Sangre más densa que petróleo: la nacionalización de Repsol-YPF en las opiniones públicas de España y Argentina

Javier Noya [*]

Tema: ¿Qué impacto ha tenido la nacionalización de Repsol-YPF en las opiniones públicas española y argentina?

Resumen: En este ARI se considera el impacto que ha tenido la nacionalización de Repsol-YPF en las opiniones públicas española y argentina. También se revisa la trayectoria de las imágenes mutuas de España y Argentina y, finalmente, se llama la atención sobre la ausencia de una diplomacia pública española que pueda contrarrestar la propaganda contra España y sus intereses en América Latina.

Análisis: *Introducción*

Este ARI considera el problema de la nacionalización del Repsol-YPF desde la óptica de las opiniones públicas argentina y española. Varios son los motivos que llevan a incluir dicha variable.

No basta con tener en cuenta las estrategias de los líderes argentinos para entender lo que ha pasado. También hay que situar sus acciones en el contexto del descrédito que viven en la actualidad y que les ha llevado a agitar la bandera del antiespañolismo.

En la parte española, hay que entender el insólito respaldo logrado por el gobierno español en su defensa de Repsol. Los españoles son muy tibios en la defensa de las empresas españolas y sus intereses dentro o fuera de casa, y en este caso no lo han sido.

Finalmente, hay que entender la vulnerabilidad de España ante los ataques de los líderes y la opinión pública argentinos en un país en el que llevamos años trabajando. ¿Cómo ha podido pasar esto? ¿Cómo es que la burbuja antiespañola ha podido volver a crecer tanto?

Primero se analiza la percepción española del problema, y después la argentina. En ambos casos se señalan algunas paradojas. Finalmente, se trata de la urgencia de una diplomacia pública española en América Latina.

El apoyo de la opinión pública española a Repsol

Una primera paradoja es la condena tan rotunda y enérgica de la opinión pública española a la expropiación. Según los datos del Barómetro del Real Instituto Elcano (BRIE), realizado entre los primeros días en que comenzó a hablarse del tema hasta el

[*] *Firma.*

día después del anuncio, entre un 80% y un 90% de los españoles consideraban la acción del gobierno argentino un hecho muy grave. Y dos de cada tres españoles esperaban, como así sucedió, que el movimiento argentino deteriorase las relaciones diplomáticas entre los dos países.

Un sondeo posterior de Metroscopia para *El País*, con preguntas similares, también detectaba el enorme malestar que había provocado la ofensiva argentina. En torno al 70% de los españoles se consideraban muy preocupados por el tema.

Hay que subrayar que los españoles en marzo se acababan de pronunciar sobre el contencioso entre el Reino Unido y Argentina por las Falklands/Malvinas. El apoyo a Argentina era igual de contundente que la condena por la nacionalización de YPF. Por lo tanto, el sentimiento que seguramente ahora comparten la mayor parte de los españoles es de "traición": 'nosotros que siempre les hemos apoyado, recibimos ahora este trato", piensa el ciudadano medio español.

En este punto, hay que recordar que es necesario remontarse casi 10 años en el tiempo para encontrar otra acción exterior hostil que recibiese la condena tan clara de la opinión pública española, tan laxa e indefinida en muchas ocasiones en temas de política exterior. Sólo en 2003 la invasión de Irak por parte de la Administración Bush recibió tal grado de críticas como ahora el "robo" de YPF.

Es aquí donde empieza la paradoja. Normalmente los españoles se pronuncian de forma tan clara y contundente ante episodios como la Guerra de Irak. Es mucho más raro este tipo de pronunciamientos en otros ámbitos, y menos en el económico. Así que descartado un movimiento estructural tan rápido en tan pocos días, hay que pensar en factores coyunturales, que no por ser tan profundos son menos importantes.

En primer lugar, acertadamente, la retórica del gobierno español subrayó que el expolio de Repsol era un ataque no sólo a una empresa española sino, sobre todo, a España. Últimamente la desconexión entre la clase política española y su opinión pública es tan grande que parece mentira que el mensaje llegase. Pero lo hizo, ¡y cómo! No era para menos, pues los argentinos no podían haberlo hecho peor.

