

El Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión del Instituto Nacional contra la Discriminación la Xenofobia y el Racismo (INADI), hace llegar su reconocimiento a la publicidad Sprite - #iloveyouhater en pos de la **inclusión**. La misma puede visualizarse en el link: <https://www.youtube.com/watch?v=tFfq7CjcTp8>

La campaña busca promover la aceptación y la revalorización de la **diversidad** y lo que hace única a cada persona. En el corto publicitario se presentan y transmiten valores de integración, igualdad y respeto hacia las personas.

La publicidad se emite en inglés y está subtitulada en castellano. Comienza con un joven diciendo, ***“de chico se metían con mis pecas y no me gustaba nada”***. Por mensaje de texto lo denostaban diciéndole si se había salpicado con ***“materia fecal”***, a lo que él responde con una sonrisa diciendo ***“¿y tú?”***

El corto pasa a otra escena donde otro joven expresa: ***“Nos acostumbramos a los comentarios hirientes”***.

En otra escena una mujer va manejando y dice: ***“Solía enojarme bastante, hasta que me di cuenta de que no es importante”***. Alguien le escribe por mensaje: ***“Sos un escarbadiente de tiburones”***.

Dos mujeres de origen oriental se encuentran sentadas en una biblioteca estudiando. Un mensaje de texto dice: ***“te gusta el heavy metal”*** haciendo alusión a que una de ellas tenía puesto unos Brackets en sus dientes.

En otra escena aparece una persona negra de aspecto musculoso que dice: ***“Me enfoco en mí mismo, en mi pasión. Vivo mi sueño hago lo que me hace feliz”***. En otra imagen se lo ve haciendo ejercicios en una barra. Otro mensaje le expresa: ***“¿dejaste las pelotas en el locker?”***, haciendo alusión que hacía una actividad de mujeres.

En otra escena aparece una mujer nadadora con una figura que no pertenece a los estándares que impone la cultura hegemónica. La misma se sube a un trampolín y dice: ***“No importan lo que digan”***. Un mensaje de texto expresa: ***“Se viene un tsunami”***.

En otra escena aparece un hombre negro tatuado que dice: ***“Todos tienen derecho a opinar”***. El mismo aparece en un estudio cantando. Un mensaje le dice, ***“cantas mejor en mute”***

En un partido de fútbol femenino. En un mensaje de texto se dice: ***“El fútbol femenino es un chiste de 90 minutos”***.

En la parte final de la publicidad, las mismas personas que participaron del corto, en off expresan, ***“vas entendiendo que sos diferente”, “y eso es lo bueno que no pareces a nadie”***. ***“Hay personas que se alimentan del odio”, “Respóndeles con amor”***.

En otra escena aparecen los mismos jóvenes que participaron de la publicidad, en la calle cantando una canción de Los Beatles denominada “I love you, hater”. En un mensaje de

texto se escribe en inglés Freak (extravagante, persona que no cumple con los estándares culturales), las imágenes vuelven al tema musical y como texto final aparece, ***“por suerte no se pueden reproducir”***.

Al final del corto un graph expresa: ***“Es temporada de Hetars” (Enemigos), “Mantenete fresco”***.

Esta campaña está basada en comentarios prejuicios reales. En este caso la marca Sprite trata de concientizar con un mensaje fuerte, con ingenio y transgresión, tomando lo ofensivo y estigmatizante como punto de partida para brindar un mensaje diferente de igualdad y respeto.

Creemos que ofrecer esta visión en una pieza publicitaria destacando la inclusión es un paso importante en evitar los encasillamientos de los géneros en determinadas actividades, del aspecto físico o de los roles que históricamente estuvieron asignado en una visión uniforme y única.

Entendemos y destacamos que estos mensajes publicitarios son un claro camino hacia el cambio cultural, adoptado por empresas que entienden en reconocer valores heterogéneos, reales y diferentes. Posicionándose y resaltando la integración, igualdad y el respeto hacia todas las personas

**Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión**