es un producto del Estado mismo, relativamente aislado de la sociedad”. Esta visión “ignora el proceso de decisiones, el rol de las instituciones estatales y no estatales (...) ignora el gran contexto en que interactúan estos elementos para producir la política exterior”<sup>10</sup>.*

Luciano Tomassini, interpreta que *“en la actualidad tiende a predominar una nueva visión de las relaciones internacionales que privilegia la interacción entre los distintos segmentos de las sociedades nacionales en función de múltiples temas sustantivos, a partir de los conceptos de interdependencia y bienestar”*. Profundiza su idea al explicar que

*“conforme la sociedad civil se expande y articula en múltiples grupos de interés, esos grupos aspiran a tomar en sus manos una proporción cada vez mayor de los asuntos que interesan a la comunidad. La transferencia de res-*

---

7 Al referenciar la polisemia o aspecto polisémico de la Cuestión Malvinas, hacemos referencia a las diversas variables y significados que la misma comporta, entre ellos pudiendo destacar el aspecto geográfico, a la reivindicación de la soberanía nacional o directamente al conflicto bélico de 1982, entre otros. Mayores referencias en Rosana Guber *¿Por qué Malvinas? De la causa nacional a la guerra absurda*. Fondo de Cultura Económica. 2001.

8 Ver Bosoer, F. (2012) “Malvinas, 30 años después: cuestión, causa o significante”, en *Revista de Ciencias Sociales UBA*. Dossier. N°80. Abril 2012; Sanchez, L. (2013) “Terra incognita, comunidad imaginada... Malvinas”, en *Cuestiones de Sociología, FaHCE. UNLP*, n° 9. 2013.

9 *Ibidem*

10 Lasagna, Marcelo. “Las determinantes internas de la política exterior: un tema descuidado en la teoría de la política exterior”. *Estudios Internacionales*. Año XXVIII. Julio-Septiembre N°111. 1995.

*ponsabilidades desde el Estado hacia la sociedad civil y la consiguiente proliferación de grupos no gubernamentales en un mundo en que el ejercicio de esas responsabilidades depende cada vez más de la solución que se dé a esos problemas globales, obliga a estos grupos, cada vez con mayor frecuencia, a buscar la satisfacción de sus intereses en el plano internacional”<sup>11</sup>.*

Otros teóricos de las relaciones internacionales, identifican este fenómeno como “*fuga de poder*”, interpretándola como “*la instancia donde actores no estatales se ven favorecidos por la crisis de autoridad que sufren los Estados debido a que emergen como depositarios del poder que fuga de los mismos*”<sup>12</sup>. Aquí hallamos el empoderamiento político.

Roberto Russell, identificando a estos nuevos actores, los incorpora en la instancia del proceso decisorio de la política exterior al decir que “*es necesario conocer mejor la dinámica social que se desarrolla en el nivel micro de cada proceso decisorio y sus efectos de retroalimentación sobre los tomadores de decisiones, dado que la decisión aunque orientada fundamentalmente a responder a factores y/o modificar condiciones del marco externo, tiene también importantes y variados efectos sobre la misma sociedad*”<sup>13</sup>.

Debemos identificar con claridad, en la instancia propiamente de formulación de políticas (implícitamente en la de política exterior), a aquellos actores que han adquirido la capacidad de generar presión sobre los formuladores o hacedores de política, ya que al no hacerlo, se arriesga el proceso pleno de abordaje, interpretación y reflexión del papel que la sociedad civil interpreta y ejecuta al hacerse partícipe de la agenda del gobierno de turno.

*“Si el análisis de las características que presenta el escenario internacional en un momento dado no va acompañado de un conocimiento sistemático acerca de los intereses que cada país debe perseguir en él, de sus objetivos concretos, de los cursos de acción que podría seguir para lograrlos, de los agentes que intervienen en la formulación de su política y se sus principales contrapartidas en el extranjero (...), no es suficiente para generar una política”<sup>14</sup>.*

Es por ello la definición de Van Klaveren al decir de la sociedad civil y por consiguiente de las ONG’s, “*todos estos actores no estatales pueden transferir influencias desde el medio externo a cualquier sistema de política exterior. Esas influencias pueden transfe-*

---

11 Tomassini, Luciano. “Trasnacionalización y desarrollo nacional en América Latina”. GEL. Colección Estudios internacionales. Pág. 24. Buenos Aires, 1984.

12 Tokatlian, Juan Gabriel. “Hacia una nueva estrategia internacional. El desafío de Néstor Kirchner”. Pág. 53. Grupo Editorial Norma. 2004

13 Russell Roberto. “Política Exterior y toma de decisiones en América Latina: Aspectos comparativos y consideraciones teóricas”. RIAL/Grupo Editor Latinoamericano. 1990.

14 Tomassini, Luciano. “Relaciones Internacionales: Teoría y Práctica”. EN: Documento de trabajo N° 2. Proyecto de Cooperación con los Servicios Exteriores de América Latina. PNUD-CEPAL. 1988.

*rirse de manera indirecta al centro formal de toma de decisiones, gracias a la intermedación de ciertos actores internos o bien por medio de una apelación directa a la opinión pública interna”<sup>15</sup>.*

Debemos advertir la instancia temporal-espacial en la cual los actuales gobiernos, desarrollan el proceso de toma de decisiones. Un mundo globalizado, donde los sistemas de comunicaciones y de información, han modificado drásticamente.

*“La política exterior hoy en día se lleva adelante en un entorno mucho más abierto de lo que era habitual, y la exigencia pública de una historia instantánea de lo que está ocurriendo y de por qué se ha tomado una determinada decisión, ha creado presiones poco comunes en los líderes para que expliquen y justifiquen todas sus decisiones y acciones importantes”<sup>16</sup>.*

Es de esta manera como hallamos el incremento de la participación de estos actores como afirma Van Klaveren al afirmar que *“los actores no estatales también han aumentado su participación en la toma de decisiones en materia de política exterior (... ) dentro de ellos encontramos partidos políticos, asociaciones empresariales, medios de prensa, grupos de interés, y más recientemente, ONG’s inspiradas en los modelos de sus contrapartes europeas o norteamericanas”* (Van Klaveren, 1992). El desarrollo de la cuestión pastera de Botnia, y la situación de conflictividad, entre la República Argentina y la República Oriental de Uruguay, se traduce como el ejemplo macro y actual de este proceso de empoderamiento de la sociedad civil, donde

*“la cuestión abordada, que para muchos se inicia en el año 2005 cuando cobra relevancia mediática (... ) deja al descubierto que los temas de política exterior y su vinculación con el bienestar de los ciudadanos han comenzado a transitar un camino poco conocido o relevado hasta ahora, donde la población se pronuncia a favor de la democratización en las decisiones y control (proceso conocido como accountability). En este sentido, pretende transparentar decisiones y convertirse en un actor que reclama una mayor participación, en este caso, respecto de decisiones internacionales que los afectan”<sup>17</sup>.*

Como afirma Carlos Escudé, aquí *“se demuestra el concepto gramsciano de Roberto Cox, sobre el hecho de que el verdadero actor en el largo plazo de la relaciones internacionales no es el Estado sino el complejo Estado/Sociedad Civil”<sup>18</sup>.*

---

15 Van Klaveren, Alberto “Entendiendo las políticas exteriores latinoamericanas: Modelo para armar”. EN: Estudios Internacionales. Año XXV. Abril-Junio N° 98. Pág.178. 1992

16 George Alexander. “La decisión presidencial en política exterior. El uso eficaz de la información y el asesoramiento”. Grupo Editor Latinoamericano. Colección de Estudios Internacionales. Buenos Aires. Pág. 224. 1991.

17 Colacrai, Miryam. “Las plantas de celulosa sobre el Río Uruguay y el rol de los actores subnacionales gubernamentales en la proyección de la Política Exterior de la lado argentino. Acciones, tensiones políticas y negociaciones diplomáticas, 2003-2007”. EN: Temas y Debates 15. Año 12. Agosto 2008. Pág. 29.

18 Escudé, Carlos. “Cultura Política, Política Exterior y caducidad del modelo del Estado como actor racional: el caso argentino”. EN: PostData 7. Revista de Reflexión y Análisis Político. Mayo 2001. Pág. 97.



## ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA SOCIEDAD CIVIL Y MALVINAS EN EL SIGLO XX

El devenir de la Causa Malvinas, se cimentaría con la publicación en idioma español de la obra *Les Iles Malouines* de Paul Groussac, la cual llevaría el nombre de *Las Islas Malvinas*. Por medio de la norma nacional 11.904, del año 1934, la cual encomendaba la realización de una publicación de carácter oficial a la Comisión Protectora de Bibliotecas Populares, se constituyó de manera definitiva el carácter de causa sobre el tema de Malvinas. Sumado a esta iniciativa, la empresa de realizar un compendio para distribuir en todos los colegios y bibliotecas populares de la República Argentina, conllevaría a la difusión de manera masiva sobre los derechos que nuestra nación detenta sobre esos territorios. El legislador promotor de dicha iniciativa de carácter nacional, fue Alfredo Palacios, quien ya describió la concepción de dicha empresa como un vínculo *entre el Estado y la sociedad que el régimen excluía progresivamente*.

De esta manera la evolución de Malvinas hacia una causa, era reflejada en aquel entonces en una sociedad aislada de la participación política, como consecuencia del régimen en el poder.

Es quizás llamativo, que sea en aquella década de 1930, donde dos sucesos íntimamente relacionados con Malvinas, constituyéndose como causa, se hayan sucedido de manera contemporánea. A la descrita iniciativa y posteriormente materializada norma de Alfredo Palacios, debemos incorporar al presente análisis, la obra de los hermanos Rodolfo y Julio Irazusta, quienes en 1934 (meses antes de la iniciativa de Palacios), presentaron su obra *“La Argentina y el Imperialismo británico”*. De claras características anti-históricas oficiales, en la misma es plasmado el ideario de denuncia de los Irazusta, los cuales comparten con Paul Groussac y Alfredo Palacios, el corpus de denuncias en su obra acerca de la coyuntura y matriz dirigencial que permitió la ocupación inglesa de las islas, la cual exponía de manera fehaciente las políticas internas que propiciaron dicha acción británica.

La obra de carácter nacionalista, se posicionaba no solo en denunciar el acontecer histórico nacional sino además los sucesos contemporáneos a la misma. El tratado Roca-Runciman, por el cual la dirigencia nacional de aquel entonces se propuso posicionarse en virtud de la política llevada adelante por el Reino Unido con relación a sus dependencias del Commonwealth, fue denunciado por los Irazusta públicamente, mediante la reproducción de aspectos discursivos de aquella dirigencia, al referirse a la Argentina y su similitud a un importante dominio británico. Allí es introducido el término imperialismo, en referencia clara al Reino Unido.

El investigador y académico Ricardo Caillet-Bois, fruto de las investigaciones realizadas en el archivo familiar Vernet, publica en 1948 la obra *Una tierra argentina: las Islas Malvinas*, de claro carácter nacionalista; realiza una descripción sobre la formulación de proyectos en la creación de Puerto Soledad y de la gestación y diseño de la ocupa-

ción británica de las islas.

La cimentación de la Causa Malvinas, tendría su desarrollo desde la década de 1930, con la consecución de un proceso de conformación de una cultura territorial por medio de la educación, según la investigación realizada por Carlos Escudé, donde los primeros gobiernos peronistas en la década de 1940, profundizarían el mecanismo educativo, implementado por Ramos Mejía, en la década de 1930. Tanto en la Revolución Libertadora como en el gobierno de Frondizi, varias obras de carácter académico continuarían cimentando los derechos argentinos sobre estos territorios, y llevando adelante un proceso de consolidación no solo de manera interna sino también hacia el exterior de la causa Malvinas, desde dos ámbitos: el político-diplomático y el de la sociedad civil, referenciándonos con obras literarias orientadas al alumnado en los colegios del país e incipientes procesos comunicativos con las Islas Malvinas.

Con el proceso político que se vivenciaría durante la década del 1950 y principios de los sesenta, a nivel nacional, la causa Malvinas, tomaría un recorrido que lo conduciría al posicionamiento realizado por diversos gobiernos en los foros internacionales contemporáneos a los mismos. El desarrollo de una estrategia diplomática, en pos de posicionar la causa Malvinas en los foros internacionales, en el marco de los procesos de liberación de los pueblos oprimidos y subyugados por el colonialismo, es consecuente con el logro de la resolución 1514 de las Naciones Unidas.

En el año 1964, el piloto argentino Miguel FitzGerald, de origen familiar irlandés, había realizado un vuelo a las islas con, según sus declaraciones posteriores, el *“único, necesario y suficiente título”* de ser ciudadano argentino.

Pero el posterior reconocimiento de este mismo ámbito multilateral, con la Resolución 2065 de la Asamblea General de las Naciones Unidas, de la existencia de una situación de diferendo en torno a la soberanía de las islas, entre la República Argentina y el Reino Unido, invitando a ambas naciones al diálogo auspicioso para la solución pacífica de dicha controversia, ha sido el mayor logro diplomático por parte de la estructura político-diplomática de la República Argentina en función de la Cuestión Malvinas. El logro diplomático en el marco de las gestiones ante este foro por parte del Dr. Lucio García del Solar, ha significado para el devenir de las estrategias nacionales hacia la comunidad internacional, el basamento estructural de todas las presentaciones de nuestro país.