En segundo lugar, la paradoja se da porque, como todos saben, en la opinión pública española hay una cultura anticapitalista latente, una crítica de los grandes empresarios y de las grandes multinacionales. Ha aflorado claramente en la crisis actual. Por lo tanto, la nacionalización de YPF no tenía por qué provocar una reacción tan unánime ni tan clara en el pueblo español. Pero lo hizo.

¿Cómo explicar este nivel de irritación en el ciudadano español medio? Como ya se ha dicho, están las maneras argentinas y la retórica antiespañola de la presidente, de la nueva Evita Perón. Después, contribuye la defensa contundente y coherente del gobierno español de los intereses de las empresas españolas en el exterior. Pero finalmente, tampoco se debe olvidar el clima de tensión que se vive en España por la crisis económica. Si la cosa ya estaba mal, lo sucedido en Argentina era la gota que colmaba el vaso, y el agua, efectivamente, rebosó.

Por lo tanto, era de esperar una condena del expolio argentino, pero no quizá de la magnitud en la que se produjo si no se hubiesen dado las circunstancias anteriores. Finalmente, hay que subrayar que de todos los países latinoamericanos, hasta ahora por

lo menos, era Argentina el que despertaba mayores simpatías en España. Son muchos los lazos históricos, e incluso de parentesco, que unen a los españoles y argentinos. Ni siquiera esto pudo impedir que tras la nacionalización la imagen de doña Cristina cayese a la altura del betún. De recibir un aprobado en marzo, tras su ataque a Repsol su imagen cayó casi dos puntos, con lo cual se convirtió en otro de los "Anticristos" de los españoles, junto a Putin y Raúl Castro. Si el BRIE hubiese preguntado por Chávez, no cabe duda de que harían una buena pareja latinoamericana.

Repsol y la opinión pública argentina

Cuando hace más de una década las multinacionales españolas comenzaron a desembarcar en América Latina dos periodistas argentinos publicaron un libro de título tan elocuente como falaz: *Los nuevos conquistadores*. Analizaba profusamente "el expolio" de la Argentina por parte de las empresas españolas. Aunque se mencionaban los factores políticos internos, los "malos" de la película eran los avariciosos españoles. La corrupción y la avaricia de los políticos argentinos que privatizaron las empresas argentinas, como Menem, no se denunciaban con la misma contundencia.

Las empresas españolas no entraron con buen pie en una región que además estaba en plena crisis. Era fácil usar a los españoles como chivo expiatorio, toda vez que algunas de ellas tampoco destacaron en aquel momento por sus maneras. Igual que los argentinos expulsaron ahora a los directivos españoles, es cierto que hace una década muchos españoles lo hicieron con los argentinos. Pero las empresas se habían comprado, y no robado, como ahora.

En cualquier caso, los españoles en seguida se dieron cuenta de que algo había fallado y pusieron en práctica programas y acciones para reparar el daño causado en la imagen de España: reclutamiento de directivos nacionales de los países, mejora de unos servicios que habían comprado en un estado deplorable, en muchos casos, y –no se olvide– la responsabilidad social corporativa. El compromiso de las empresas españolas con el desarrollo de los países en los que operaban se puede comparar con el esfuerzo que siempre ha hecho España como país a través de la Ayuda a la Cooperación y el Desarrollo.

En consecuencia, la imagen de España había mejorado en los últimos años en la región, sobre todo a raíz del crecimiento de los países más prósperos. Pero no ese el caso de Argentina, y esa crisis económica e institucional que vive el país es la que explica que haya crecido el antiespañolismo, alimentado por la gasolina de unos líderes tan corruptos como populistas.

La crisis que vive argentina es grave. Desde luego están los problemas económicos en la "eterna promesa" que es Argentina. Mientras todos los países de su entorno crecen, Argentina está varada en su océano de problemas.

La popularidad de la presidente Kirchner tras su reelección cayó en picado por los escándalos de corrupción, pero también por la mala gestión de los graves accidentes en varias infraestructuras de transporte. La tan locuaz y dicharachera presidente argentina en otras ocasiones, enmudeció ante estos luctuosos fenómenos.

¿Qué mejor que una expropiación a una empresa española para recuperar la popularidad perdida? ¿Por qué no resucitar los viejos fantasmas para ganar popularidad y de paso llenar la caja vacía?

