

Entrevista con el canciller Marcelo Ebrard Casaubon

Por Alejandro Alday

En esta entrevista con Alejandro Alday, director general del Instituto Matías Romero, el secretario de Relaciones Exteriores Marcelo Ebrard habló sobre la promoción económica, turística y cultural de México en el exterior y sobre el papel que desempeñará en ella la Cancillería mexicana.



Entrevista con el canciller Marcelo Ebrard Casaubon

Por Alejandro Alday

Alejandro Alday: ¿Cuáles considera que son los aspectos fundamentales de una agenda de promoción nacional integral?

Marcelo Ebrard Casaubon: El presidente Andrés Manuel López Obrador ha dejado muy claro que la política internacional se funda en la eficacia y prestigio de la política nacional interna. En ese sentido, la fortaleza de nuestra presencia en el ámbito global estará dada por el avance interno. La Cuarta Transformación tiene como misión, al asumir el mandato que un sector mayoritario de la sociedad mexicana le otorgó, sentar las bases de una nueva nación en la que la transparencia, el combate a la corrupción, la honestidad, la austeridad y elevar el nivel de vida de la población sean una realidad.

Todo ello ha llevado a un replanteamiento de nuestra interlocución con el exterior, comenzando por el término *promoción* en el imaginario reciente, vinculado a una serie de entidades sumamente costosas cuyos resultados no necesariamente se tradujeron en un crecimiento nacional y en una distribución equitativa de la riqueza.

Con la desaparición de dichas entidades, el esfuerzo será de todos. De manera conjunta, el Ejecutivo federal, los poderes de la Unión, los Gobiernos estatales y municipales, la iniciativa privada y los actores no gubernamentales nos haremos cargo de llevar este nuevo modelo más allá de nuestras fronteras.

Alejandro Alday: ¿Cuál es el papel de la Cancillería en la instrumentación de la nueva estrategia de promoción económica?

Marcelo Ebrard Casaubon: Tenemos que estar conscientes de los nuevos retos que enfrentamos en esta materia. Innovando, aprovechando el potencial de nuestra diplomacia y sumando esfuerzos lograremos el objetivo de incrementar el contenido nacional de las exportaciones, aumentar la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en mercados globales, diversificar los productos y mercados, y atraer inversiones.

La colaboración entre la Secretaría de Economía (SE) y la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) es primordial en el nuevo despliegue de México para la difusión de nuestros atractivos económicos y el acercamiento con potenciales inversionistas.

Dentro de la estrategia de #DiplomaciaPublicaMX destaca un esquema innovador que es #DiplomaciaEconomicMX, en el que participan de manera entusiasta la secretaria de Economía Graciela Márquez, así como la Subsecretaría de Negociaciones Económicas Internacionales y la Unidad de Inteligencia de Promoción Global de la SE. La Subsecretaría de Asuntos Multilaterales y la Dirección General de Impulso Económico Global se suman a este esfuerzo.

En este nuevo esquema, trabajamos de manera estrecha con la iniciativa privada para generar actividades estratégicas que contribuyan a una economía mexicana más incluyente, diversa e innovadora.

México cuenta con un Servicio Exterior de calidad y preparado para la difusión de nuestros atributos económicos, para establecer vínculos con inversionistas y llevar a las empresas mexicanas al ámbito global. Así lo ha demostrado a lo largo del tiempo.

Alejandro Alday: ¿Cuáles considera que son los aspectos fundamentales de una agenda de promoción económica integral?

Marcelo Ebrard Casaubon: Nos hemos dado a la tarea de llevar al mundo los atributos económicos de nuestro país y dar a conocer el potencial que representa México para las inversiones.

A través de #DiplomaciaEconomicMX buscamos incrementar el contenido nacional en las exportaciones, cooperar en la internacionalización de las empresas mexicanas, diversificar los productos y mercados de las exportaciones y atraer más inversión extranjera de calidad.

Asimismo, nuestra meta es aumentar el alcance de los recursos mexicanos a la luz del cambio tecnológico acelerado y de la digitalización de los servicios, proteger las reglas de denominación de origen, propiedad intelectual y patentes, y poner de manifiesto nuestro compromiso con el desarrollo sustentable.

Dentro de los esfuerzos que hemos llevado a cabo y habremos de proseguir en años futuros destaca la generación de información relacionada con el desarro-

llo comercial y económico, la facilitación de contactos en los sectores público y privado y el cabildeo activo en nombre de empresas y emprendedores en foros multilaterales.

