

La imagen de España en la prensa internacional: diciembre de 2012

Daniel Ramírez Smith | Colaborador del Grupo de Investigación del Observatorio Imagen de España (OIE).

Tema

Este ARI presenta los resultados obtenidos del estudio científico del discurso realizado a la prensa extranjera con el fin de poder reconstruir la imagen proyectada de España por dichos medios durante el mes de diciembre.

Resumen

En el mes de diciembre el discurso de la prensa extranjera ha sido especialmente negativo y ciertamente ha empeorado con respecto al mes de noviembre. Esto se debe fundamentalmente a tres elementos: (1) el rescate a la banca, lo cual reaviva el discurso en torno a la banca española propio del verano junto a explicaciones e interpretaciones negativas de por qué necesita un rescate el sector; (2) el efecto contagio de la crisis política italiana por la dimisión de Mario Monti; y (3) una revisión del año 2012 y proyecciones futuras de 2013 de cara a la crisis. Todo ello ha constituido una imagen de situación de riesgo que conlleva la idea de una necesidad imperiosa de solicitar el rescate completo. Por otro lado, sí se ha proyectado una imagen positiva de España como miembro de Europa, lo cual resulta en una concepción, aunque debilitada, estable y constante en el camino para salir de la crisis. Al contrario que en meses anteriores en los que el Reino Unido y EEUU proyectan una imagen negativa, Alemania y Francia una imagen relativamente buena y China y México presentan una imagen positiva, en diciembre China es la única que ha presentado un discurso positivo pues el resto de países han optado por una imagen negativa.

Palabras clave

España, Bancos, Crisis, Europa, Bankia, Septiembre, Austeridad, Rescate, Huelga, Monti, Rajoy.

Análisis

Discurso negativo: el Reino Unido

La imagen de España que han presentado los medios británicos sigue siendo primordialmente negativa, pues un 19,35% de las noticias han sido positivas, frente a un 45,16% de noticias negativas (el 35,48% restante son noticias asépticas). Sin embargo, los medios británicos (especialmente el *Financial Times*) han presentado un discurso mucho más moderado, incluso positivo en ocasiones, que en los meses anteriores. El incremento considerable de las noticias en clave aséptica es prueba de ello. Esto se debe a un nuevo viraje discursivo respecto a Europa y a España en relación a la crisis; los medios británicos han adoptado una perspectiva longitudinal y hacen una revisión del año 2012 en materia económica. La conclusión a la que llegan es que las predicciones de que Europa y España se iban a desmoronar han sido equívocas y ha sido un error por parte de los inversores y

economistas no saber hacer una lectura económica mejor. El error de la predicción se explica por las medidas tanto políticas como económicas empleadas para combatir la crisis, las cuales se conciben como que están teniendo efecto. La visión negativa respecto a Europa prácticamente se disipa, lo cual resulta en beneficio para la imagen de España. Es muy importante señalar que este es el punto principal que hace que en el mes de diciembre se separen los análisis del discurso de EEUU y del Reino Unido, puesto que divergen ampliamente. He aquí una cita que representa dichas ideas:

“Los expertos británicos y americanos han malinterpretado la política europea. Hace un año la eurozona se aproximaba al abismo a gran velocidad. El temor a que la unión monetaria estuviera al borde de la ruptura era generalizado. Los costes de financiación españoles, italianos y griegos se dispararon. Mario Draghi, nuevo Presidente del Banco Central Europeo, descartó actuar como prestamista de última instancia para los gobiernos. Pero a quienes apostaban por la desaparición de la eurozona les esperaba una decepción. El hecho de que la eurozona siga vivita y coleando a finales de 2012, con sus 17 miembros aún intactos, pone de manifiesto hasta qué punto malinterpretaron la política europea los expertos británicos y americanos” (*Financial Times*, 12/XII/2012).

