

España en webs y blogs económicos internacionales en el verano de 2012

*Juan Pizarro**

Tema¹: En el contexto de un análisis más amplio de la forma en que los medios de comunicación han tratado la “crisis de deuda” española durante los meses de junio y julio de 2012, este ARI se centrará en el discurso generado por los *blogs* de temática económica en lengua inglesa para comprobar si estos formatos, algo más alejados de los llamados medios tradicionales, han ofrecido un discurso diferenciado.

Resumen: Entre los meses de junio y julio se ha vivido lo que se ha interpretado como un importante deterioro de la imagen de España en el extranjero, tanto en los medios de comunicación como en la opinión pública. Al ahondar en el discurso de los *blogs* anglosajones sobre economía se ve que, en realidad, solamente puede haber empeorado la imagen del sistema bancario, pues el resto de sectores económicos no han sido apenas mencionados. De hecho, si bien ha disminuido la confianza en las instituciones y el gobierno del país a causa de la crisis, no se ha encontrado una peor imagen de los españoles en el resto de los aspectos que tienen relación con su cultura.

Análisis: En el reciente informe de Javier Noya y Fernando Prado sobre la reputación de España en el G-8 se ha podido observar cómo la valoración de España ha caído principalmente en cuestiones económicas e institucionales. Sin embargo, es importante analizar más profundamente de qué forma se ha tratado la cuestión económica en los medios especializados de Internet entre los meses de junio y julio de 2012, cuando se considera que la crisis de deuda y posterior rescate europeo empeoraron significativamente la imagen de España en el exterior.

En este análisis se ha buscado comprobar si el discurso relativo a España variaba entre los medios tradicionales y aquellos que son puramente digitales, y no meras digitalizaciones de la prensa. Con esto se quiere remarcar que no se han tenido en cuenta las versiones digitales de los periódicos de habla inglesa, pero sí los *blogs* que se encuentran en sus portales, así como los *blogs* oficiales de diferentes *think-tanks* o *blogs* personales de

* Colaborador del Grupo de Investigación del Observatorio Marca España (OME), Área 2: Análisis de Internet.

¹ Adelanto de publicaciones del Observatorio Marca España (OME).

expertos económicos. La prensa tradicional ha sido tratada en el ARI que Daniel Ramírez Smith ha preparado para estas mismas fechas y cuya lectura se recomienda para un mejor entendimiento del tema que se trata.

Por otro lado, se realizará además una diferenciación entre aquellos que tienen más presencia en EEUU y aquellos del Reino Unido, pues si bien no se puede estar seguro de la nacionalidad de los lectores de un medio que se publica a través de la red, las diferencias en el discurso –como se verá– son claras en lo referente a Europa.

No ocurre lo mismo en lo referente a España, no existiendo grandes diferencias ni entre EEUU y el Reino Unido ni entre los medios tradicionales y los *blogs* económicos, que no han sido menos severos con España que la prensa. De hecho, el termino rescate es utilizado con mucha mayor frecuencia en los *blogs* del Reino Unido que en su prensa, aunque la mayoría de indicadores comunes nos hacen pensar que no existen mayores diferencias entre unos y otros medios.

En general, la imagen económica de España es mala y está asociada prácticamente en exclusiva a las dudas sobre su sistema bancario, que monopoliza el discurso sobre ésta en los *blogs* económicos, mientras que el resto de sectores económicos son ignorados. Las energías renovables son mencionadas en un único artículo (a principios de junio) y en ninguno el turismo. La construcción, aunque es mencionada, lo es únicamente para retratar sus excesos en el pasado y no su situación actual.

