

MARCA ESPAÑA

Parece un Aladino –no sabemos si de la talla del protagonista de “Las mil y una noches” o simple pícaro de pacotilla- que va derramando, con voluptuosidad, dádivas y venturas sin fin. Nuestro Gobierno –que parece ser el valedor de esa especie de “gloria de la fe’ que nos remite al mago chino- canta, al son de trompetas, la “Marca España” y la ofrece como antídoto de nuestros males, como si de una lámpara maravillosa se tratara. La frotó inicialmente Aznar, la dejó de lado Zapatero y Rajoy quiere hacer de ella una política de Estado, con la participación de instituciones culturales, comunidades autónomas, fundaciones o grandes empresas, que mostraron su plena disposición a integrarse.

Lo que pasa es que nuestro sino perdedor impide que de la lámpara surja algún genio salvador. Esta tramoya, que debería levantar ánimos de esperanza, parece que va desembocar en el juego del mutuo engaño entre el desvalido y el mago, un ejemplo clásico de historia de pobreza a riqueza. En nuestro caso, cuando esperábamos levantar la maltratada situación económica –lo que estamos consiguiendo, a base de trabajar en conciencia nuestras esencias nacionales- me da la impresión que, dicho sea con todos los respetos, nos vemos con el culo al aire. El enorme valor de los efluvios de la lámpara parece que va deteriorándose, de la mano de gnomos misteriosos, al punto de perder el resplandor.

Las volutas indefinidas, aunque perceptibles, de la recuperación económica, van explotando, en desprestigio de la Marca España, con detalles como el de la constructora Sacyr Vallehermoso, adjudicataria de las obras de ampliación del Canal de Panamá, la obra de ingeniería en curso más importante del mundo. Hemos conseguido demostrar que son posible nuevas esclusas para las oportunidades económicas y turísticas de España. Hete aquí: la chapuza

nacional también la hemos trasladado al exterior. La imagen de España se

agranda por momentos, sin que sea tema menor, el referido al Sr. Soria que se ha hecho trampa asimismo, subiendo y bajando a su antojo las tarifa eléctricas. La burda agresión ha dado paso a la rectificación del "error". En posteriores episodios, con la ayuda de los genios, el mismo recorrido de ida y vuelta se realiza instantáneamente, dando muestra la Marca España de sus extraordinarios poderes.

En el capítulo de los considerados "errores", está el caso de Gafo, director adjunto al Comisionado para la Marca España, quien llamó "Catalanes de mierda, no se merecen nada" a los que pitaron el himno nacional en los mundiales de natación en julio de 2013. Desde luego, para "errores", el referente al anuncio anticipado de la operación antiterrorista contra los abogados vascos, como si estuviéramos ante un "Faisán", boomerang renacido de sus propias cenizas. Más inaudito: el director de comunicación del Ministerio ha dimitido como responsable de la nota que adelantaba la detención cuando la Policía no había desplegado el dispositivo. Todo es posible en este sensible campo del terrorismo, aunque aumente el descrédito la Marca España.

El penúltimo amago se dio, en el pasado diciembre, por parte de las perversas autoridades deportivas de la UE que se han atrevido a abrir expediente sancionador a los clubes Real Madrid y Barsa, al considerar que se han podido beneficiar de apoyos públicos incompatibles con las normas comunitarias. Menos mal que la respuesta ha sido inmediata y Margallo ha constatado que el Gobierno va a dar la batalla hasta el final en defensa de “los clubes españoles, que también forman parte de la Marca España”, El traspaso de Neymar es una muestra más de estos destellos fallidos de Marca España.

La verdad es que el ámbito deportivo es caldo de cultivo para la aparición de genios malignos, En efecto, síntomas de este deterioro, vienen de lejos, de cuando se desplegó toda la parafernalia necesaria. para promocionar el “Madrid 2020”. El acto culminante contó con la traducción a pelo de la invitación: al “cup of 'café con leche' in la Plaza Mayor or a romantic dinner 'en el... coofi in plaza de España”, que fue líder de r(ev)isión.

No quiero insistir en esta materia –la de la corrupción- aunque se encuentre en los alrededores del Palacio Real. Y, por encima de toda sorpresa, la que nos produce la consideración de imputada, con el consiguiente paseíllo diario, de una Infanta de España. Sólo nos resta suplicar que la gracia de Dios –con que se orlaban

las monedas antiguas- descienda sobre nuestro MonARCA. De momento, a nosotros, según nos anuncia el ministro bonachón, nos salvará el jamón de pata negra, envuelto en su exquisita etiqueta Marca España.

Con su pan se lo coma.