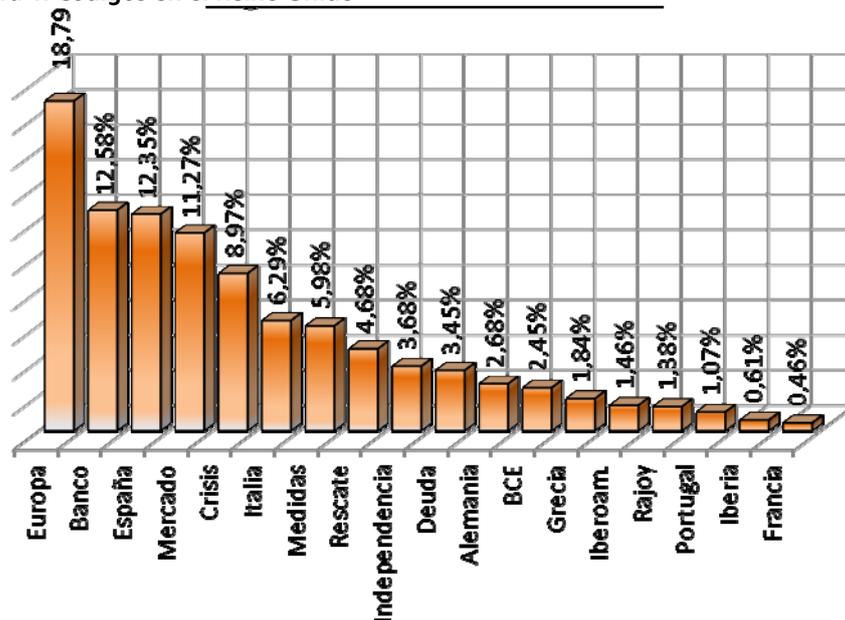
Esta postura respecto a Europa y España es propia de mediados del mes en el que, bajo la influencia de buenos datos de mercado y una pérdida de intensidad del temor a las consecuencias de la dimisión de Mario Monti, se proyecta una imagen positiva de España. Se compara con el caso de la crisis china de finales de los 90, la cual se encontraba en situación de dar un esfuerzo final para salir de la crisis, situación en la que se concibe que se encuentra España.

“Los forasteros huelen oportunidades en la periferia de la zona euro. Italia está volviendo a la lista de la compra de los inversores extranjeros, y España puede no estar muy lejos. Hasta ahora, el impulso ha sido dirigido por las promesas –no probadas– del BCE de que actuaría en caso de emergencia. La confianza también se ha construido sobre el mayor control de los gobiernos sobre las finanzas públicas” (*Financial Times*, 18/XII/2012).

Sin embargo, la luz al final del túnel se vuelve más pequeña a finales de mes cuando el flujo discursivo señalado pierde fuerza para abrir paso a un discurso negativo y evocador de una situación de riesgo. Se vuelve al discurso en el que las medidas son insuficientes e inadecuadas, la actuación de los políticos lenta, en especial en España, y las predicciones de la situación e indicadores económicos, negativos. Alemania es la principal promotora del curso erróneo, el de la austeridad, el cual está teniendo consecuencias políticas, económicas y sociales muy graves.

En la Figura 1 se ve que por las razones señaladas en los párrafos anteriores, el código “Europa” obtiene una puntuación del 18,79%, lo cual significa que de todas las palabras empleadas por los medios ingleses, el 18,79% de ellas hacen alusión a Europa y los principales organismos de la misma. También hemos de incluir en este polo discursivo respecto a Europa, España y la salida de la crisis a otros códigos: “España” (al menos parcialmente), “Crisis”, “Medidas”, “Rescate” y “Deuda” entre otros.