Ya durante el gobierno de Juan Carlos Onganía, en la estructura del gobierno de la Revolución Argentina, la prensa nacional, anoticiaba el accionar de un grupo de jóvenes, identificados con facciones de derecha y grupos peronistas, quienes habiendo desviado en vuelo un DC 4 de LADE, reprogramaron el mismo con destino a la capital de las Islas Malvinas. Al descender en el precario aeródromo (en realidad era una pista de carrera de caballos, similar a un hipódromo) y realizar una ceremonia muy simbólica con banderas nacionales, denunciando que al encontrarse desarrollando dicha operación, la Operación Cóndor, en territorio nacional no cederían en sus posiciones hasta

conseguir sus propósitos, siendo el principal el reconocimiento de la soberanía nacional sobre los archipiélagos por parte del gobierno inglés. En un comunicado dado a conocer con el acontecer de los hechos, por parte de la prensa, se explicaba que:

*“una generación que (...) asume sin titubeos la responsabilidad de mantener bien alto el pabellón azul y blanco de los argentinos, y que prefiere los hechos a las palabras”. La responsabilidad de nuestra soberanía nacional siempre fue soportada por nuestras FF.AA. Hoy consideramos que le corresponde a los civiles en su condición de ex soldados de la nación demostrar que lo aprendido en su paso por la vida militar ha calado hondo en sus espíritus pues creemos en una patria justa, noble y soberana. En nombre de todos cuantos habitan nuestro suelo y en especial la juventud argentina (...) o concretamos nuestro futuro o moriremos con el pasado”<sup>19</sup>.*

La carta dada a conocer, y fechada en la nueva capital de las islas, Puerto Rivero<sup>20</sup>, por los jóvenes que llegaron en el DC 4, tuvo su respuesta oficial por parte del gobierno nacional, quien aclaró y justificó que los miembros del grupo serían detenidos por lesionar el prestigio del país y su tradición diplomática: *“las recuperación de las Islas Malvinas no puede ser excusas para facciosos, sino causa profunda de la vocación de patria de cada argentino”*, fue el comunicado oficial dado a conocer.

La principal característica a resaltar del accionar del Comando Cóndor, es la construcción de poder desde la sociedad civil, en este caso desde un grupo de la misma, mediante la utilización de la fuerza armada, en ese momento histórico de nuestro país, la cual solo era detentada en su maximización por las Fuerzas Armadas nacionales.

Ya en la década de 1970 un nuevo proceso auspicioso tendría lugar, entre las Islas Malvinas y el continente, en forma de encuentro entre las sociedades civiles de ambos territorios. Las negociaciones conducentes a producir una política de comunicaciones fueron satisfactorias, a tal grado, que en 1971 mediante el Acuerdo de Buenos Aires, se constituyó esta instancia de acercamiento entre los dos actores del conflicto.

Mediante esta Declaración Conjunta, los habitantes de las islas accedieron por primera vez en más de cien años a la posibilidad de finalizar su educación básica, a servicios hospitalarios de mayor complejidad de los que podían encontrarse en las islas, o simplemente la posibilidad de tener un mayor contacto con el mundo cambiante en el que

---

19 Rosana Guber ¿Por qué Malvinas? De la causa nacional a la guerra absurda. Fondo de Cultura Económica. 2001. Pág. 92.

20 El bautismo de la capital de las islas, como Puerto Rivero, deviene de una reivindicación histórica, referida al gaucho Antonio Rivero, el cual ha generado quizás mayor controversia en torno a él que a otros sucesos referidos a la historia de las islas. Su historia según un grupo de académicos nacionales, es el basamento de la resistencia a la invasión británica de 1833, para otros un gaucho con egoístas actitudes y falta de sentimiento de nacionalidad. Para mayor referencia sobre el tema del gaucho Rivero consultar el dictamen oficial de la Academia Nacional de la Historia y la obra de Muños Azpiri, para obtener dos posiciones antagónicas y contrastarlas.

vivían, a través de mayor cantidad de medios de transporte tanto aéreos como navales, y no permanecer aislados y abandonados como se encontraban hasta ese momento. La llegada de maestras bilingües, obreros, técnicos, pilotos aerocomerciales, como así también de turistas provenientes de la Argentina continental, motivo el intercambio entre ambas sociedades produciendo un encuentro el cual dejaría una muy buena imagen en el imaginario socio-colectivo de los isleños por los avances en diversos ámbitos que los mismos experimentaron<sup>21</sup>.

## **EXPERIENCIAS CONTEMPORÁNEAS DE PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL EN LA CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA DE SOBERANÍA**

Históricamente los ámbitos relacionados a la Cuestión Malvinas, han sido el político/diplomático y el militar; ya sea desde el proceso propio de conformación como causa nacional o específicamente en la cuestión diplomática, Malvinas ha permanecido restringido en su abordaje, estudio y reflexión en estas esferas. Esto se ha incrementado con las consecuencias directas del conflicto de 1982, donde se ha generado un fenómeno sociológico de características únicas.

En la formulación de la política exterior hacia Malvinas, el proceso en si se mantuvo restringido en su accesibilidad a un grupo minoritario, pero hacia el ámbito interno, la nueva construcción social post Proceso de Reorganización Nacional, identificó nuevos actores quienes serían los responsables de asumir el mantenimiento de la cuestión en la agenda interna nacional. Con el devenir propio de una construcción interna particular durante los ochentas, desde la dimensión social hallamos la presencia de los ex-combatientes (ya sean ex-combatientes, ex soldados o veteranos), quienes serían los comunicadores y generadores de la evolución de la Cuestión Malvinas. Así mismo hallamos a los familiares de los caídos en el conflicto de 1982, quienes se constituirían en otro actor de la sociedad civil, con importancia en la potencial influencia del proceso decisorio gubernamental.

Estos actores como otros, han participado y aún lo hacen con diversas acciones en la conformación de este nuevo escenario donde la construcción de una nueva instancia hacia la Cuestión Malvinas, es realizada desde la sociedad civil misma.

En este apartado del trabajo presentaremos, los principales (pero no los únicos) actores que han desplegado diversas acciones, tanto internamente como externamente, en la potencial formulación de políticas hacia la Cuestión Malvinas.

