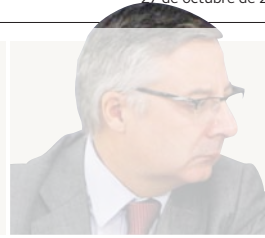


SUS  
SEÑORÍASLa guerra de la  
negociación

Es la guerra. La guerra contra ETA no, la guerra entre los chicos del PSOE. **J.A. Alonso**, juez y portavoz del PSOE en el Congreso ha reaccionado airadamente y ha dicho que "no hay que reunirse con Batasuna. Me resulta inimaginable". ¿Quién habló, el juez o el portavoz? Antes

**Pepiño Blanco**, a la sazón ministro de Fomento había manifestado que "Batasuna lo tiene fácil" y el histórico dirigente batasuno, **Tasio Erkizia**, ha confirmado que existen "vías de comunicación con el PSOE" y que los socialistas conocen los pasos "de primera mano". ¿Esto qué es? La gue-

rra de manifiestos. Que hable **Mayor Oreja** que seguro sabe algo más, aunque lo crucifiquen. Estamos en 2004. El presidente quiere salvarse firmando la paz con ETA. ¿En qué condiciones? Ya no tienes autoridad moral, **ZP**. Tu tiempo también ha pasado. Da paso al futuro. **Servet**



Lo tienen muy fácil (HB), con condenar el terrorismo es suficiente"

José Blanco  
ministro de Fomento.

## Los retos de 'Trini'

DIEGO  
CARCEDO

En un país serio la política exterior es una cuestión de Estado más que del propio Gobierno. Ninguna otra faceta de la Administración Pública requiere tanta continuidad en sus principios. Por eso su ejecución está encomendada a los diplomáticos, funcionarios de alto rango cuyo perfil ideológico no cuenta si tienen bien asumida su condición de servidores del Estado, y descartada su adscripción política. No es una casualidad ni nada trivial que en algunos sistemas institucionales, como el francés, el ministro de Exteriores sea un cargo reservado a la designación del jefe del Estado. En España no llega a tanto, pero también es casi una tradición de nuestra joven democracia que la política exterior sea la que menos cambia incluso cuando asume el Gobierno un partido de diferente signo.

En el relevo reciente al frente de nuestra política exterior no

cabe pensar por lo tanto que el cambio de la cartera ministerial vaya a implicar alteraciones sustanciales en sus líneas básicas. Ahora es una mujer joven, ajena en teoría a la carrera diplomática, quien sustituye a un funcionario veterano de dicha carrera. Hay por lo tanto un componente de relevo generacional en la sustitución de **Miguel Ángel Moratinos** por **Trinidad Jiménez** y probablemente bastaremos a cambios en las formas y en el staff que asuma las principales responsabilidades del Ministerio. Pero en las líneas generales de la política exterior, insisto, las que establecen la prioridad europea y la relación especial con América Latina, no es de esperar alteración importante.

Trinidad Jiménez va a encontrar, eso sí, algunos problemas complejos sobre la mesa del despacho que su antecesor no ha conseguido dejar resueltos, quizás porque más de uno es de solución difícil suponiendo que la tenga. Destacan tres, uno permanente que es Marruecos; otro coyuntural pero endiablado, que es Venezuela; y un tercero eterno, que de vez en cuando se larva pero siempre para volver a emerger con la misma virulencia y ante la misma impotencia, que es Gibraltar. Detrás del que plantean las relaciones con Ma-

ruecos están las reivindicaciones de Ceuta y Melilla y el conflicto del Sahara del que España sigue manteniendo cierta responsabilidad ineludible.

Pero la ministra, sin olvidar ninguno de estos conflictos y algunos otros problemas de segundo nivel como la salida de nuestras tropas de Afganistán o el futuro reconocimiento de la independencia de Kosovo, tendrá como reto más importante

La diplomacia  
española es de las  
que propende a no  
decir nunca 'no'

devolverle a España la influencia internacional que ejerció estas décadas pasadas y que en la actualidad se ha diluido como consecuencia de los bandazos pasados en la relación con la Administración norteamericana, la crisis que a través y sigue atravesando la UE, el desplazamiento hacia el Este del peso en la balanza internacional y por supuesto, de los estragos que causó en la imagen de España el hundimiento de nuestra economía y las zozobras que en meses recién pasados sufrió en los mercados.

*Trini*, como popularmente es conocida la nueva ministra de Exteriores, tendrá que hacer un gran esfuerzo y desplegar una elocuente capacidad de imaginación para volver a colocar a España entre las potencias con mayor capacidad para hacerse escuchar y para incidir en las grandes decisiones mundiales. Para ello cuenta con una simpatía bastante generalizada, más allá de rivalidades ancestrales, hacia nuestra cultura; la extensión creciente del castellano, la admiración que causan nuestros deportistas y el atractivo para el turismo que ofrece nuestra geografía. África y Asia por diferentes razones deberán ocupar su atención mucho más que hasta ahora ocupó la de sus antecesores. Su predisposición a reaccionar ante las adversidades con una sonrisa tan franca como la suya es una cualidad positiva que *Trini* aporta al intento aunque no lo arreglará todo.

También necesitará, además de maniobrar con simpatía y habilidad, enseñar de vez en cuando los dientes. La diplomacia española es de las que propende a no decir nunca que no es esa tradición, que indudablemente contribuye a diluir conflictos, o al menos a congelarlos, le ha proporcionado como contrapartida una imagen de tibie-

za cuando no de cobardía que impone escaso respeto y por lo tanto conviene desterrar. Darle motivos a camorristas como **Chávez** no parece una receta recomendable en la relación con un país tan familiar y próximo, pero claudicar ante diferentes ofensas y actitudes, como la que implica su acogida a terroristas etarras no es una buena manera de contribuir a que los españoles mantengamos nuestra dignidad y autoestima.