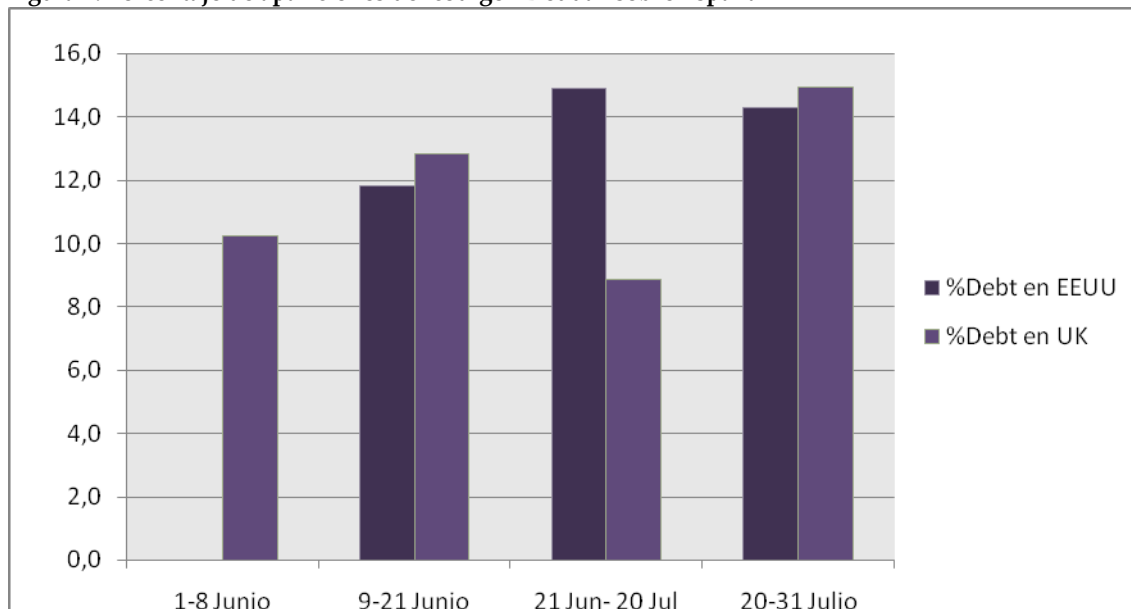
Solamente Europa es asociada con España a niveles similares a los de los bancos y respecto a ella sorprende como es relacionada más a menudo con la crisis que la propia España. Si bien España aparece como culpable (más para los *blogs* británicos que para los de EEUU) en gran parte de la crisis europea, se trata de una crisis de Europa como sistema político y del euro como sistema económico. En los *blogs* del Reino Unido se hace hincapié en cómo ciertos países son responsables de esta crisis y no toda la Eurozona, si bien esto puede ser entendido como una estigmatización de los países del sur por parte de los medios del Reino Unido frente a los estadounidenses, también es posible entender que la mayor cercanía de los primeros obligue a explicaciones más detalladas, mientras los medios del otro lado del Atlántico se pueden permitir una mayor generalización. Por lo demás, el discurso en los *blogs* económicos de uno y otro lado del Atlántico es muy parecido, y muy similar también al de la prensa tradicional.

Otra de las diferencias es meramente estacionaria y se sitúa en el período de “calma” que se puede considerar entre el 21 de junio, fecha en que se concretó la cantidad del rescate, y el 20 de julio, momento en el que el rescate de las Comunidades Autónomas volvió a crear un giro discursivo. En este período, no sólo se reducen significativamente las referencias a España en los *blogs* anglosajones, representando menos de la mitad que durante el resto del período de estudio equivalente en duración (30 días de un total de 61), sino que también se relaja la relación entre España y los mercados, la crisis y los bancos. Aumentan todos los indicadores solo en su relación con el concepto de Europa, donde sigue siendo

un factor vital de la crisis y por que se sigue hablando de las condiciones del rescate, que lógicamente están impuestas por Europa.

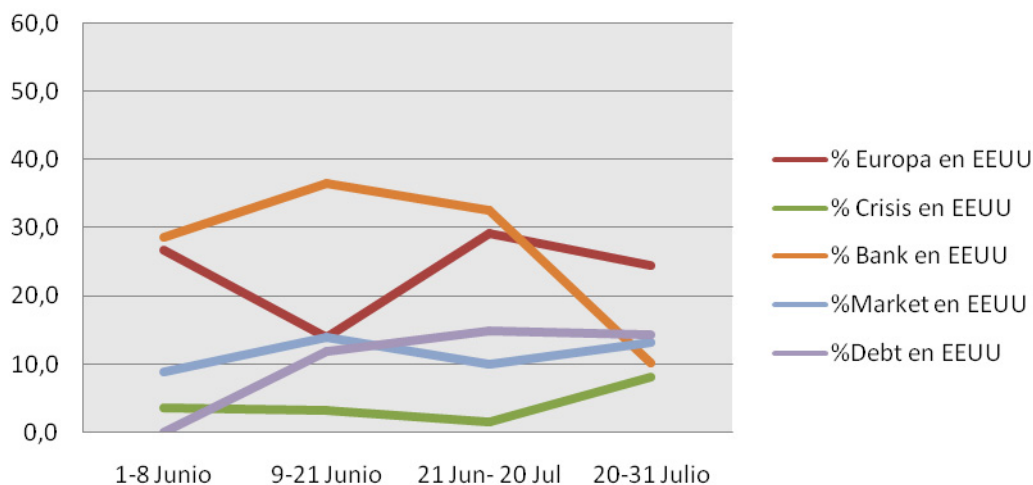
No obstante, la mayor parte de este descenso se produce en los *blogs* del Reino Unido, donde solo se producen una quinta parte del total de referencias durante el período, aunque en los de EEUU también se reducen considerablemente a pesar de que en menor proporción. Esta diferencia radica principalmente en que, mientras en los *blogs* del Reino Unido se da un alejamiento entre los códigos “Deuda” y “España”, en EEUU no solo no se reduce la relación entre ambos, sino que aumenta. Por otro lado, con anterioridad al reconocimiento por parte del presidente del gobierno de que se había realizado una petición de rescate, en los *blogs* estadounidenses no se registraron análisis sobre la deuda española, aunque si sería mencionada en resúmenes de prensa que, por motivos metodológicos, han quedado fuera de este análisis.