Ex Combatientes: De manera individual o en grupos representando a entidades de ex

---

21 Para mayor referencia remitimos a diversos trabajos como el de Juan Archibaldo Lanus "De Chapultepec al Beagle", Edit. Emece, 1984; "Historia de las Malvinas Argentinas", Ediciones GAM. Buenos Aires. 1982; Rubén Oscar Moro "La Trampa de las Malvinas, Historia del Conflicto del Atlántico Sur". Edit. Edivern, 2005; Federico Gomez "Sin guerra, las Malvinas ya serian nuestras... ", Ponencia III Congreso de Relaciones Internacionales. IRI. UNLP. 2006.

combatientes (agrupaciones, centros, federaciones, etc.) han sido los primeros en regresar a las islas desde 1982. Diversas experiencias desde el restablecimiento de los vuelos en 1999, han sumado masa crítica a esta nueva dimensión. Una de las mayores experiencias es la que lleva adelante el Centro de Ex Combatientes Islas Malvinas La Plata (CECIM La Plata). Desde esta institución y por medio de un convenio con la Municipalidad de La Plata, la cual subvenciona los gastos de pasajes y la estadía durante la semana que permanecen en las Islas Malvinas. Según se explica desde diversas publicaciones de este centro:

*“para los ex combatientes tiene un significado muy particular regresar al lugar donde en 1982 enfrentaron la experiencia que los marcaría para el resto de sus vidas, aunque cada uno ha vivido su proceso particular después de la cruenta guerra, coinciden en que la decisión de volver está ligada a la necesidad de mantener la Memoria y continuar en la lucha por la recuperación definitiva de la soberanía de nuestras islas Malvinas”<sup>22</sup>.*

Sumadas a todas estas acciones, en sus viajes entablan relación con aquellos isleños que tienden a optimizar las instancias de encuentro, mediante el intercambio de experiencias, reflexiones en torno al pasado, etc.

Comisión de Familiares de Caídos en el Conflicto del Atlántico Sur: la misión de esta ONG, conformada en su mayoría por familiares de caídos en el conflicto del Atlántico Sur en 1982, cargo *“en la post-guerra con una tarea enorme: la conservación de la memoria por sus caídos y por aquel episodio histórico”<sup>23</sup>.*

Dicha ONG, se ha constituido en el periodo de posguerra como la entidad que nuclea a la mayoría de los familiares de caídos en 1982; por su iniciativa se han realizado alrededor de veinte viajes al cementerio argentino en Darwin, en las Islas Malvinas y dos viajes especiales al lugar aproximado donde se produjo el hundimiento del Crucero ARA General Belgrano, el 2 de mayo de 1982. Todos estos tuvieron como objetivo fundamental que padres, madres, hijos, esposas y hermanos puedan rendir homenaje a sus seres queridos.

En los últimos años, la Comisión desde la celebración del Acuerdo de los vuelos de 1999, ha tenido como objetivo hacia la consecución la aprobación por parte del gobierno británico y posterior construcción del Cenotafio en el cementerio argentino. Desde finales del año 2001 y con la aprobación de la construcción a inicios del año 2002, dicha ONG, generó instancias en la cual la sociedad civil en su conjunto participase para la construcción del mismo; desde su presencia en un clásico Boca-River, hasta una función de gala de ópera en el Teatro Colón, en el marco de la conmemoración

---

22 “Parten a Malvinas”. Comunicado de prensa del CECIM La Plata. Emitido el 11/03/10.  
<http://www.cecim.org.ar/noticias/verNoticia.asp?id=655>

23 “Desmalvinizar es desnacionalizar”. El papel argentino. Enrique Oliva. EN: “Malvinas: Islas de la Memoria”. 2007

del Vigésimo Aniversario.

El punto más alto de incidencia de esta ONG, en el proceso de generación de agenda y en el proceso decisorio mismo, se advirtió en el alcance obtenido al formular las bases para que la Presidente argentina Cristina Fernández, al dialogar con el Primer Ministro británico Gordon Brown, en Chile en el mes de mayo del año 2009, se destrabase la situación conflictiva en torno a la inauguración del cenotafio, la cual era aguardada desde el año 2005, año de su finalización.

Atletas en la maratón del fin del mundo: la realización de unas de las pruebas físicas más duras del planeta, las diversas ediciones de la Stanley Marathon<sup>24</sup>, la maratón que se desarrolla en Puerto Argentino en las Islas Malvinas, contó en sus últimas ediciones con representantes del continente, entre ellos un ex combatiente. En el mes de marzo del año 2009, Marcelo De Bernardis, Andrea Mastrovincenzo, Marcelo Vallejo y German Estrada. Toda la experiencia de recorrer, los diversos escenarios donde veinte siete años antes hubo un conflicto en sus proximidades claramente se contraponen con la necesidad de generar un vínculo o las bases del mismo:

*“Para los tres ex combatientes que regresaron, después de 27 años, al lugar donde pelearon, la prueba fue un doble desafío; a las exigencias físicas, se sumaron los recuerdos. Según De Bernardis "el recorrido es tremendo" y, por su experiencia previa, le había parecido "imposible" olvidarse de la guerra”<sup>25</sup>.*

Rugby Sin Fronteras: en el devenir del año 2009, diversos medios de información dieron a conocer la noticia de que una ONG, la cual vinculaba el Rugby con cuestiones humanitarias, había propuesto llevar adelante un viaje a Malvinas y jugar allí un partido simbólico entre habitantes del continente e isleños. La idea principal era transmitir la idea de *“vivir el rugby y plantar su semilla en Malvinas. Demostrar que el deporte une y que el rugby va más allá de cuestiones políticas e ideológicas”<sup>26</sup>.*

La idea de llevar a las islas la práctica de un deporte, el cual más allá de estimular el aspecto físico, también desarrolla el espíritu y el encuentro humano, produjo el desarrollo de dos partidos; el primero con los integrantes del viaje a las islas, un total de treinta y cuatro personas, entre las que había ex miembros de la selección nacional de Rugby, y también ex combatientes. Ya en el segundo encuentro y luego de romper las barreras del desconocimiento, integrantes de la base militar en Malvinas e isleños mismos, participaron del juego. En palabras de Bautista Segonds, uno de los originado-

---

24 La utilización de esta denominación responde al uso que se le da en función de la maratón y no responde a la posición nacional y el aspecto toponímico en las Islas Malvinas.

25 “Experiencia doblemente exigente. Una victoria en Malvinas contra el rigor del maratón y los recuerdos de la guerra”. Clarín 16/03/09.

[hTTP://edant.clarin.com/diario/2009/03/16/sociedad/s-01877970.htm](http://edant.clarin.com/diario/2009/03/16/sociedad/s-01877970.htm)

26 “ISLAS. Diciembre 09”. Rugby Sin Fronteras

[http://www.rugbysinfronteras.com.ar/eventos\\_islas.html](http://www.rugbysinfronteras.com.ar/eventos_islas.html)

res de esta idea *“fue plantada la semilla del rugby. La de su espíritu y la del juego. Con el tiempo, seguramente, se verán sus frutos...”*<sup>27</sup>.

## **ANÁLISIS DE LA PROPUESTA PUBLICITARIA DE MANAOS SOBRE MALVINAS**

Previo al inicio del análisis debemos hacer una breve referencia a la empresa: Manaos es la marca de gaseosas de una empresa argentina vinculada a la embotelladora Refresh Now, ubicada en el partido de La Matanza. La misma, se fundó en 2004 y pertenece a la familia Canido, apellido tradicionalmente ligado al negocio de las gaseosas<sup>28</sup>. En los últimos años, el número de ventas de sus productos en el mercado nacional aumentó notoriamente, llegando a convertirse en “la principal preocupación para las multinacionales” como Coca Cola y Pepsi. Como consecuencia de su crecimiento, este año la empresa amplió su planta instalada en Virrey del Pino, convirtiéndola en una de las fábricas de gaseosas más modernas de América Latina<sup>29</sup>.

