

España vista desde fuera

JULIA: Cuando decimos “Marca España” ¿ustedes dirían que lo **hacemos para bien** o lo hacemos **para mal**? Yo creo que **ambas cosas** han ocurrido y ocurren. Cuando gana Rafa Nadal hablamos de Marca España, claro. Pero cuando gestionamos mal algún asunto o cuando aflora un **caso de corrupción**, también **hay quien** dice “Marca España”. **Así que** vamos a preguntarle al Comisionado de la Marca España, a Carlos Espinosa de los Monteros. Don Carlos, buenas tardes...

CARLOS: Hola. Buenas tardes, Julia.

JULIA: ...[viene de “vamos a preguntarle”] si los españoles somos, a veces, los principales detractores de la Marca España.

CARLOS: **Pues**, desgraciadamente, somos muy autoexigentes, muy **duros con** nuestro país. **Nos flagelamos con lo que sale mal**; le **damos** mucho **eco** y... y pocas veces, **salvo** cuando estamos fuera, **presumimos de** todo lo bueno que tiene este país.

JULIA: Tengo aquí algunos **datos curiosos**. Estadísticamente, la imagen de España es valorada entre buena y muy buena en casi toda Europa, en América, en Oriente Medio... más débilmente en África y en una **parte de** Asia; y es negativa, eso de Marca España, fíjense, en Argentina, Venezuela y la propia España, y nosotros mismos, **¿no?** Hay todo un... **en fin**... todas unas **conclusiones** que **extraer** de eso.

CARLOS: Sí, sí. Sorprendentemente, eso es una realidad. España es un país que **cae bien**, los españoles caemos bien... Entonces, en sitios donde no nos conocen mucho también **tenemos** una **buena imagen**..., pero luego nosotros nos valoramos poco. **Tenemos una sensación de** que todo lo de fuera es mejor y eso, pues, **afecta a** una **consideración negativa**, que solo tenemos ahora y por **razones comprensibles**, de un par de países, Venezuela y Argentina. Y sí... hay que **buscar razones**, hay que buscar razones sociológicas, pero están en la historia de España, están en el XVIII, están en el XIX... Eh... Joaquín Costa **se refirió a** ello, Ortega y Gasset, Unamuno... Es algo **consustancial** al español.

JULIA: **O sea**, no hay que ir a buscar las razones en la **crisis económica** de hoy y ahora.

CARLOS: No, **hombre**, la crisis lo agrava. La crisis, lógicamente...

JULIA: Claro, pero que la historia, desde...

CARLOS: La historia está. **Es decir**...

JULIA: Sí, es verdad.

CARLOS: Hay una frase que se **atribuye a** Bismark, que le preguntaron a qué país admiraba, **aparte de** Prusia, y dijo..., después de pensarlo un poco, dijo: “A España”. Dijeron: ¿Cómo a España? Dijo: “Pues sí, porque los españoles llevan 400 años queriéndose cargar España y no lo han conseguido”. “España es admirable”.

JULIA: Pues habrá que añadir...

CARLOS: ...algunos años más. [Risas]

JULIA: ...algunos años más, **¿verdad?** O sea, que **seguimos en** ello... Ehm... ¿Y cómo se puede conseguir que los ciudadanos de este país **se comprometan** en positivo **con** la promoción de España?

CARLOS: Pues, yo creo que... arrancando de la información. Los españoles tienen que saber más sobre su propio país. Una cosa que hemos hecho mal en los últimos años es reducir las **horas de estudio** **dedicadas al** conocimiento de la geografía, la historia, la cultura, el arte de nuestro país. Entre los 6 y los 18 años, **por ejemplo**, pues se dedican entre 400 y 500 horas de España a esas materias, en España. En Francia, en Italia, en Alemania... están entre 1000 y 1200. Tendríamos que **dedicar** algo más de **atención a** que conociéramos nuestro país. Y luego, España es un país que se ha transformado muy deprisa y que muchas de las cosas la gente desconoce... desconoce que tenemos, pues la **organización nacional** de trasplantes que es un ejemplo como... o la propia ONCE, que es el mayor... la mayor organización para el tratamiento de los invidentes. O que tenemos... estamos haciendo, las empresas españolas, seis de las mayores obras del mundo. Nos enteramos del **Canal de Panamá** porque hay un lío en un **momento determinado**. Pero todos esos activos, todos esos atributos que... que tiene España, pues no son suficientemente conocidos y ahí tenemos un **trabajo que hacer** de divulgación muy importante

JULIA: **A lo mejor** es cierto que no **manejamos** suficiente **información** y conocimiento sobre geografía e historia y demás características de nuestro país, o a lo mejor también se añade o se suma a eso que lo que sabemos, por ejemplo, de la **esfera pública**, la corrupción,

ha hecho muchísimo daño. La gente está muy enfadada y tiene muchas razones, muy poderosas, para estarlo.

CARLOS: Sin duda, sin duda. Pero no debemos de confundir lo que es el tema político del momento o de la época, o lo que sea, con lo que es el país. El país no es eso, es decir, eso es algo que está ahí, por encima, pero el país son sus gentes, son sus ríos, son sus castillos, son sus fábricas, son sus arquitectos, sus médicos... Eso, eso es realmente lo que es el país y de lo que tenemos que estar orgullosos.

JULIA: ¿Los valores de España siguen basándose en alguna diferencia, respecto a los otros países del entorno?

CARLOS: Bueno, en el proceso de globalización todos nos vamos pareciendo más y tenemos... pero aquí hay un valor muy muy poderoso que es la calidad de vida. La calidad de vida, tal como se entiende, que arranca del clima que nos ha sido dado, arranca de la manera de

vivir, de disfrutar, de alargar los días, de disfrutar con lo que hacemos; eso sigue siendo una característica muy española y que valoran mucho los que nos visitan.

JULIA: Y, ¿cómo cree usted que se crearía eso que usted llama el sentimiento de orgullo de lo español? Usted apela a eso. Eso, ¿cómo se construye?

CARLOS: Bueno, pues..., primero, como digo, con más información; segundo, con más ejemplo de los que lideran, de los que dirigen un país, que ellos tienen que ser los primeros en hacer público todo esto y en... con su ejemplo, pues... servir al...

JULIA: Ejemplo y ejemplaridad, ¿no?

CARLOS: ...de referencia, sirve de referencia para los demás y tenemos que mejorar mucho en ese aspecto de la seriedad de país, ¿no?