Todo ello será posible, como se ha dicho anteriormente, con el concurso del Gobierno, estados, municipios e iniciativa privada.

Alejandro Alday: ¿De qué forma el turismo puede ayudar a fortalecer la imagen de México en el mundo y potenciar el desarrollo del país?

Marcelo Ebrard Casaubon: La imagen de México se puede ver fortalecida con un turismo sustentable, incluyente, inteligente y diversificado que conecte al país con el mundo y viceversa.

Se requiere un turismo consciente del medioambiente, de su población y de la ubicación geopolítica privilegiada de nuestro país. Esto puede fortalecer nuestra posición como referencia y potencia turística en el mundo y constituir un factor de crecimiento económico.

México tiene una gran riqueza turística, construida por su historia, tradiciones, colores y sabores, elementos que nos han posicionado como uno de los países más visitado del mundo.

Como lo he mencionado, hemos desplegado la estrategia #DiplomaciaTuristicaMX, en la que la Secretaría de Turismo, su titular Miguel Torruco, y la Subsecretaría de

Calidad y Regulación de esa dependencia, así como esta Cancillería, aprovecharemos el potencial de nuestro país y el liderazgo que tenemos en América Latina y el Caribe para hacer de este sector un modelo de desarrollo.

El turismo es clave en la estrategia económica, considerando la conectividad e infraestructura con la que cuenta, así como la derrama económica que representa. En este sentido, la política turística debe acompañarse de políticas de vivienda, empleo, servicios y calidad de vida para todos los rincones del país.

Es importante contar con un crecimiento ordenado que involucre a la sociedad civil y sectores empresariales en la generación de oportunidades de empleo, en la creación y mejora de infraestructura de los servicios, la integración de las regiones con menor crecimiento económico, una estrategia de seguridad, la generación de incentivos para la sustentabilidad y la competitividad de los destinos, así como el incremento de la calidad de vida de la población.

Alejandro Alday: ¿Cuál es el México que la Cancillería quiere promover en el mundo?

Marcelo Ebrard Casaubon: Debemos estar conscientes de que México es un país con una sólida base democrática, sumergido en irreversibles procesos de modernización. Es hoy una nación confiable para las inversiones, con enormes atractivos

para los capitales externos, que la perciben como una tierra de oportunidades por nuestra ubicación geopolítica. México es un país incluyente, en el que todos los actores políticos, sociales y económicos son tomados en cuenta, en el que todas las voces son escuchadas.

En la Cancillería estamos conscientes de que representamos a los tres niveles de Gobierno y a los tres poderes de la Unión. Abrimos espacios de diálogo para las empresas mexicanas con vocación internacional y brindamos apoyo a los actores no gubernamentales que buscan trascender más allá de nuestras fronteras.

México vive actualmente una de las principales y más profundas transformaciones de los últimos tiempos. Explicar al mundo la trascendencia de nuestro cambio y los retos que estamos enfrentando, como el combate a la corrupción, la austeridad y el mejoramiento de la calidad de vida de los mexicanos, es tarea primordial de quienes tenemos la responsabilidad de llevar la voz de nuestro país al mundo.

Debemos promover a México como lo que es hoy: un país diverso, rico en recursos naturales y culturales, con gente honesta y cálida, con una posición geopolítica privilegiada y un Gobierno progresista, que tiene al desarrollo de la persona como eje central de sus acciones.

México debe ser percibido como un país vinculado históricamente con el mundo, una potencia emergente, insertado plenamente en América del Norte,

iberoamericano por excelencia, que da la cara al Pacífico y al Atlántico, que pertenece por naturaleza a América Central y el Caribe, con un incuestionable liderazgo en América Latina y una de las naciones más relevantes para el idioma español. Somos al mismo tiempo indígenas, afrodescendientes y mestizos, con herencias judaicas e islámicas.

Basta ubicar a México en el mapa para darnos cuenta de nuestra privilegiada posición geográfica en el mundo, en donde estamos conectados por mar y tierra con los principales bloques geopolíticos, con quienes estamos listos para mantener los vínculos.

Tenemos que aprovechar el carácter milenario de nuestra historia, la diversidad cultural que el paso de los siglos nos ha dado, el dinamismo de nuestros creadores y el potencial que las nuevas generaciones de artistas representan para esta actividad. En la cultura y el turismo existe un potencial que muy pocas naciones tienen en la actualidad.

Somos un país que protege sus intereses en el exterior, que vela por sus connacionales que se encuentran en otras naciones y que contribuye al diálogo multilateral en todos los foros internacionales.