Ya desde sus primeras publicidades, la empresa argentina de bebidas buscó construir una imagen de sí misma vinculada a la ‘argentinidad’, apelando a dos componentes de gran importancia para el nacionalismo argentino como lo son el fútbol y el folklore, algo que lo plasmó en publicidades protagonizadas por personajes de la cultura popular argentina como el cantante folklórico Chaqueño Palavecino, el ex-jugador de River Plate Enzo Francescoli y el ex-jugador de Boca Juniors Martín Palermo<sup>30</sup>. Vale la pena destacar que, si bien no abordaremos esta temática en la presente ponencia, las representaciones apuntan también a construir una imagen de lo popular.

En concreto, uno de los spots publicitarios que nos dará la pauta acerca de cuál es la imagen que intenta construir esta marca nacional, y que nos permitirá detectar un continuum en el discurso publicitario de Manaos, es la publicidad protagonizada por el Chaqueño Palavecino en el primer semestre de 2015. En ella, destacamos las siguientes frases:

---

27 IBIDEM

28 Orlando Canido fue durante años distribuidor de Coca-Cola en gran parte del GBA y estuvo asociado con otra embotelladora, Sirsa, que producía y distribuía las gaseosas Sao y Beach y que está controlada por la familia Guida, que a su vez son ex embotelladores del sistema Coca-Cola. (La Nación, 05/01/2014, “Un aviso desató el misterio de Manaos”).

29 “La publicidad que las figuras cierran a coro con un “vamos Manaos”, refleja la consolidación del mercado de gaseosas alternativas que se producen en el país y compiten sin pudores contra los gigantes multinacionales. Aunque la mayor parte de las ventas a nivel nacional se reparten entre los líderes, Coca-Cola y Pepsi, la incidencia de los fabricantes locales crece en provincias del interior, y sobre todo fuera de los grandes supermercados” (La Nación, 08/02/2015, “Las gaseosas de marcas alternativas se hacen fuertes en el interior”).

30 Entre otros personajes destacados presentes en las propagandas de Manaos podemos mencionar al actor Rodolfo Ranni, el piloto de automovilismo Juan María Traverso y el polista Adolfo Cambiasso. Para más información sobre las primeras publicidades de Manaos, véase:  
<http://www.urgente24.com/253201-la-pesadilla-criolla-de-coca-cola-se-llama-manaos>

“A mí, llegar me costó. Llenar estadios no fue fácil. Mi receta fue cantar folklore, nuestra música nacional. Y por lo que veo, nos falta tomar más orgullo por lo nuestro. Ah! Nos falta tomar más Manaos! Porque a Manaos le costó llegar a tu mesa y ahora te llena de sabor y orgullo nacional” (Manaos, spot 1, mayo 2015).

Tal como se puede apreciar en las palabras del cantante, *Manaos* es representada como parte del ser argentino, equiparada al folklore en torno a lo “nacional” y como una bebida asociada al “orgullo nacional”<sup>31</sup>. Como consecuencia, la imagen de Manaos se construye como parte del *Nosotros*, de “lo nuestro”. De esta forma, ya desde sus inicios Manaos adopta un discurso nacionalista banal que apunta a esta argentinidad de la que hemos hablado en el párrafo anterior<sup>32</sup>. Entonces, dentro de esta línea, es lógico que la empresa de bebidas incorpore a Malvinas y su reclamo por la soberanía de las Islas entre los temas, pues las mismas representan uno de los pilares fundamentales de la identidad nacional.

En relación a las publicidades que hemos elegido como objeto a estudiar, en primer lugar, debemos mencionar las marcadas similitudes que existe entre las tres publicidades, ya sea en su línea de diálogo como en las imágenes que muestra.

Haciendo un análisis concreto sobre el discurso que contienen, nos detendremos en la primer frase que compone el primer comercial<sup>33</sup>, “Llegar a cada rincón de nuestro país con el sabor de lo nuestro” (Manaos, “Diálogo por Malvinas 1”, agosto 2016), en la cual se puede apreciar cuál es la concepción del *Nosotros*, que abarca diferentes aspectos que van desde el producto que venden, hasta una porción del territorio argentino, las Islas Malvinas. Esta idea, representada a través de la voz del relator, se complementa y respalda por imágenes: la gaseosa, en primera plana, sale de la fábrica de Virrey del Pino, se presenta en el aeropuerto de Ezeiza, y viaja en avión desde Buenos Aires hasta Puerto Argentino, Islas Malvinas. Y si bien se muestra el cartel ubicado en las Islas con la inscripción “THE FALKLAND ISLAND”, el anuncio elige referenciar la voz “Puerto Argentino. Islas Malvinas”, en la primer imagen que muestra del territorio isleño. Así, queda más que claro que la empresa considera que las Islas Malvinas pertenecen a Argentina, algo que se ratifica desde su cuenta de Facebook oficial, cuando en uno de sus posts en la red social exclama que “¡Manaos y las Islas Malvinas son argentinas!”<sup>34</sup>.

---

31 A su vez, es importante destacar cómo el cantante destaca el esfuerzo realizado por la empresa, un componente que nutre una imagen positiva de Manaos.

32 Algo que también se puede apreciar en en uno de sus principales slogans: “Tomá Manaos. Tomá lo mejor de tu país”. Para más información, diríjase a la página oficial de la empresa: <http://www.manaosargentina.com.ar>

33 Titulada “Diálogo por Malvinas 1 – Manaos”. Esta y todas las propagandas oficiales de la gaseosa, se encuentran en el canal de YouTube de la empresa.

Véase: <https://www.youtube.com/user/manaosargentinaofi/videos> [fecha de consulta 01/10/2016].

34 Véase Adjunto N° 1.



La segunda publicidad, titulada “Diálogo por Malvinas 2 – Manaos”, si bien posee gran similitud con la primera, se destaca por poseer un mensaje más claro y directo en relación a su posicionamiento, reconociendo a Malvinas como “bien argentina, como Manaos”, así como también por dotar a este símbolo nacionalista de cierta visión *sentimentalista*. Tal como podemos apreciar en el discurso enunciado por el locutor:

“Hay sentimientos que no cambian, ni con el sentimiento se olvidan, ni con la distancia se alejan ¡Porque sos bien argentina, como Manaos!” (Manaos, “Diálogo por Malvinas 2”, agosto 2016).

La apelación a los sentimientos significa uno de los principales argumentos en la construcción de una *comunidad imaginada* (Anderson, 1993). En este caso, Malvinas es asociado a un sentimiento fuertemente internalizado en la sociedad argentina, que actúa como un elemento de cohesión en la construcción del *Nosotros*. Como consecuencia, para la publicidad de la empresa este símbolo nacionalista “no cambia”, perdura en el tiempo y resiste todo tipo de olvido.

Simbólicamente hablando, Manaos refuerza su mensaje y lo hace más explícito a través de soporte visual: luego de que el protagonista toma un trago de la gaseosa, el clásico cartel de las Islas al que ya hemos aludido en el análisis de la primer pieza, cambia su contenido: la inscripción “THE FALKLAND ISLAND” es reemplazada por “ISLAS MALVINAS”. Ambas denominaciones llevan consigo una carga ideológica, respaldadas en distintos acontecimientos históricos y en componentes sociales y culturales que legitima las posiciones argentina y británica<sup>35</sup> y, en este caso, la elección de la voz *Islas Malvinas* representa una forma materializada de deseo por que las Islas vuelvan a pertenecer a Argentina.

Tal como hemos esbozado en estos primeros párrafos, Manaos, la Argentina y Malvinas nutren el *Nosotros*. Dentro de la ecuación dicotómica, a partir de las propagandas analizadas, el lugar de los *Otros* es ocupado por el Reino Unido, es decir, la otra parte en la disputa soberana. Sin embargo, en este caso, las representaciones de la *otredad* se corren del antagonismo que rige esta dicotomía<sup>36</sup> y, como consecuencia, el *Otro* no es nutrido de componentes negativos en la construcción de su imagen. Esto puede ser entendido como una estrategia de acercamiento, y como una búsqueda de dejar atrás todo tipo de estrategia de confrontación diplomática en pos de lograr una solución al conflicto, es decir, que ambas partes comiencen a “diálogo”. En este sentido, el restablecimiento diplomático apunta a un único objetivo: que Argentina logre la recuperación de la soberanía de las Islas, algo que considera difícil, muy alejado, “un sueño”

---

35 “Malvinas representa el momento en que las islas se encontraban bajo dominio francés y luego español, entre 1764 y 1833, mientras que Falkland es un nombre que -a pesar de existir desde 1690- acompaña la dominación inglesa efectiva desde 1833 en adelante y omite el período de ausencia de población británica en las islas” (Ciccone y Domínguez, 2015: 13).

36 Para más información sobre la conformación de la dicotomía *Nosotros/Otros*, véase: van Dijk (1999); Todorov (1995).

[por ello las expresiones de deseo incorporadas en la primer propaganda: “Aunque sea difícil, aunque parezca un sueño”; “Para nosotros llegar lejos no es viajar por el mundo. Es llegar a cada rincón de nuestro país” (Manaos, “Diálogo por Malvinas 1”, agosto 2016)].

Esta última idea es clave si consideramos que las propagandas se enmarcan dentro de una campaña iniciada por la empresa, que propicia el diálogo entre Argentina y el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte. La campaña busca ser un aporte, un puntapié para restablecer la diplomacia bilateral, algo que desde hace varios años se encuentra estancada. El hecho de que sea una empresa la que intervenga en una problemática que lleva casi dos siglos no es un dato menor, pues son muy escasos los antecedentes de este tipo, un ejemplo de cómo una empresa privada busca influir en el desarrollo de la política exterior argentina, a través de su asociación con una iniciativa como “Diálogo por Malvinas”

La página oficial de Facebook de esta empresa refuerza el mensaje difundido en sus publicidades. A su vez, actúa como plataforma para entablar contactos directos con los usuarios de Facebook e intercambiar opiniones con ellos, por lo que nos permite apreciar, como un primer acercamiento, el impacto de las propagandas. Los siguientes ejemplos nos permitirán abordar algunas cuestiones<sup>37</sup>:

“[Nahuel Hidalgo](#) No tomo Manaos, pero acabo de ver la propaganda de nuestras Islas Malvinas y me convencieron. Vamos Manao <3” (Facebook oficial de Manaos, 29 de agosto de 2016).

“[Nico Grimaldi](#) Es cierto q es una campaña muy emotiva y merecen nuestras felicitaciones! Y aclaro q yo tampoco soy cliente” (Facebook oficial de Manaos, 29 de agosto de 2016).

“[Gonza Palomino](#) Son el Diego contra los ingleses... Peleando la soberanía de las islas con su Magic! Dale q copan las Malvinas! Vamos Manaos!” (Facebook oficial de Manaos, 22 de septiembre de 2016).

“[David Ibarra](#) Que grande [Manaos](#)!!! La única empresa que puso las pelotas en la mesa y realizo una publicidad en nuestras Islas Malvinas” (Facebook oficial de Manaos, 27 de septiembre de 2016).

En primer lugar, tal como se puede apreciar en el primer ejemplo, no todos los usuarios que interactúan en la página oficial de la gaseosa consumen sus productos. Y es el acercamiento de la marca a una problemática como la disputa por la soberanía de las

---

<sup>37</sup> En pos de lograr una mayor rigurosidad científica, y dado que el análisis de redes sociales es conlleva una serie de problemáticas relacionadas con el método utilizado para abordar estas nuevas fuentes, reconocemos dos observaciones: en primer lugar, la extracción de fuentes se realiza textual, respetando errores de tipeo, ortográficos y de redacción; en segundo lugar, consideramos estos casos como ejemplos a través de los cuales podemos evaluar el impacto de las publicidades.

Islas el motivo por el que diferentes usuarios se deciden por probar esta gaseosa (así lo reconoce el primer usuario del ejemplo citado, quien reconoce que luego de ver la propaganda de Malvinas se *convenció* por Manaos). En segundo lugar, el abordaje de Malvinas es vinculado a determinados sentimientos que dotan de *emotividad* a las propagandas que, como tales, “merecen nuestras felicitaciones” y “nos llena el corazón” (palabras textuales empleadas por el segundo usuario del ejemplo). En tercer lugar, y considerando el contenido del comentario del usuario del segundo ejemplo citado, vemos como la misma gente logra asociar las propagandas y la campaña que impulsa la empresa, como una forma de *pelear por la soberanía de las Islas*, que dota a la empresa de ciertos valores de compromiso hacia el reclamo. Este último aspecto es fundamental y da cuenta del impacto que logran sus publicidades en la sociedad argentina, que entiende a los tres spots como formas válidas de llevar adelante un reclamo histórico que excede a la idea de vender más productos y que se centra en un problema político como lo es defender el posicionamiento argentino sobre un territorio perdido a manos de los ingleses en 1833<sup>38</sup>.

