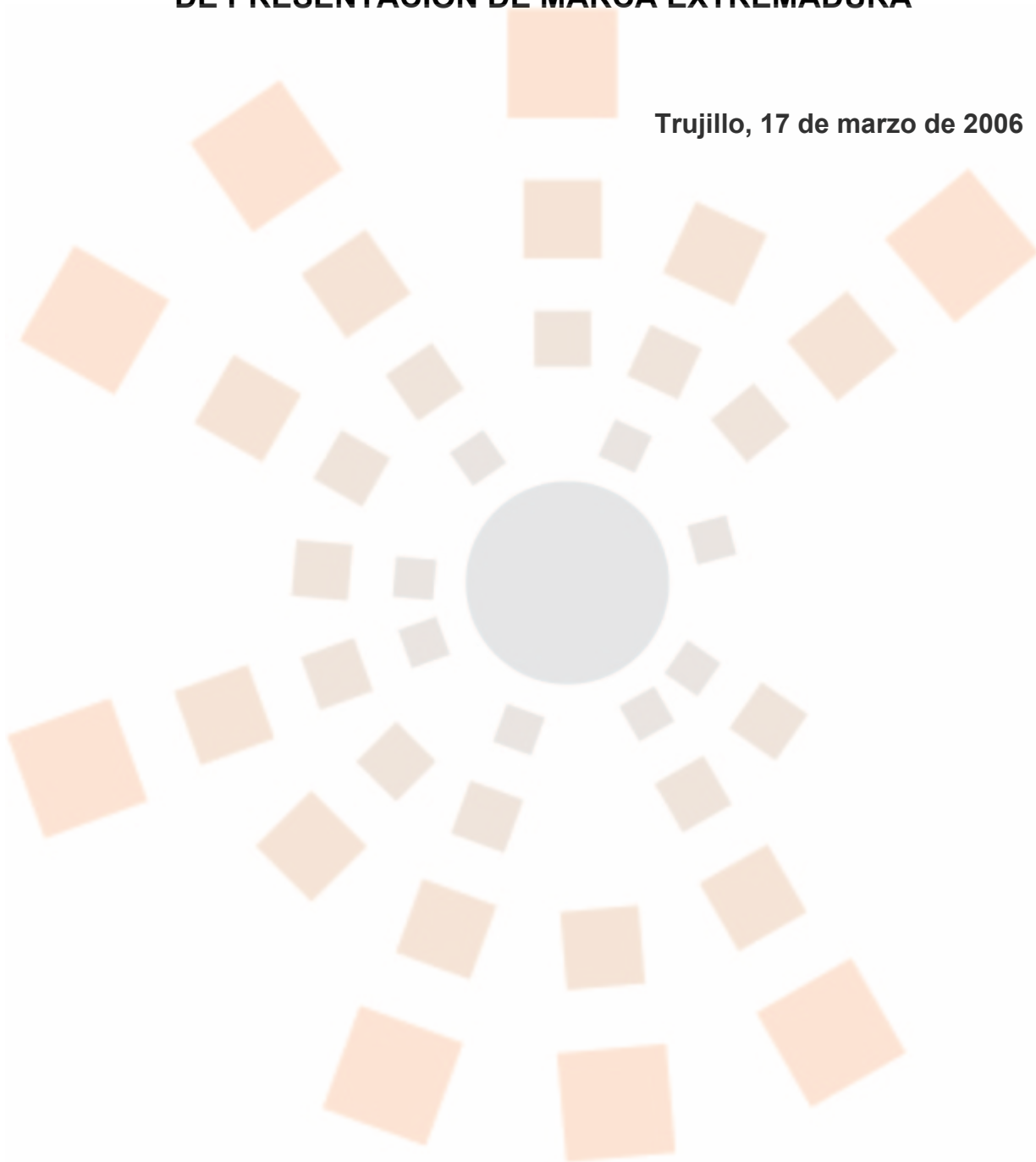


**INTERVENCIÓN DEL EXCMO. SR. PRESIDENTE EN EL ACTO
DE PRESENTACIÓN DE MARCA EXTREMADURA**

Trujillo, 17 de marzo de 2006



INTERVENCIÓN DEL EXCMO. SR. PRESIDENTE EN EL ACTO DE PRESENTACIÓN DE MARCA EXTREMADURA

Trujillo, 17 de marzo de 2006

Muchas gracias Pepa. Querido Diego, comisario general de Marca Extremadura, miembros del Consejo de Expertos, señoras y señores, queridos amigos.