Figura 1. Porcentaje de apariciones del código “Deuda” sobre España



Así, mientras que en EEUU se seguía hablando de la deuda española y se ponía en duda la capacidad del rescate para acabar con la crisis de deuda, temiendo que la economía española no fuera capaz de recuperarse a tiempo para pagar los intereses de la misma, en el Reino Unido se interrumpían las referencias a España para hacerlo sobre la crisis europea en general y sobre la relación de España y Alemania. De nuevo, esto es explicable por la cercanía del Reino Unido al tratar aspectos de política interna de la UE.

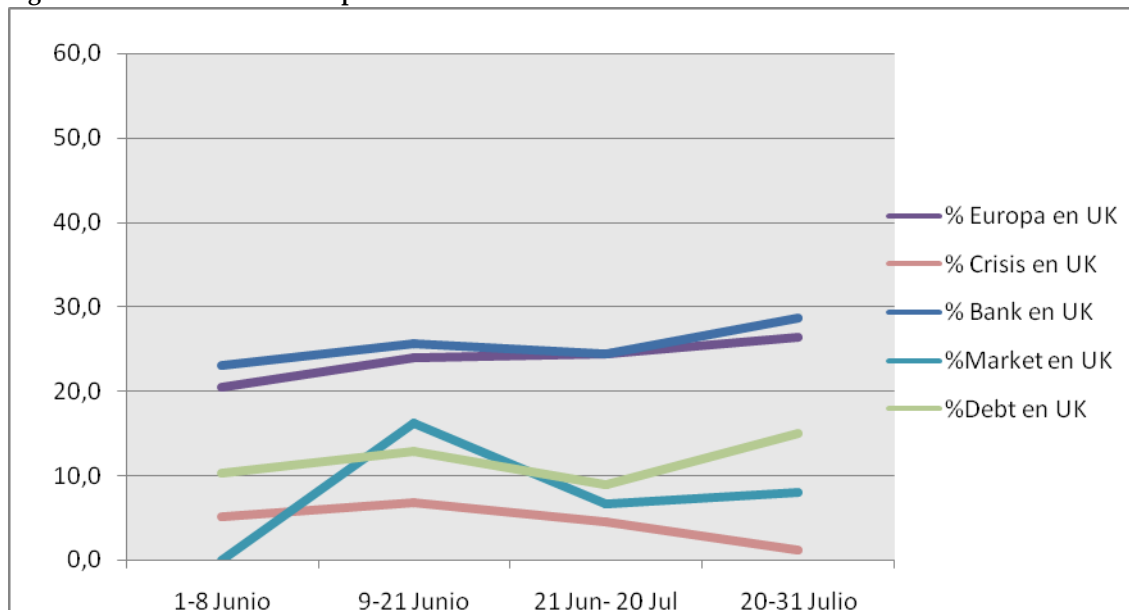
Figura 2. Evolución durante el período de estudio en EEUU



Pero esta diferencia en el trato solo durará hasta que aparezca en escena la deuda de las Comunidades Autónomas, momento en que ambos discursos volverán a converger en su crítica a la gestión española y politización del sistema bancario. De hecho, será en este último período cuando se comience en EEUU a hablar de crisis con mayor fuerza relacionándola con España.

