



:: [portada](#) :: [España](#) ::

20-11-2017

El Corte Inglés ofreció publicidad gratuita a la dictadura de Videla

Daniilo Albín

El Salto

En noviembre de 1977, el Corte Inglés hizo llegar al régimen una propuesta de acuerdo comercial de cara al

El físico Mario Villani nació dos veces. La primera, un día de mayo de 1939. La segunda alguna mañana, tarde o noche de agosto de 1981. Fue entonces cuando ellos, "los Dioses", decidieron que podría seguir viviendo. A cambio, tendría que arrastrar durante el resto de su existencia los horrores que había vivido durante los últimos 36 meses en los campos de concentración de la dictadura argentina. "Se nos insistía que habíamos dejado de pertenecer al mundo de los vivos. Que estábamos desaparecidos. Que ni siquiera podíamos suicidarnos. Que ellos [los Dioses] eran los dueños de nuestras vidas y moriríamos cuando ellos lo decidieran", escribió cuando ya era un hombre libre. O algo parecido.

Su pesadilla también tiene día rojo en el calendario del espanto. Fue, concretamente, un 18 de noviembre de 1977. Seguramente ya haría calor, ese calor húmedo y pegajoso que caracteriza a Buenos Aires. Quizás las flores ya inundaban los parques de esta ciudad, preparándose para un verano que estaba a punto de llegar. Sin embargo, para miles de argentinos ya no había ilusión por el tiempo, ni tiempo para sentir ilusión. Eran los años de la muerte: a esa altura de 1977, el régimen genocida de Jorge Rafael Videla [quien había dado un golpe de Estado el 24 de marzo de 1976] acumulaba una cantidad infinita de torturas, violaciones y asesinatos.

Las denuncias sobre aquellos crímenes recorrieron el mundo. No sirvió de mucho para quienes sufrían descargas de corriente eléctrica atados a una camilla o eran subidos a aviones de la Fuerza Aérea y lanzados vivos al mar, pero al menos valió para desenmascarar a los militares que decían luchar contra el terrorismo mientras aplicaban, con más mano dura que nadie, un salvaje terror de Estado. Sin embargo, ese horror documentado no fue suficiente para que España, con Franco ya enterrado y en plena Transición, se distanciara de los asesinos rioplatenses.

De acuerdo a distintos documentos, El Corte Inglés fue una de esas entidades españolas que trató a la dictadura sanguinaria como si fuera un gobierno "normal". Así lo confirman los archivos hasta ahora secretos a los que ha tenido acceso *El Salto*, unos papeles amarillentos que a esta hora permanecen guardados en un viejo y descuidado edificio del ministerio de Asuntos Exteriores argentino, situado en la zona del Puerto de Buenos Aires. Allí, entre miles de cajas, aparecen esas hojas con el histórico e inconfundible logo de esta histórica empresa madrileña.

El 18 de noviembre de 1977, exactamente el mismo día en el que Mario Villani descendía a los infiernos, el consejero director de Promoción y Ventas de El Corte Inglés, Antonio Pérez Giménez, hacía llegar a las autoridades de la dictadura argentina una propuesta de acuerdo comercial que parecía imposible de ser rechazada por Videla y los suyos. Según consta en aquel "memorándum", la empresa mostraba su interés en "llevar a cabo una acción especial" de cara al mundial de fútbol que se iba a disputar al año siguiente en aquel país latinoamericano.

En esa línea, la firma española pretendía hacer un "sorteo de 250 o 350 plazas entre todos sus clientes de las zonas de Madrid, Barcelona, Sevilla, Bilbao, Valencia, Murcia, Vigo y Las Palmas, al realizar sus compras en el período comprendido entre el 15 de febrero y el 31 de mayo de 1978".



Las personas ganadoras se trasladarían a Buenos Aires "con preferencia a través de Aerolíneas Argentinas" para "presenciar las semifinales y finales de los Mundiales de Fútbol".

El Corte Inglés no pedía dinero a cambio. Se conformaba con "obtener la seguridad de que tanto el transporte como el alojamiento y las localidades necesarias para presenciar los encuentros por parte de nuestros invitados estarían de algún modo garantizadas de manera oficial". "Queremos hacerle patente que una promoción de esta magnitud llevaría consigo, una actividad publicitaria y promocional de singular relieve entre el 15 de febrero y el regreso de los invitamos nuevamente a España, fundamentalmente en los Medios de Prensa, Radio, Publicidad Exterior y Propaganda Directa (sic)", destacaba el responsable comercial, quien también mostraba la "mejor disposición" de la conocida firma española "para desarrollar otras actividades conjuntas con la embajada (argentina) para que esta operación tenga en todo momento el calor y buen ambiente que esta feliz circunstancia nos daría oportunidad".

"Muy interesante"

Según se desprende del documento, esta propuesta había sido anteriormente presentada por dos responsables de El Corte Inglés al embajador de la dictadura argentina en España, el militar Leandro Enrique Anaya. "Nos sentimos muy honrados de la buena acogida que han dispensado a nuestros Sres. Ruiz y Mellizo-Soto y esperamos que esta acogida se vea respaldada por la feliz realización de esta actividad que les proponemos", escribió Pérez Giménez en su carta a la dictadura.

El 24 de noviembre de 1977, el agregado cultural de la embajada argentina, Ricardo Adúriz [quien también habría estado presente en la reunión con los representantes de la compañía], informó al "Departamento de Asuntos Culturales" del régimen de Videla sobre esta oferta publicitaria. El diplomático la calificaba como una "muy interesante propuesta" que "no significaría erogación alguna para el país".

Esos mismos aspectos fueron resaltados por el embajador de la dictadura argentina, Leandro Enrique Anaya, en una nota que había dirigido al general Antonio Merlo, presidente del Ente Autárquico que tenía a su cargo la organización del mundial de fútbol de 1978. En su nota, Anaya resaltaba "los beneficios indudables que significaría para la imagen exterior de nuestro país una publicidad de envergadura como la que suele efectuar esa cadena de grandes tiendas, en todo el territorio español y a través de la totalidad de los medios de comunicación social".

Gritos y gemidos

Mientras estas cartas atravesaban el Océano Atlántico y llegaban a las oficinas ocupadas por los militares, Mario Villani y otros tantos miles de seres humanos conocían en carne propia la crueldad de los militares. "Desde el momento en que alguien era raptado, él o ella era un desaparecido. La secuencia establecida era desaparición-tortura-muerte", escribió algunos años después este sobreviviente.

Muy a su pesar, Villani tiene un récord: pasó por cinco centros de exterminio. Sufrió, lo torturaron, pero salió vivo. Entonces empezó a ponerle voz a sus compañeras y compañeros muertos. Recordó siempre sus terribles gritos y gemidos mientras les sometían a todo tipo de herejías. Quizás hubiesen querido suicidarse, pero ni eso podían. Hubo, en total, más de 30.000 personas desaparecidas. Para ellas no hubo campañas publicitarias ni acuerdos comerciales.

1 Memorandum

DIRECCION DE PROMOCION Y VENTAS

El Corte Inglés

MEMORANDUM

El Corte Inglés, S.A., dentro de sus actividades --
promocionales está interesado, en llevar a cabo una
acción especial de cara a los Mundiales de Fútbol.

Se haría en el sorteo de 250 ó 350 plazas entre --
todos sus clientes de las zonas de Madrid, Barcelo-
na, Sevilla, Bilbao, Valencia, Murcia, Vigo y Las --
Palmas, al realizar sus compras en el período com-
prendido entre el 15 de febrero y el 31 de Mayo de
1978, y que estas personas pudieran trasladarse en
Canoas Aíreas con preferencia a través de Aerolíneas
Argentinas y presenciar los semifinales y finales de
los Mundiales de Fútbol. Para ello y después de los
conferenciamos mantenidas en el día de hoy por Vd.,
y con el asesor de Prensa Sr. Carlos Estralla haca-
mos llegar a Vd., de manera formal este propósito
nuestro con el fin de que, de ser viable nuestro --
propósito, pudiésemos obtener la seguridad de que --
tanto el transporte como el alojamiento y las loca-
lidades necesarias para presenciar los encuentros --
por parte de nuestros invitados exterior de algún --
modo garantizados de manera oficial.

Queremos hacerle puntar que una Promoción de estas
características llevaría consigo, una actividad publicita-
ria y promocional de singular relieve entre el 15 --
de febrero y el retorno de los invitados nuevamente
a España. Fundamentalmente en los Medios de Prensa,



Antonio Pérez Giménez, director de promoción y ventas de El Corte Inglés en diciembre de 1977, se dirige a las autoridades de la dictadura argentina.

2 Entradas a cambio de publicidad de la dictadura

Radio, Publicidad Exterior, y Propaganda Directa.

Me complacen significarme asimismo, nuestra mejor disposición para desarrollar otras actividades con
juntas con lo fijado para que esta operación tenga
en todo momento el calor y buen ambiente que
esta feliz circunstancia nos daría oportunidad.

Me siento muy honrada de la buena acogida que
han dispensado a nuestros Sres. Ruiz y Mellino-Soto
y esperamos que esta acogida se sea respaldada para
la feliz realización de esta actividad que los pro-
ponemos.

Madrid, 18 de febrero de 1977

Firmado: Antonio Pérez Ginebra

CONSEJO DIRECTOR DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

SR. Sr. Ricardo Idroiza Salgado - ACCESO CULTURAL DE LA EMBAJADA DE LA
REPÚBLICA ARGENTINA.



El Corte Inglés ofrecía a la dictadura argentina publicidad y vía libre en medios de prensa, radio y televisión a cambio de entradas para el Mundial 78.

3 Confirmación

Rebelión

N° 1076

Letra KESPA, SIOND

MADRID 24 de noviembre de 1977

OBJETO: Inf. s/ MUNDIAL 78.

AL DEPARTAMENTO DE ASUNTOS CULTURALES:

Se remiten, adjuntos, diversos recortes periodísticos relacionados con el Mundial de Fútbol 78 y sobre la estancia en Madrid del Sr. Presidente del Ente Argentino, Gral. D. ANTONIO MARLO.

Se pone en conocimiento de esa Cancillería que el pasado día 19 se realizó una conferencia de prensa, en un restaurant madrileño, alla que concurren numerosos periodistas españoles y argentinos residentes en España. Dicha conferencia obtuvo una amplia y positiva repercusión en el ámbito periodístico,

Asimismo, se adjunta, copia de la nota de la Dirección de Promoción y Ventas del Corte Inglés, firmada por el Sr. Antonio Fárez Giménez, en la que se expone una muy interesante propuesta -que no significaría erogación alguna para el país-, la cual fue entregada al Gral. D. Antonio Marlo, durante su estadía en esta ciudad, junto con la carta del suscripto, copia de la cual se facitpe.

ACERCADOS: 16 fs.

pda



LEONARDO GARCÍA SÁNCHEZ
Encargado

ES COPIA
Leonardo

LEONARDO GARCÍA SÁNCHEZ
Encargado de Negocios
del Consulado Argentino

Documento interno donde queda constancia de la oferta de El Corte Inglés a la dictadura argentina.



Fuente:

<http://www.elsaltodiario.com/multinacionales/el-corte-ingles-ofrecio-publicidad-gratuita-dictadura-argentina-videla>