No me enfadaré yo, si mañana o pasado escucho que, al final, todo se trata de una campaña publicitaria a favor de Ibarra. Y no me enfadaré, porque hasta mayo no me puedo enfadar, no porque no me parezca injusto el que se diga eso, o se pueda decir eso, porque ni responde a la verdad, y perdonen la inmodestia, ni lo necesito.

¿De qué se trata, entonces, con este proyecto para el que les hemos citado hoy aquí, y esperamos seguir citándoles, a lo largo del tiempo? ¿Para qué les hemos convocado? Miren, lo he pensado mucho, a ver cómo soy capaz de exteriorizar lo que se pretende. Se trataría, y se trata, de compartir y asumir, si se está de acuerdo, un proyecto estratégico para Extremadura y para los extremeños. Es decir, esto no es un gasto que vamos a hacer, sino que es una inversión para nuestra tierra. Compartir y asumir si se está de acuerdo. Vamos a ver si somos capaces de compartir algunas cosas en las que por lo menos sí podríamos decir: pues, es razonable que estas cosas o pasan o han pasado.

Por ejemplo, ¿es cierto o no, que durante mucho tiempo...? incluso alardeábamos de ello, yo que he recibido tanta gente en el despacho, cuando se despedían, porque venían y después se marchaban a otro sitio, etc., siempre decían esa cosa tan tremenda que era: a Extremadura se viene llorando y se va uno llorando. Y la pregunta es: ¿y por qué venía, usted, llorando? Porque es tremendo. Venía llorando, de tal forma, que si le hubieran dado a elegir, no hubiera venido. Porque se le caían las lágrimas de pena, ¿dónde voy? Es decir, que más que destinados a Extremadura lo que parecían era desterrados a Extremadura. Era el peor sitio donde podían ir, porque venían llorando. Y era una desgracia como otra cualquiera. A uno, en la vida, le pasan, de vez en cuando, desgracias; y a mucha gente que venía llorando, pues le pasó la desgracia de tener que venir, por las razones que fuera, a Extremadura.

Conclusión: si se venía llorando y era una desgracia venir aquí, y venían a la fuerza y obligados y porque no tenían más remedio, quiere decir que nuestra imagen era una imagen deplorable y era una imagen negativa. Porque

si hubiera sido una imagen positiva, nadie hubiera venido llorando. Hubieran venido encantados de la vida de ir a una región que tenía una imagen muy positiva. No era así, venían forzados, venían llorando, lo que era un sitio que nada positivo podía ofrecer. Y un sitio que tenía una imagen negativa, nada positivo podía dar a nadie. La prueba es que, además, mientras venían algunos llorando, se cruzaban por el camino, con miles y miles, que se iban también llorando, pero que se iban.

Así que venían llorando a un sitio malo y encima veían que la gente de aquí se marchaba. Luego el tío se reafirmaba en su posición. ¿Dónde voy que hasta los propios se marchan? Y se marchaban por una razón. Porque no veían que había aquí ni presente ni futuro, ni para ellos ni para sus hijos.

Segunda cosa en la que podemos estar de acuerdo. ¿Es cierto o no, que nuestra propia gente, nosotros mismos, la población extremeña, consideraba en un tiempo como negativo, lo que en otros sitios se consideraba absolutamente positivo?

Por ejemplo ¿cómo se llamaba en Mérida a los yacimientos arqueológicos romanos? Las ruinas romanas. Las ruinas, con desprecio, que además imposibilitaban construir viviendas. Eran ruinas. Incluso hoy, todavía discutimos todos los años sobre lo que se pone encima de una de las ruinas más importantes: el Teatro Romano. Y discutimos a rabiar sobre la obra que se representa. Si lo que se representa allí es una mera excusa para que podamos ver el Teatro de noche, ¿qué más da que esté bien, que esté mal quien actúa? Si eso es lo menos importante. Si lo importante es lo que tenemos allí. Pero era una imagen que nosotros mismos ofrecíamos como negativa.