Paradójicamente, a todo esto, como sucede en el caso del ciudadano medio español con Argentina, tampoco el ciudadano medio argentino es antiespañol. Más bien, lo contrario es el caso. Garzón es un héroe, por poner un ejemplo, incluso mejor tratado que en España, como se acaba de comprobar. De todos los países de América Latina, Argentina es uno de los que tiene una imagen más favorable de España. No se da allí el factor indigenista como en Bolivia, o incluso México, siempre ambivalente respecto a España.

Así como en otros países hay que hablar de un antiespañolismo latente que se manifiesta con rascar un poco la piel de la opinión pública, en el caso de Argentina hay que hablar de una actitud amable hacia los españoles que hay que tensar mucho para que se convierta en hostilidad. Y eso es lo que han logrado los actuales líderes políticos.

La sangre es más densa que el petróleo, se podría decir parafraseando el dicho inglés: la sangre es más densa que el agua. Los lazos de simpatía y afinidad entre España y Argentina al final se impondrán sobre los intereses espurios de una clase política, la argentina, que ya estaba desacreditada en su país y que con lo que ha hecho se ha desacreditado también fuera.

Los problemas de la diplomacia pública española
Hablando del descrédito de los líderes argentinos, desde luego esa debe ser la línea prioritaria del gobierno español, al margen de las acciones legales y diplomáticas que se puedan emprender ante los organismos económicos internacionales correspondientes, o en ámbitos como la UE. Es necesaria una ofensiva de la diplomacia pública española en todos los países latinoamericanos para dar a conocer la versión española de lo que ha pasado, que coincide con la realidad: un expolio.

El único problema es que como hasta ahora España no le ha visto las orejas al lobo, no había puesto en marcha la maquinaria para contrarrestar este tipo de ofensivas. La Ayuda Oficial al Desarrollo y la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas muchas veces no han tenido todo el impacto que debieran porque la diplomacia pública y económica no ha acompañado esos esfuerzos.

España debe aprender de lo ocurrido y comenzar a desplegar esa diplomacia pública en una región en la que se puede producir un efecto contagio porque por desgracia demás de Kirchner están Chávez, Ortega y otros. No hay tiempo que perder porque ya se ha visto cómo se las gastan estos líderes cuando pasan por problemas.

La sangre es más densa que el petróleo y la simpatía hacia España puede ser muy fuerte, pero en contextos políticos y económicos y adversos, se debe estar preparado para contrarrestar campañas antiespañolas en las opiniones públicas latinoamericanas. Y el hecho es que España no está preparada.

Hay que desacreditar a Kirchner en Argentina, y se puede hacer porque no toda su propia opinión pública la apoya. Y hay que afear su comportamiento en todos los países en los que otros líderes de su calaña pueden pensar en maniobras parecidas. También hay que comunicar a la opinión pública latinoamericana en su conjunto que España no es la nueva “conquistadora” que quieren pintar algunos.

Por todo lo anterior, los españoles deben espabilar y comenzar a armar ese aparato de diplomacia pública preventiva que evite que se extiendan en las opiniones públicas

americanas imágenes que después aprovechan líderes oportunistas para lanzar ataques contra España. Y cuando se produce una ofensiva contra España y sus intereses, ese mismo aparato de diplomacia pública debe estar preparado para contrarrestar la propaganda antiespañola con los datos y la realidad de lo que ha hecho España por la región. Después, ya sólo hace falta esperar a que la sangre vuelva a fluir y desplace al petróleo.

Conclusiones: En este análisis se ha revisado el impacto de la nacionalización de Repsol-YPF en la opinión pública española y argentina. En ambos casos, factores coyunturales han acentuado las reacciones negativas propiciando un clima enrarecido que ha hecho que se estropee el clima de mutuo entendimiento entre los pueblos.

En este sentido, se ha revisado la trayectoria de las imágenes mutuas de España y Argentina. La coyuntura actual es crítica, pero es probable que al final los lazos de simpatía se impondrán sobre los problemas coyunturales. La sangre es más densa que el petróleo.

Ahora bien, para que esto se produzca España también debe ser más activa en su comunicación en la región, y por eso se llama la atención sobre la ausencia de una diplomacia pública española que pueda contrarrestar la propaganda contra España y sus intereses en América Latina.

Javier Noya
Investigador principal de Imagen Exterior de España y Opinión Pública, Real Instituto Elcano