

La Capilla siXtina

MULTINACIONAL

Me encontré con esta palabra hace un año y medio: «Empresa multinacional», leí. Seguí leyendo para tratar de enterarme del valor de esta nueva acuñación de la numismática lingüística. Se decía en el artículo que el concepto de empresas multinacionales supera el viejo concepto del inversionismo de capital extranjero, concepto en el que «subyacía un mal disimulado colonialismo». En eso estaba totalmente de acuerdo. Antes las cosas se disimulaban mucho peor que ahora.

Ahora yo creo que la tecnología del disimulo supera a cualquier otra posible tecnología. Veamos si no. Se llama empresa multinacional a una empresa que tiene sucursales en distintas naciones, pero, en definitiva, dependientes y en función del centro emisor metropolitano. Ahora resulta que la Ford quiere poner una fábrica en España, y según el concepto de «empresa multinacional», la Ford será nuestra. Lo que les digo. El milagro español habrá alcanzado la cima de poseer la Ford. Si alguno de ustedes va a Estados Unidos, puede darse una vuelta por la «casa madre», saludar a Henry Ford III, o IV, o el que sea, y decirle: «¡Hola, chico! Venía a ver qué tal me cuidas las propiedades».

La casa Ford quiere establecerse en España, y ha dado unos motivos muy poco disimulados. España es un país cómodo para el inversor, porque la mano de obra sale barata y es una mano de obra que no puede permitirse los lujos agitatorios de otras manos de obra.

Uno sospecha que en este disimulo de las empresas multinacionales, nosotros ponemos el sol, la paz y la mano de obra, y el resto lo pone la empresa con la que nos multinacionalizamos. Pero uno no es nadie para sentar cátedra sobre la cuestión, y fue a consultárselo a un joven economista.

—¿Verdad que eso de lo multinacional es un camelo?

—Según se mire.

—¿Cómo se puede mirar?

—Apártese unos metros.

Me aparto unos metros.

—¿Ve usted la mesa sobre la que pongo los codos?

—La veo.

—¿Qué le parece?

—Muy moderna.

—Exacto. ¿No le inspira confianza? ¿Qué opinaría de mí si me viera acodado sobre esa mesa, por ejemplo?

Me señala la mesa de su secretaria, mucho más roñosa.

—Una catástrofe.

—Pues era mi mesa hasta la semana pasada. Yo era el mismo. La mesa, no.

No entraba mucho en la fábula, y he pedido explicaciones.

—¿Qué quiere decir esta parábola, maestro? ¿Que las empresas multinacionales es un tipo de imperialismo económico con un mejor diseño, mejor estuchado?

—Puede tomarlo usted así. También puede tomarlo por el lado optimista y conceder que, en definitiva, cada cual ponga lo que tiene, y nosotros tenemos sol, tranquilidad y nativos.

—¿Y qué pintan las mesas nuevas en todo eso?

—Las mesas nuevas son para los «managers». No es lo mismo decir: «Fulanito, gerente de la empresa colonizadora ZXY», que decir: «Fulanito, gerente de la empresa multinacional ZXY».

—Entonces, ¿todo es una cuestión de tarjetas de visita y mesas nuevas?

—Por ahí va la cosa.

No faltan «managers» que aseguran un papel promocional a la acción de las empresas colonizadoras. «Gracias a ellas —dicen— se han elevado los sueldos en España. No pagan tanto como a los nativos metropolitanos, pero pagan más que las empresas nacionales».

Yo es que ya ni entro en estas beneficencias. A mí me muele que entremos en la era industrial haciendo el papel de mano de obra barata y bromúrica. Me muele el disimulo de lo multinacional, y a partir de ahora, a cualquier inversor extranjero que se me ponga a tiro le voy a hacer el número de nativo de película norteamericana. Me pondré un taparrabos y le ofreceré, humilde y simpáticamente, mis servicios para llevarle las maletas, la palangana y la pica de su Flandes particular.

SIXTO CAMARA

FEIFFER