¿Era cierto o no era cierto que -yo lo he visto, lo he vivido- que fuera de Extremadura hace años, cuando le preguntaban a alguien: tú, de dónde eres. Dice: yo de Cáceres o de Badajoz? Porque Cáceres o Badajoz era menos negativo que extremeño, que extremeña. Entonces, se prefería decir que se era de una de las dos provincias que estaba menos negativa, que no ser extremeña, porque lo extremeño era sinónimo de subdesarrollo y, por lo tanto, se intentaba evitar decir de dónde uno era aunque sin mentir decía que era de Cáceres o que era de Badajoz.

No había en aquel tiempo las lonchas de jamón ibérico, lo que había era los taquitos de jamón serrano, porque el ibérico estaba connotado como negativo, tenía peste porcina africana. Entonces, estaba casi a punto de desaparecer. Y lo que se llevaba era, y todavía hay gente que sigue pidiendo jamón serrano, como lo mejor del mundo, porque el ibérico nuestro era una cosa de subdesarrollo, con enfermedad, casi desapareciera.

No digo nada con respecto al turismo. ¿Quién se iba a encargar de promocionar un turismo ecológico, de naturaleza, histórico, cultural, etc., etc., si no llegaba el agua a los pueblos? Y a los turistas, como a nosotros, les daba por ducharse casi todos los días. Es decir, cómo se iba a promocionar turismo si no había infraestructuras, si no había agua, si no había luz, si no había casi

nada. No íbamos a traer aquí a la gente para que viera lo que teníamos y se marchara, y no volviera nunca más.

Tercera cuestión. Con la llegada de la autonomía comenzamos un camino distinto y comenzamos a explorar y comenzamos a elaborar la parte más positiva de nuestra realidad. Y son, y han sido muchos los sectores que han mejorado y que nos permiten constatar que la marca negativa que era Extremadura se ha borrado de la retina de muchos extremeños y de mucha gente que viven fuera de Extremadura. No de todos los extremeños y no de todos los que viven fuera de Extremadura.

Dos ejemplos de qué hemos hecho en estas..., en las primeras cuatro legislaturas, por poner un límite temporal. En primer lugar, nos hemos dedicado a destruir la marca negativa y hemos conseguido crear una marca. Es decir, la marca negativa yo creo que ha desaparecido y en los catorce, quince primeros años de nuestra andadura autonómica, los extremeños hemos sido capaces de que esa marca tan negativa que teníamos haya desaparecido y hemos creado una propia marca. Hicimos buenos productos de todo tipo, pero con un problema, que la etiqueta de esos productos se ponía en otro sitio. Y así, el jamón no era extremeño, era Jabugo o Guijuelo; el pimiento era murciano; el espárrago era navarro; las frutas eran leridanas; la miel era salmantina, el vino era andaluz o riojano. En definitiva, quitamos la marca negativa, creamos nuestra propia marca, pero nuestra propia marca blanca, nuestra propia marca blanca, que otros le ponían la etiqueta.

Entonces, hemos hecho un avance muy significativo, muy espectacular, hemos quitado la mala marca, la mala imagen y hemos creado la marca blanca. Y esto, los comerciantes saben mejor que yo lo que estoy diciendo. Una marca que no se sabe exactamente quién la hace y que otros le ponen la etiqueta.

En definitiva, para que se me entienda bien, éramos, -durante ese tiempo, que ya mejoramos respecto a la imagen- éramos como las cooperativas textiles, que todos hemos conocido en bastantes de nuestros pueblos; donde las mujeres, con unas máquinas de coser, hacían unos buenos pantalones vaqueros, pero la etiqueta se la ponían en otro sitio. Y venga a hacer pantalones vaqueros y venga a poner la etiqueta en otro sitio. Donde hacíamos el pantalón vaquero sin etiqueta costaba diez euros y cuando le ponían la etiqueta se multiplicaba por diez, por quince o por veinte.

Si estamos de acuerdo con lo que he contado, y podría contar muchas más cosas, y ustedes también lo podrían complementar, deberemos estar de acuerdo en que no podemos seguir produciendo marca blanca, ni debemos permitir que sean otros los que ponen la etiqueta a lo que nosotros hacemos. Y de eso se trata. En las dos últimas legislaturas hemos conseguido un desarrollo equilibrado de Extremadura que no existe y no conozco en ninguna región española, en ninguna. No un desarrollo sostenible. Un desarrollo equilibrado, que es distinto. Aquí no hay nada que sostener. Porque desarrollo sostenible es cuando algo no se sostiene e intentas sostenerlo. No. Nosotros lo que hemos hecho es un desarrollo equilibrado. De tal forma, que todos los

extremeños, vivan donde vivan, tengan un cierto equilibrio en cuanto a calidad de vida, en cuanto a prestación de servicios, en cuanto a oportunidades y en cuanto a posibilidades. Eso no existe en ninguna parte de España. Es la única región que ha sido capaz de hacer ese proyecto, que se lo ha creído y lo ha consolidado.

Volviendo al ejemplo de la cooperativa. Ya no sólo seguimos fabricando buenos pantalones, sino que ahora somos los dueños de la máquina. Los dueños de las máquinas que hacían y que hacen esos pantalones. Y, por lo tanto, tenemos todo lo que se debe tener y se puede tener para fabricar, para competir y para poner la etiqueta a lo que hacemos. Y cuando hablo de fabricar hablo en sentido genérico: de fabricar, de crear, nosotros tenemos todo lo que se necesita, todo, y en el entorno 2008, 2010, tendremos todo lo que se necesita para poder ponerle una etiqueta a lo que hacemos.

El desafío, el reto, el llamamiento que le hacemos a ustedes, sociedad civil, es: o bien fabricamos para que otros pongan la etiqueta y sigan poniendo la etiqueta, o bien fabricamos con etiqueta propia. Y de esto se trata. De esto se trata. Éste es el tercer paso. Primer paso: mala imagen. Rompemos la mala imagen. Creamos nuestra propia marca, marca blanca. Y ahora se trata de ir con nuestra propia etiqueta, con nuestra propia marca.

¿Cuál es además la buena noticia que ahora podemos dar y antes no? La buena noticia, por una encuesta que se ha hecho, exhaustiva, en Extremadura y fuera de Extremadura, respecto a la imagen, a cómo nos ven; la buena noticia es que Extremadura no tiene mala imagen fuera de Extremadura, no tiene mala imagen, es una buena noticia. Es más, los extremeños pensamos, también en esa encuesta, que los de fuera piensan de nosotros peor de lo que de verdad piensan. Así que no tenemos mala imagen.

La mala noticia es que a Extremadura le falta imagen. Es decir, no tenemos mala imagen pero nos falta imagen. Nos falta marca, nos falta etiqueta.

Y tenemos dos caminos, señoras y señores, queridos amigos. O dejar que nos asocien a la imagen anterior, a la negativa, a la pesimista, a la mala, a la de los primeros años antes de la autonomía. O que nos asocien a la imagen de ahora. Y eso es el reto. O nos asocian a lo de antes o nos asocian a lo de ahora. Y entre lo de antes y lo de ahora hay una enorme diferencia. El vídeo lo pone de manifiesto clarísimamente.

Para que nos asocien a lo de ahora hace falta que todos, absolutamente todos los extremeños, salgamos a contar esa nueva imagen, esa nueva marca. No hace falta sólo el vídeo. Hace falta venderlo todos los días, contarlos todos los días.

Miren, hace unos días, tres o cuatro días, el Consejero de Sanidad, que está aquí, me mandó un correo que él había recibido de un ciudadano catalán que se quejaba y decía: con lo que a mí me cuesta un piso en Barcelona yo me podría comprar tres en Extremadura, quedarme a vivir en uno, vender dos y

vivir de las rentas. Y yo le voy a contestar. No lo he hecho todavía porque no he tenido tiempo. Le voy a contestar diciendo... Y además lo decía muy irritado. Le voy a decir: siéntese, irrite se todavía más porque le voy a contar que además de que puede usted hacer eso, encima va a tener usted, en el pueblo donde vaya, banda ancha para conectarse a Internet, donde quiera. Además va a tener usted institutos mejores que en cualquier parte de España. Además, va a tener usted una asistencia sanitaria que está valorada por encima de la media española. Además, va a tener usted unas carreteras interiores que no existen en su territorio ni de forma, ni por asomo. Así que, siéntese y siga irritándose, pero ése es el desarrollo que hemos sido capaces de crear los extremeños en este tiempo. Y se lo cuento a usted porque, a partir de ahora, se lo tengo que contar a todo el mundo. Porque si no se lo contamos no lo saben. Y si no lo saben siguen pensando en la Extremadura de hace veinte o veinticinco años. Y si piensan en la Extremadura de hace veinte o veinticinco años pues, entonces, tendremos una marca negativa y no una imagen y una marca positiva que es la que tenemos derecho a tener.

No creo, de verdad, que exista una región tan equilibrada como la nuestra en ninguna parte, en ninguna parte. Es verdad que en algún sitio llegaremos y veremos una gran autovía que nosotros a lo mejor no tenemos, pero métense dentro del territorio, vean cómo se vive en cualquier región y cómo se vive aquí, y no hay color. Y no hay color. No admitimos comparación con nadie.

Y la otra buena noticia, que también lo dice la encuesta es que los jóvenes extremeños no tienen ni prejuicio ni complejo con respecto a otros ciudadanos de otros territorios. Al contrario de lo que nos pasaba a la gente de mi generación, que sí teníamos complejos, que pensábamos que los demás eran más que nosotros. Porque no entendíamos las cosas que nos pasaban aquí.

Y, además, los jóvenes extremeños, dice la encuesta, ya no perciben enorme diferencia entre nuestra región y otros territorios como nos ocurría a los extremeños de mi generación, que ya lo creo que notábamos diferencia, nada más que en salir de Extremadura, notabas unas diferencias brutales, entre lo que había y lo que hay. Y, ahora, los jóvenes de Extremadura de 16, 17, 18 años no ven grandes diferencias, no ven grandes diferencias. Incluso, creen que las cosas que ahora tenemos existen de toda la vida. Es decir, que la autovía que nos lleva a Madrid siempre estaba ahí. Y cuando te metes por el camino secundario, con una niña de 14, 15 años y dices ésta es la carretera que iba a Madrid, no se lo cree. Dice: está de broma. Se cree que la autovía estaba siempre ahí, no estaba siempre ahí, vamos por esa carretera. Y no les digo nada si le hubiera enseñado la que yo llevaba cuando yo tenía 14 o 15 años, tampoco había, mucho peor.

Pero no tienen complejos. No tienen complejos. No piensan que estemos peor que otros. Y por lo tanto, no tienen ese lastre, que era el lastre que nosotros hemos ido arrastrando durante tanto tiempo con esa imagen tan negativa.

Así que, se trataría y se trata de que no sólo pensemos que somos buenos, por ejemplo, para hacer el mejor jamón del mundo. Esto ya todo el mundo lo da por supuesto dentro de Extremadura. Todo el mundo da por supuesto que el mejor jamón del mundo es el extremeño. Pero sólo el mejor jamón. Y, claro, si somos capaces de hacer el mejor jamón, no es porque tengamos los mejores cerdos, sino porque tenemos la gente que sabe hacer mejor jamón. Es decir, gente que sabe hacer calidad. Que no tiene nada que ver un buen jamón con el cerdo. Tiene que ver con la capacidad de fabricar calidad de nuestra gente. Y, claro, yo me pregunto, si en un pueblo con la misma cultura, las mismas costumbres, las mismas modas, etc., todo lo mismo, viviendo lo mismo, unos son capaces de fabricar calidad, cuando se trata de jamón, ¿cómo es que los otros no van a ser capaces de fabricar calidad, cuando se trate de una construcción o de lo que sea? ¿Por qué unos cuantos han estado dotados para hacer calidad en el cerdo y no están dotados sus vecinos para hacer calidad en educación, en sanidad, en construcción, etc., etc., etc.? Sí están dotados. Lo que pasa es que nosotros creemos que sólo somos capaces de hacer bueno, un par de cosas. Y lo que somos capaces de hacer bueno es muchas cosas. Lo que pasa es que tenemos que contarlas. Tenemos que contarlas y que no se vea como una excepción. Ah, ¿ustedes son capaces de hacer buen jamón?, ¿y sólo eso? Ah, no ¿que tienen un Centro de Mínima Invasión?, ¿pero sólo eso, como una excepción? ¿Así en...?

No, no, no, no. Si somos capaces de hacer calidad, somos capaces de hacer calidad. En el jamón y en cualquier cosa. Y además somos auténticos. Somos auténticos. Estopa, es un dúo auténtico. Y Bebe es auténtica. Y el jamón es auténtico. Y yo soy auténtico. Lo dice la encuesta. Lo dice la encuesta. Y los extremeños somos auténticos. Así que, vendemos calidad y vendemos autenticidad, que no se puede vender en cualquier parte.

Así que, ese mismo clima de calidad para hacer jamón existe, y debe existir, existe para hacer otras cosas. Y hay mucha gente que lo está demostrando todos los días. Mucha gente que lo está demostrando. Oíamos a una de las personas que hablaba en el vídeo, una periodista muy ilustre, que decía: si yo hubiera, ahora, tenido 15 o 16, no me voy. Esto lo dice muchísima gente. Muchísima gente. Yo tengo amigos constructores que han estado fuera y ahora han empezado y me han dicho: si yo lo llego a saber, yo no me voy y hoy soy un gran constructor, como lo es fulanito, o fulanito, o fulanito, o fulanito, o fulanito; a los que yo dejé aquí y eran poco menos que algo más que albañiles y hoy son grandes constructores ¿Por qué? Porque saben hacer las cosas tan bien como el que hace un buen jamón.

Así que, ésta es la oportunidad de contarlo y de que nuestra marca sea una marca positiva con una etiqueta que nos haga que el beneficio se quede aquí; y, por lo tanto, tengamos más riqueza y, por lo tanto, tengamos más posibilidades de empleo, etc., etc., etc.

Se trata de vender una marca que haga saber a la gente que nuestro diferente modelo de vida nos ha hecho crear un sitio radicalmente diferente de otro sitio. Y por eso la gente se va llorando. Porque esto es un sitio diferente.

Con una calidad de vida diferente. Así que, venían llorando y se van llorando porque este es un sitio distinto.

Ahora, es un sitio distinto de cuya gestión se debe encargar el poder público pero de llevarlo adelante tiene que ser el público y el privado. Si la sociedad civil no participa en esto, este proyecto nace muerto. Si la sociedad civil se lo cree, está convencida y decidida a que nosotros tengamos nuestra propia etiqueta, a que nuestra marca responda a la Extremadura de hoy y no a la Extremadura de ayer, estaremos consiguiendo, al final, la segunda marca para cualquier empresario o para cualquier creador en Extremadura. Y la segunda marca viene muy bien, si somos capaces de prestigiarla.

Y hay ejemplos de segundas marcas unidas a territorios: la moda italiana, el perfume francés, los relojes suizos. Basta que a alguien le diga que este reloj es suizo, ya eso es la segunda marca. ¿Quién es el fabricante? No importa, es suizo, es bueno. ¿Quién es el fabricante de este perfume? No importa, es francés, es bueno. ¿Quién es el fabricante de esta corbata? No importa, es italiana, es buena.

Y al socaire de la segunda marca se cuelan muchas, muchas. Y ya lo hemos conseguido, perdón por la reiteración, con el jamón. Vamos a conseguirlo con más cosas, segunda marca. Para que al socaire de esa segunda marca que es Extremadura, que es nuestra mejor marca, lo único que tenemos, es lo único que tenemos, si nosotros la matamos no tenemos nada.

Así que, de nosotros, de ustedes y de nosotros, del poder público pero también de la sociedad depende, en definitiva, que a nuestro territorio se le una, una marca de calidad, de autenticidad, de una forma de vida diferente, de una forma de vida que hemos elegido, que hemos diseñado, que hemos preparado y que hemos conquistado. Ése es el reto. Ése es el desafío. No es una campaña publicitaria, no es vender lo que hemos hecho, no es eso. Es fabricarnos nuestra marca con nuestra propia etiqueta. Ése es el reto. A eso les convoco y a eso me voy a dedicar en este tiempo.

Gracias Diego. Gracias a los expertos, que nos han ayudado muchísimo, y nos van a ayudar. Gracias Pepa, por poner la cara y tu sabiduría en esta presentación de un proyecto que sólo ha hecho que empezar. Es largo y seguramente nuestros hijos pueden ver los resultados, si nosotros nos atrevemos y somos valientes. Gracias