Una vez los gobiernos autonómicos empiezan a pedir rescates al Estado, se ve de nuevo un discurso muy negativo sobre la economía española, aumentado la relación que se hace de España con la crisis en ambos países y llegando esa a sus máximos en el período de estudio. La deuda de las Comunidades Autónomas supone un lastre para la credibilidad de España como sistema político y para la confianza en su recuperación económica aunque el término será usado más por los medios británicos, que además seguirán hablando de los problemas del sector bancario mientras que en EEUU ya no se hablará tanto de ellos.

Figura 3. Evolución durante el período de estudio en el Reino Unido



En general, es aplicable la máxima “*no news is good news*”, puesto que a mayor número de referencias a España en los medios digitales, peor era representada. Sin embargo, cuando se hablaba poco se hacía de una forma menos agresiva. Otro de los factores que llama la atención es la nula repercusión que han tenido en los *blogs* anglosajones los recortes que ha efectuado el gobierno español en sus presupuestos. Aun cuando en EEUU se realizan multitud de análisis dudando de la capacidad de la economía española para salir de la crisis, y concretamente del gobierno español para pagar la deuda, no se tratan los recortes presupuestarios de julio en absoluto, ni para analizar sus posibles repercusiones en el mercado interior español ni mucho menos para alabar al gobierno por sus intentos de reducir el déficit.

Conclusiones: No existen diferencias notables entre la valoración de los medios digitales y los de la prensa tradicional, aunque sí se pueden apreciar entre los medios estadounidenses y los provenientes del Reino Unido, que fueron algo menos críticos con la viabilidad del rescate mientras que resaltaron más el papel de España en la crisis europea. Para ambos, sin embargo, la importancia de España radica en su relación con Europa y el euro, ya que ambos atraviesan una crisis que puede afectar de forma sustancial a la economía mundial. Si bien la prensa tiende a resaltar las características negativas en los períodos de crisis, no parece que esta representación negativa de España por parte de los medios vaya a ser duradera, una vez la situación económica mejore u otra economía pase a estar en el ojo del huracán. Siguiendo esta misma lógica, se podría recomendar el uso de estrategias contracíclicas a fin de aprovechar los períodos de calma para lograr una mayor repercusión en las estrategias de comunicación pública.

Juan Pizarro

Colaborador del Grupo de Investigación del Observatorio Marca España (OME), Área 2: Análisis de Internet.

Nota metodológica

Este análisis es el resultado de los primeros datos de un estudio exploratorio sobre los *blogs* económicos anglosajones, que es el primero de los pasos que se han tomado para un estudio más profundo sobre la imagen de España en la red. Si bien ya se ha explicado en el cuerpo del análisis por qué se han elegido los *blogs* de temática económica como primer objeto de estudio, es importante aclarar algunas de las decisiones metodológicas que se han tomado para una mejor comprensión del mismo.

Se han tomado como referencia diferentes listados y rankings de *blogs* y realizado una búsqueda exhaustiva en la red, dejando una lista final de cerca de 300 *blogs*. Esa lista inicial fue purificada hasta poco más de 100 una vez se eliminaron duplicados y cerrados.

Una segunda revisión dejó nuevos negativos por no actualizar en los últimos meses que se habían escapado entre los cerrados, pero sobre todo una gran cantidad de *blogs* que no hacían referencia alguna a España durante los meses de junio y julio. Esto ha sido por ser principalmente *blogs* no dedicados a la economía política o estar centrados en los mercados nacionales. Han quedado unos 30 *blogs* a analizar, siendo la mayor parte de ellos británicos.

Como ya se ha mencionado, se ha querido diferenciar el contenido que se prepara específicamente para ser publicado por Internet de las reseñas o digitalizaciones de prensa. Por ello, se han eliminado manualmente las entradas que hacían resúmenes de prensa, aunque no aquellas que hacían reflexiones a raíz de artículos. Esta decisión ha tenido el efecto secundario de sobre-representar los análisis o artículos sobre las noticias.

Finalmente, para el análisis se ha recurrido a seguir la incidencia de ciertos códigos en el texto, puesto que en este análisis exploratorio la intención era la de establecer si existía una diferenciación clara con el discurso periodístico. Se han utilizado los mismos que preparó Daniel Ramírez Smith para la prensa tradicional de EEUU y el Reino Unido. Es el análisis de la incidencia de dichos códigos lo que da forma a este ARI.