

Los militares armados vuelven a los carteles de Defensa

EL MINISTERIO AHORRA UN 77% EN GASTOS DE ‘CREATIVIDAD’

ElConfidencial.com > España Ángel Collado 20/05/2012



Uno de los nuevos carteles de las Fuerzas Armadas.

Después de **ocho años de pacifismo oficial, eufemismos y disimulo sobre la labor de los militares españoles** en las misiones en el exterior, la propaganda del Ministerio de Defensa vuelve a recuperar la imagen más clásica y real de los militares. Con motivo del Día de las Fuerzas Armadas que se celebrará el primer fin de semana de junio, blindados y soldados armados en escenarios de guerra (Afganistán), equipos de abordaje de Infantería de Marina, barcos de guerra y aviones de caza acapanan las imágenes de los carteles correspondientes. Y se ahorra un 77% en gastos de diseño *creativo* con respecto a 2011.

En los carteles para este año ya no se mezclan las estampas puramente militares con escenas de vacunación, ingenieros reconstruyendo carreteras o soldados de la Unidad Militar de Emergencias apagando incendios. Esta vez, **nada de imágenes sobre funciones humanitarias**. El tríptico arranca con una foto *prohibida* en la etapa de Carme Chacón al frente del Ministerio de Defensa: una columna de blindados cruza las reseca montañas de Afganistán con un soldado de Infantería en primer plano **en misión de vigilancia y con todo el equipo de combate encima**: fusil de asalto HK al brazo, pistola, chaleco antibalas y gafas de ventisca.

La instantánea, tomada en una misión de patrulla real en la provincia de Badghis (la asignada a las tropas españolas en Afganistán), refleja perfectamente el escenario de guerra en el que se mueven y **donde se han dejado la vida 35 de nuestros militares frente a los talibanes**. También deja evidencia de lo inhóspito del paisaje y el clima del país asiático

La segunda imagen es una foto de un equipo de asalto de Infantería de Marina en una lancha de las que se utilizan en el Índico para abordar las embarcaciones de los piratas. Cierra la serie **un caza F-18 en su silo y preparado para salir en misión**, con un piloto en primer plano. Es el mismo tipo de aparato que sirvió en las misiones de la guerra de Libia asignadas a los españoles.

Como remate, Defensa difundirá otro cartel resumen de imágenes representativas de las Fuerzas Armadas con un barco de guerra (Armada), un carro blindado pesado *Leopard* del Ejército de Tierra y dos cazas de despegue vertical juntos. Completa el montaje un vehículo todo terreno de la Guardia Civil. Muy obvio, pero lo nunca visto en la propaganda del Ministerio de Defensa en 8 años.

En el capítulo de gastos, el regreso a la imagen clásica de las Fuerzas Armadas y al material *de la casa* (Defensa acredita que **tiene magníficos fotógrafos en filas**), también permite sustanciosos ahorros frente a los dispendios de la etapa anterior. Según fuentes del departamento, toda la campaña de publicidad y propaganda (televisión, radio y prensa) de este **Día de la Fas con actos centrales en Valladolid** costará poco más de un millón de euros (exactamente 1.130.000). **Es un 52 por ciento menos que en la edición del pasado año**, cuando el gasto llegó a los 2,3 millones de euros.

Pero la partida que en porcentaje **se reduce más es correspondiente a creatividad**. Por el diseño gráfico y montaje de imágenes del pasado año Defensa pagó 355.000 euros mientras que este año sólo 80.000 euros, un 77 por ciento menos.