Continuando con el análisis, detectamos que en ninguna de las tres publicidades aparecen los isleños, por lo que podríamos hablar de una invisibilización de estos actores. Aparecen animales de su variada fauna, paisajes, pero en ninguna de las imágenes de los tres anuncios aparecen los isleños: su capital parece estar vacía, sin gente circulando en las calles, por lo que las tomas se centran en sus casas y en edificios públicos. En cierto modo, si relacionamos la no presencia de los isleños con el propósito de la campaña que impulsa, podemos atribuir su ausencia como parte de la idea de que, para Manaos, son el estado argentino y el reino británico quienes los actores involucrados, es decir, quienes tienen entidad para ‘dialogar por Malvinas’ en pos de una solución al conflicto soberano. De todas formas, en una acción concreta hay un reconocimiento simbólico que da cuenta de la existencia de estos: cuando el protagonista deja en diferentes puntos de la ciudad (en las puertas de las casas, en espacios públicos y en la costa) botellas de gaseosa. A través de ella, Manaos es representada e identificada como un nexo de conexión entre los ingleses que habitan suelo isleño y nuestro país, haciendo las veces de herramienta diplomática de acercamiento (lo cual muestra un mensaje con alto grado de predisposición al acercamiento), y entre los ingleses y “el ser argentino” (recordando que Manaos se presenta como un elemento significativo que constituye la argentinidad).

## CONCLUSIONES

Como hemos podido analizar en el presente trabajo, las experiencias de la sociedad civil sobre la Cuestión Malvinas, tiene múltiples registros históricos y engloban una

---

38 Además, el comentario refleja que el usuario entiende al fútbol como otro recurso válido para reclamar soberanía, y como tal entiende la actuación de Diego Maradona en el Mundial de México 1986 como un hecho político vinculado a la disputa entre Argentina y el Reino Unido.

multiplicidad de actores. El caso que hemos analizado brevemente en esta ponencia, representa el ejemplo más cercano de ello, inmerso en un contexto particular en que la disputa por la soberanía está en boga, y la Cuestión Malvinas ha sido incorporada entre los temas de la agenda exterior del Estado argentino.

Desde una perspectiva sociológica, podríamos afirmar que las publicidades analizadas capturan significados ya existentes en el imaginario colectivo en torno a Malvinas, solapando y dotando a sus gaseosas de valores simbólicos fuertemente arraigados al ser nacional argentino. Dicho en otras palabras, la construcción publicitaria realizada por la empresa Manaos, sobre la construcción de identidad de la misma operando una deconstrucción sobre Malvinas, impele a la audiencia y a los consumidores de la bebida a generar vínculos claramente afectivo-nacionalistas.

Es allí a donde el comercial, por supuesto que con fines económicos, implementa en sus ecuaciones, el uso de la Cuestión Malvinas, por medio de la vinculación de la misma con una estrategia proveniente del sector político como es la iniciativa “Dialogo por Malvinas”. Esta campaña, da cuenta de que la empresa entiende que la solución al conflicto se logrará a través del diálogo (una solución que permitirá a nuestro país recuperar el territorio perdido en 1833. En este sentido es que podemos interpretar las representaciones de los isleños y la ecuación visivilización/ invisivilización”.

Como tal, el posicionamiento adoptado en sus publicidades es más que claro: Manaos considera que las Islas pertenecen por derecho a Argentina y que son dos las partes involucradas en la disputa: el Estado argentino y el reino británico. En este sentido es que construye las representaciones del *Nosotros*, autorepresentándose como un símbolo de la argentinidad (incluso, equiparado a Malvinas), y de los *Otros*, incorporando dentro de esta última categoría al Estado británico y a los isleños.

Haciendo un primer acercamiento hacia las repercusiones de los tres comerciales, analizando la página oficial de Facebook de Manaos, hemos identificado que por medio de ellos la empresa ha logrado ‘impactar’ en los argentinos, muchos de ellos dotando a la empresa de una valoración positiva por haber reivindicado la soberanía de las Islas. De todas formas, en futuras investigaciones explotaremos esta instancia de investigación y analizaremos en profundidad la recepción de la sociedad civil ante estas publicidades y la campaña.

Hoy Malvinas, nos presenta constantes desafíos en pos de su construcción como Estado y como sociedad. Pero es allí, en esta dimensión, que las acciones provenientes desde la sociedad civil han expuesto a Malvinas, a diversas evoluciones simbólicas en la construcción del imaginario social argentino. Frente a esto, y como conclusión preliminar orientada a futuras investigaciones, podemos afirmar que la construcción de la Cuestión Malvinas o su deconstrucción en función de parámetros establecidos desde el Estado argentino, hoy no son propiedad exclusiva de este último, sin que las acciones provenientes desde diversos ámbitos, en pos de la cuestión, se multiplican como así sus efectos y consecuencias positivas y/o negativas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alexander, George. "La decisión presidencial en política exterior. El uso eficaz de la información y el asesoramiento". Grupo Editor Latinoamericano. Colección de Estudios Internacionales. Buenos Aires. Pág. 224. 1991.
- Bjerg, C., Gomez, F. y Soibelzon, M. F. (2010) "La construcción territorial de la República Argentina. Visiones de ganancias y pérdidas en el imaginario social e histórico argentino", en Simonoff, A. (Comp.) *La Argentina y el Mundo frente al bicentenario de la Revolución de Mayo. Las relaciones exteriores argentinas desde la secesión de España hasta la actualidad*. La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata, pp.117-124
- Bosoer, F. (2012) "Malvinas, 30 años después: cuestión, causa o significativo", en *Revista de Ciencias Sociales UBA*. Dossier. N°80. Abril 2012
- Colacrai, Miryam. "Las plantas de celulosa sobre el Río Uruguay y el rol de los actores subnacionales gubernamentales en la proyección de la Política Exterior de la lado argentino. Acciones, tensiones políticas y negociaciones diplomáticas, 2003-2007". EN: *Temas y Debates* 15. Año 12. Agosto 2008. Pág. 29.
- Ciccone, Carlos Sebastián, Domínguez, Mariana (2015), "*El problema de nombrar: identidad y lenguaje en el caso específico de las Islas Malvinas*", en: Ciccone, Carlos Sebastián [et.al.], *Volúmenes Temáticos de las V Jornadas de Investigación en Humanidades: ¿Democracia argentina o Argentina democrática? Debate histórico e historiográfico para un balance de treinta años*, edición literaria a cargo de Laura Cristina del Valle y Adriana Eberle, Bahía Blanca, Hemisferio Derecho, Primera edición.
- Escudé, C. (1988) "El nacionalismo territorial argentino", en Perina, R. y Russell, R. (1988) *Argentina en el Mundo (1973-1987)*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano, pp. 241-262.
- Escudé, Carlos. "Cultura Política, Política Exterior y caducidad del modelo del Estado como actor racional: el caso argentino". EN: *PostData* 7. Revista de Reflexión y Análisis Político. Mayo 2001. Pág. 97.
- Ferrari, G. (1981) "*Esquema de política exterior argentina*". Buenos Aires: EUDEBA, pp. 18-28.
- Gomez, Federico "Sin guerra, las Malvinas ya serian nuestras... ", Ponencia III Congreso de Relaciones Internacionales. IRI. UNLP. 2006.
- Guber, Rosana. ¿Por qué Malvinas? De la causa nacional a la guerra absurda. Fondo de Cultura Económica. 2001.
- Lacoste, P. (2003) *La imagen del otro en las relaciones de la Argentina y Chile (1534-2000)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 9-38 y 405-414.
- Lanus, Juan Archibaldo "De Chapultepec al Beagle", Edit. Emece, 1984; "Historia de las Malvinas Argentinas", Ediciones GAM. Buenos Aires. 1982
- Lasagna, Marcelo. "Las determinantes internas de la política exterior: un tema descuidado en la teoría de la política exterior". *Estudios Internacionales*. Año XXVIII. Julio-Septiembre N°111. 1995.
- Moro, Rubén Oscar. "La Trampa de las Malvinas, Historia del Conflicto del Atlántico Sur". Edit. Edivern, 2005
- Ortega, Enrique, La comunicación publicitaria. Editorial Pirámide. Madrid, 1977
- Russell Roberto. "Política Exterior y toma de decisiones en América Latina: Aspectos comparativos y consideraciones teóricas". RIAL/Grupo Editor Latinoamericano. 1990.

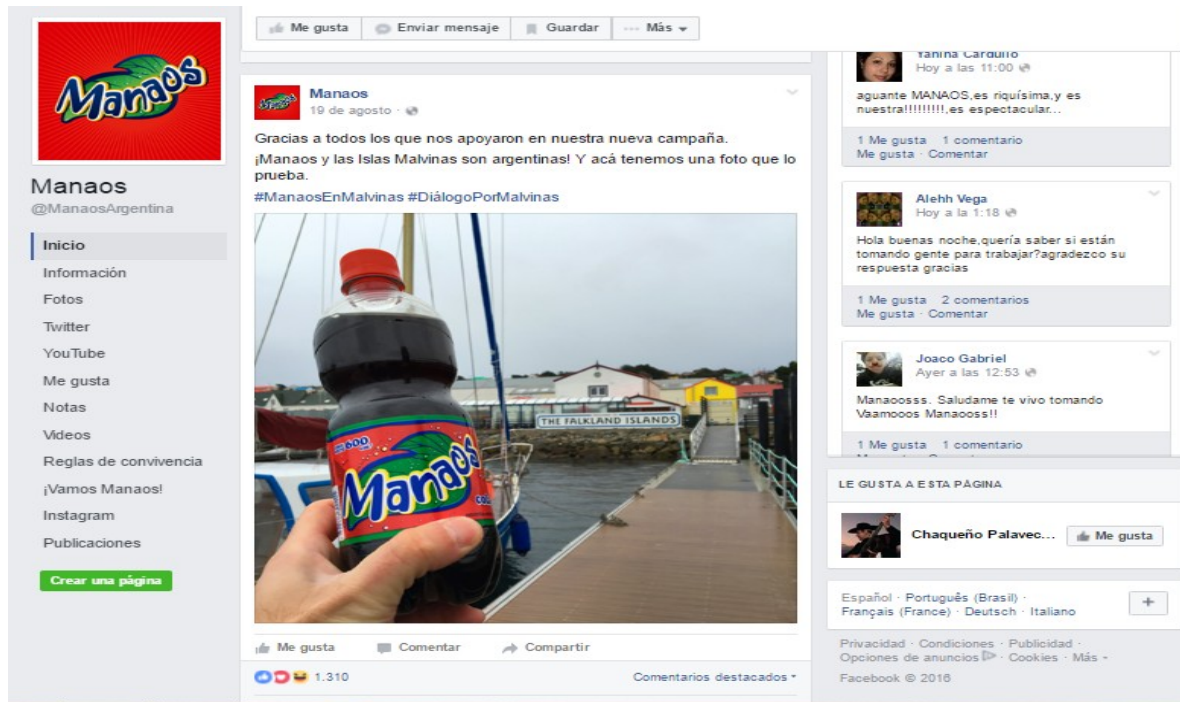
- Sanchez, L. (2013) "Terrae incognitae, comunidad imaginada... Malvinas", en *Cuestiones de Sociología*, FaHCE. UNLP, n° 9. 2013.
- Todorov, Tzvetan (1995), *La conquista de América, el problema del otro*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Tokatlian, Juan Gabriel. "Hacia una nueva estrategia internacional. El desafío de Néstor Kirchner". Pág. 53. Grupo Editorial Norma. 2004
- Tomassini, Luciano. "Trasnacionalización y desarrollo nacional en América Latina". GEL. Colección Estudios internacionales. Pág. 24. Buenos Aires, 1984.
- Van Dijk, Teun A. (1999), *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*, Barcelona, Gedisa.
- Van Klaveren, Alberto "Entendiendo las políticas exteriores latinoamericanas: Modelo para armar". EN: Estudios Internacionales. Año XXV. Abril-Junio N° 98. Pág.178. 1992.

## DIARIOS

- Urgente24 (01/06/2016), "La pesadilla criolla de Coca-Cola se llama Manaos". Disponible en: <http://www.urgente24.com/253201-la-pesadilla-criolla-de-coca-cola-se-llama-manaos> [fecha de consulta 01/10/2016]
- La Nación (05/01/2014), "Un aviso desató el misterio de Manaos". Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1652722-un-aviso-desato-el-misterio-de-manaos> [fecha de consulta 01/10/2016]
- La Nación (08/02/2015), "Las gaseosas de marcas alternativas se hacen fuertes en el interior". Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1766490-las-gaseosas-de-marcas-alternativas-se-hacen-fuertes-en-el-interior> [fecha de consulta 01/10/2016]
- "Parten a Malvinas". Comunicado de prensa del CECIM La Plata. Emitido el 11/03/10. <http://www.cecim.org.ar/noticias/verNoticia.asp?Id=655>
- "Desmalvinizar es desnacionalizar". El papel argentino. Enrique Oliva. EN: "Malvinas: Islas de la Memoria". 2007
- "Experiencia doblemente exigente. Una victoria en Malvinas contra el rigor del maratón y los recuerdos de la guerra". Clarín 16/03/09. Disponible en: <HTTP://EDANT.CLARIN.COM/DIARIO/2009/03/16/SOCIEDAD/S-01877970.HTM>
- "ISLAS. Diciembre 09". Rugby Sin Fronteras. Disponible en: [http://www.rugbysinfronteras.com.ar/eventos\\_islas.html](http://www.rugbysinfronteras.com.ar/eventos_islas.html)

## ANEXO

Anexo N° 1: Publicación de la empresa vía Facebook (19 de agosto de 2016). Web: <https://www.facebook.com/ManaosArgentina/photos/a.463350083801655.1073741828.456094607860536/832693260200667/?type=3&theater>



Anexo N° 2: Imagen de la campaña “Diálogo por Malvinas”. Disponible en:

<https://www.facebook.com/ManaosArgentina/photos/a.457002354436428.1073741826.456094607860536/840676809402312/?type=1&theater>



Anexo 3: Logo de la campaña “Diálogo por Malvinas”