Entre tantos retos, al iniciar su etapa, Trinidad Jiménez va a tropezar con un problema difícil de resolver en las actuales circunstancias. El Ministerio de Exteriores siempre ha estado corto de presupuesto y las restricciones actuales no cabe duda de que agravarán aún más ese obstáculo. Las relaciones internacionales, como casi todo, son caras si se afrontan con ambición y la nueva ministra tendrá que empezar por hacer recortes en los gastos. Habrá que ver hasta qué punto la nueva red de representaciones diplomáticas que está poniendo en marcha la UE compensa la ausencia de embajadas españolas en muchos países y, sobre todo, si esta iniciativa supranacional y comunitaria, con la que tendrá que coordinar esfuerzos, realmente funciona. ♦

ALEJANDRO  
SUÁREZ'The fiesta  
is over'

**The Economist** publicaba en 2008 un ácido artículo sobre la crisis y su repercusión en España, que resumía —con la habitual crueldad inglesa— la economía de nuestro país en un premonitorio *the fiesta is over*.

Dos años después, nadie puede negar que el mensaje de fondo era premonitorio, y para actualizarlo yo me atrevería a decir *The fiesta is over, it's time to siesta*. Estamos en una situación macroeconómica compleja, entrando en lo que a todas luces parece una siesta económica, que nos obliga a empresarios y trabajadores a una reacción urgente si esperamos una recuperación a medio plazo, ya que a corto parece imposible salir del limbo en el que nos hemos metido.

**John Fitzgerald Kennedy** acuñó la frase "no pienses en lo que tu país puede hacer por ti, piensa en lo que tú puedes hacer por tu país", una idea adaptable en estos momentos a la realidad económica y social española. En cierto modo, nuestro sistema económico está agrorotado y precisa una reacción, una parte importante de la sociedad española entiende erróneamente que debe partir de medidas políticas y de la Administración y que podemos sentarnos a quejarnos mientras esto suceda. Eso no es del todo cierto, pues éste no es el momento de pensar qué puede hacer tu Gobierno por ti.

Muchos empresarios llevan meses paralizados, lamentándose de la situación global, de la falta de crédito y de estímulos. Ha llegado el momento de abandonar la cultura de la queja, de ponerse en marcha, de cambiar la tendencia negativa y de basarnos en la innovación y el talento para invertir, generar riqueza y empleo por nosotros mismos. ♦

Alejandro Suárez,  
CEO Ocio Networks.

## ¿Dónde posamos la mirada de la oportunidad?

EDUARDO  
REINA

América Latina es uno de los más atractivos mercados comerciales y España ha aprovechado la oportunidad para entrar o ampliar su presencia en todos los 22 países de Latinoamérica, incluido Brasil, a lo largo de varios años y décadas. De hecho, a mediados de los 90, Argentina era el destino final en la escala de crecimiento de

capitales españoles que emprendían nuevos y misteriosos rumbos hacia LATAM: telefonía, aerolíneas, gas, electricidad, bancos, eran sólo algunos de los sectores en los que España tenía puestos no sólo sus ojos, sino sus mejores y más preciadas fichas. Sin dudas parecía ser Argentina el socio estratégico de España para la nueva conquista de América Latina.

La expansión e internacionalización de la empresa española ha sido posible gracias a que España ha encontrado en América Latina raíces históricas, concepto de hispanidad, recuerdos de familia inmigrante. Por eso, después de muchos años de ver cómo las empresas españolas se han manejado entrando y sa-

liendo del mercado local, vemos que algunas han aprendido a tomarle el pulso a la política y la economía de la región.

El balance ha sido bueno: muchas empresas españolas siguen instaladas en Argentina y con fuerte crecimiento tanto institucional como económico. De esto se desprende el clásico argentino "se cae de maduro" que en medio de la crisis que está viviendo España, las posibilidades de formar una nueva generación de empresas que quieran internacionalizarse en Argentina, son enormes. Enormes sí. Pero no sencillas.

Para ello deben informarse y adaptarse a la idea de que muchas de las empresas que hoy están en nuestro país tienen años

de vida y se desarrollan casi normalmente como un modelo hispanoargentino o hispanolatinoamericano. ¿Cómo es eso? Resulta que no es trasladable el modelo español 100% puro. El mismo debe adaptarse y mimetizarse lo más posible al mercado local. Prueba de ello, en la reunión de hace unas semanas donde fue designado empresario del año por la Cámara Española de Comercio de Argentina, **Antonio Brufau** dijo que "fue bueno el proceso de integración con el socio argentino donde se habían logrado avances en conjunto como nunca lo había logrado Repsol en soledad".

El potencial de desarrollo argentino está dado en vastas áreas y parecen no tener fin:

granos y sus derivados, infraestructura que siempre se necesita, tecnología que siempre es bienvenida, turismo en permanente crecimiento, e innumerables más.

Conclusión: Dice el proverbio chino que detrás de toda crisis se esconde una gran oportunidad. España tiene una crisis. ¿Dónde buscará su oportunidad? Muchos podrán decir lo contrario y encontrar esperanza ficticia donde no la hay o querer hacerla "al modo local" y ni siquiera entrar. Sin embargo la Argentina tiene un gran potencial de convertirse en "eso" que a la larga, a nadie le va a gustar mirar desde afuera. ♦

Eduardo Reina es vicepresidente de EC en Argentina.