Somos un país que enfrenta los desafíos con inteligencia y estrategia. Una nación que cuenta con un Gobierno progresista e incluyente que estará a la altura de la confianza que la ciudadanía le brindó.

Alejandro Alday: ¿Qué papel desempeña la cultura para difundir a México en el exterior?

Marcelo Ebrard Casaubon: El sector cultural mexicano tiene en la diplomacia una herramienta para su difusión en el ámbito internacional y para encontrar los canales que le permitan un mejor desarrollo en el plano interno. En la SRE trabajamos para coadyuvar en los esfuerzos del presidente López Obrador para transformar la cultura en un eje de desarrollo para las comunidades y los grupos de creadores que, hasta hace poco, se encontraban marginados.

En este ámbito y dentro de los esfuerzos que realizamos para poner en marcha una activa estrategia de diplomacia pública, trabajamos en el esquema #DiplomaciaCulturalMX, que recobra vital importancia, dado el potencial de nuestro país en este rubro. En este esfuerzo participamos la Secretaría de Cultura y su titular, Alejandra Frausto, y la Dirección Ejecutiva de Diplomacia Cultural de la Cancillería, quienes formamos parte del Consejo de Diplomacia Cultural, uno de los esfuerzos más relevantes de este Gobierno por reforzar la presencia de las enormes riquezas y el genio creador mexicano en el ámbito global.

Uno de nuestros grandes retos en esta nueva etapa es construir un discurso en el que exista un equilibrio entre el pasado, el presente y el futuro del país, diseñar una estrategia que explique su historici-

dad y capacidad de producirse a sí mismo y proyectarse al futuro como una nación vibrante.

Alejandro Alday: Teniendo en cuenta la enorme responsabilidad que ahora tiene la Cancillería en los ámbitos de promoción económica, turística y cultural, ¿cómo se puede aprovechar la amplia red de representaciones diplomáticas y consulares de México?

Marcelo Ebrard Casaubon: Es necesario aprovechar la amplia red de representaciones de México en el exterior. Su distribución geográfica permite a cada órgano analizar la relación desde lo local, identificar temas clave y crear una estrategia para considerar cuál es el lenguaje más adecuado a fin de transmitir el mensaje deseado, por medio de una diplomacia transversal.

Tengamos en cuenta que algunas de nuestras 80 embajadas, 67 consulados, 7 representaciones permanentes y 3 oficinas de enlace tienen oficinas de asuntos económicos, difusión cultural, cooperación educativa, como órganos dedicados a analizar los temas en los que México puede tener mayor relevancia, una presencia más activa e incrementar los vínculos económicos, políticos y culturales.

Alejandro Alday: ¿Cómo considera que la diplomacia mexicana deberá adaptarse para cumplir con estas nuevas tareas?

Marcelo Ebrard Casaubon: La formación inicial y continua del Servicio Exterior Mexicano (SEM) deberá incluir las herramientas adecuadas que le permita establecer canales de comunicación con los nuevos actores que participan en la diplomacia internacional.

Dentro de su formación será fundamental el conocimiento para promover en el ejercicio de sus funciones los valores, principios e intereses nacionales, a través de la vinculación institucional, ubicando a las y los mexicanos en el centro de la formulación de la política exterior.

Uno de los retos que hemos ubicado es la transición de una diplomacia tradicional hacia una diplomacia integradora, orientada a resultados, que implique ajustes, estrategias y acciones prospectivas construidas en colaboración con nuevos actores, entre ellos la sociedad civil, las empresas, los *think tanks* y la academia.

El SEM ha demostrado tener talento y carácter para enfrentar los retos

y cambios que el país y el entorno internacional han vivido en las últimas décadas. Es así como podremos aprovechar su experiencia para adaptarnos, de manera coordinada, a las nuevas exigencias del ámbito nacional y de la esfera global.

Para ello, el Instituto Matías Romero desempeñará un papel primordial. Se reforzarán sus atribuciones en la formación de cuadros con una particular especialización en temas de diplomacia pública y así contribuir a la formulación de una política exterior flexible que considere diversas dimensiones.

Sólo de esta forma México podrá hacer frente a un escenario internacional dinámico y complejo. Sólo así nuestro país podrá contar con un enfoque prospectivo y una serie de herramientas y estrategias sistematizadas para comunicar y responder adecuadamente a las condiciones presentes y futuras. Y repito: el Instituto Matías Romero desempeñará un papel de suma importancia en esta construcción.