



PANEL CÍVICO DE LOS CIEN

EN LA OPINIÓN DEL PANEL CÍVICO “LA PRESENCIA GLOBAL DE ESPAÑA Y SU IMAGEN EXTERIOR NO ESTAN SIENDO ADECUADAMENTE POTENCIADAS”

1

Madrid, Mayo de 2011. - “El peso de España en el contexto internacional debería ser más satisfactorio y, a pesar del potencial de nuestro país, no se le está sacando todo el rendimiento posible por una falta de ambición de dar a nuestro país una posición de fuerza en el contexto global en que nos movemos”, según el Panel Cívico, iniciativa independiente integrada por empresarios, altos directivos y profesionales liberales que han debatido recientemente sobre la presencia global de España.

En opinión del Panel Cívico, “para tener presencia global, un país necesita tener activos que debe manejar adecuadamente y así obtener poder e influencia. España los tiene y no puede ni debe renunciar a ellos.”

“España ha estado, en el pasado inmediato, entre los diez primeros países con presencia global en casi todos los indicadores: economía, gasto, cultura, ciencia, educación, ayuda al desarrollo..., pero ahora es evidente que no estamos manteniendo la imagen que nos corresponde. No basta con estar bien, hay que aspirar a la excelencia”, asegura.

La imagen de país “es la suma de excelencia y de credibilidad y, por ello, ha de ser un tema de Estado, no sólo de Gobierno o de partidos, sino también de la sociedad civil. Tenemos que huir de la politización general de las Administraciones y, en particular, de las campañas genéricas de imagen-país, para dotarlas de profesionalidad y de recursos, centrándonos en nuestros productos de excelencia. Hasta ahora parece que nuestros gobernantes han gestionado la proyección exterior de España guiados más bien por criterios de rentabilidad política interna, y descuidando la necesaria coordinación entre las Administraciones y las Comunidades Autónomas.”

En esta proyección exterior de la imagen de España los esfuerzos se han de concentrar en los países de nuestro ámbito económico, político y cultural. Y, para asegurar su eficacia, ello requerirá que “España deba corregir la orientación actual de su política hacia nuestro entorno más cercano, es decir, la Unión Europea y el área mediterránea, y re-alinear sus alianzas en Latinoamérica y con los Estados Unidos, ya que aún tenemos un potencial como país que puede permitirnos recuperar el protagonismo internacional.”



PANEL CÍVICO DE LOS CIEN

Para el Panel Cívico, “la credibilidad es factor fundamental de la proyección de España; no sólo hay que ser excelente, sino saber cómo comunicarlo y ese es otro problema: si quien lo comunica es, a su vez, creíble o no.”

UNIDAD DE MARCA Y SOCIEDAD CIVIL

2

Para asegurar esa credibilidad “hemos de ser capaces de ver la imagen de España globalmente y evitar los errores que las Administraciones están cometiendo al no proyectar una “unidad de marca”, afirma el Panel Cívico.

La reputación de un país está basada en elementos fundamentales de su credibilidad tales como : “una política económica coherente, que evite medidas alejadas de la realidad de los mercados”; “la seguridad jurídica y la independencia de sus instituciones, saliendo al paso de una Justicia lenta y con diversidad de criterios, y con instituciones y reguladores cuya independencia está puesta en cuestión”; y con una política exterior asentada en unas líneas maestras de coherencia, dejando de lado los ejercicios de alineación y no alineación que han sido una constante que resulta difícil de entender para muchos de nuestros interlocutores.”

Finalmente, “una valoración de la imagen de España pone de manifiesto una evidente falta de respuesta de la Sociedad Civil: no hay que descargar sólo en el Estado la solución a estos problemas, porque la acción de Gobierno es claro que no es suficiente; los agentes privados y las empresas deben asumir su parte importante de responsabilidad y de protagonismo en la proyección de España.”