Figura 1. Códigos en el Reino Unido



En cuanto al resto de temáticas, vemos que el código “Banco” tiene gran peso. Ha sido el segundo conjunto temático que más impacto ha tenido en la prensa británica (después de la revisión a la crisis, a España y a Europa señalada anteriormente). El discurso en torno a los bancos ha sido negativo; el rescate a la banca, a pesar de no tener un peso excesivo en sí mismo, ha reavivado el discurso propio del verano en el que se hacía especial hincapié en la situación de los bancos españoles y el *boom* inmobiliario, el cual se concibe como una irresponsabilidad y bajo una óptica de falta de transparencia. El discurso en torno a Bankia es especialmente destacado en este ámbito, sobre todo tras el conocimiento de las pérdidas sufridas a finales de año. Por otro lado, también ha reavivado la posible necesidad de España de pedir el rescate completo, lo cual ha conllevado una mala imagen de España en este asunto. He aquí un ejemplo:

“En España, los bancos han recibido críticas por vender productos complejos y de alto riesgo, tales como acciones preferentes, a través de sus sucursales. En un caso, Caixanova, caja de ahorros que fue absorbida por el banco nacionalizado Novagalicia, infringió las directrices de la CNMV por vender acciones preferentes complejas a clientes que eran analfabetos y durante un periodo de cinco años. Muchos clientes firmaron papeles sin entender lo que decían” (*The Times*, 12/XII/2012).

Por último, el tercer gran pilar discursivo en la prensa británica ha sido la situación de riesgo generada por la dimisión de Mario Monti, la cual también ha llevado aparejada la idea de la necesidad de España de pedir el rescate y de la irresponsabilidad que está cometiendo Mariano Rajoy al no pedir dicha ayuda.

Discurso negativo: Alemania y Francia

A lo largo de los últimos meses, los medios franceses y alemanes, generalmente y en comparación al resto de países estudiados, han presentado un discurso mayoritariamente positivo sobre España. Si bien es cierto que ambos han sido críticos en cuanto a temáticas sociales (sobre todo Francia), como las protestas o el estatus laboral de los españoles, en el terreno económico y en la política económica han mostrado una imagen positiva y en

armonía con una UE fuerte y capaz. Sin embargo, este mes hemos de tratar a Francia y a Alemania bajo una calificación de discurso negativo sobre España. Así podemos verlo en la siguiente distribución:

Figura 2. Noticias sobre España en Francia y Alemania (%)

Noticias	Positivas	Asépticas	Negativas
Francia	16,00	36,00	48,00
Alemania	23,33	26,67	50,00

Para ambos países el código más importante ha sido "Banco", con una puntuación del 14,30% para Alemania y del 24,68% en el caso francés. Esto quiere decir que de todas las palabras empleadas, el 14,30% y el 24,68% respectivamente aluden a los bancos, movimientos de éstos y a la política que les concierne. En este caso, aquello que más impacto ha tenido en estos medios europeos no ha sido el rescate bancario, lo cual se puede explicar debido a la gran cobertura que se hizo en verano cuando se solicitó dicha ayuda; en su lugar se ha prestado más atención al desarrollo de Sareb, a la situación económica de los bancos españoles (especialmente Bankia y el *boom* inmobiliario) y a la unión bancaria.

Respecto al rescate bancario, se considera que Rajoy ha actuado con lentitud, lo cual ha acabado en detrimento de la economía y el sistema bancario; una actuación más rápida hubiera minimizado los daños y costes tanto sociales como económicos. Por otro lado, se vuelve a hablar de la nacionalización de Bankia y resto de actuaciones respecto a dichos bancos, los cuales tampoco han sido vistos con buenos ojos. También se muestra una dependencia de España respecto de la UE y el BCE, pues sin éste último en especial, España no se puede valer por sí sola. He aquí un ejemplo:

"La pregunta es por qué Madrid ha tardado tanto en solicitar la ayuda, por qué en contra de todas las promesas, no se ha liquidado ordenadamente ni un solo banco y por qué tienen que ser precisamente los contribuyentes europeos los que deban pagar la cuenta. Si el presidente del gobierno Rajoy hubiese actuado con más rapidez y si, ante todo, hubiese recurrido primero a los acreedores de los bancos, probablemente no habría hecho falta ayuda del MEDE" (*Suddeutsche Zeitung*, 5/XII/2012).

En relación al "banco malo", éste se ha presentado bajo una óptica de demasiado riesgo y de alta complejidad. En especial, no se ha visto bien que el BBVA decidiese no participar finalmente. Este polo discursivo se diluye significativamente en cuanto la Sareb consigue una financiación completa, aunque fuese mayoritariamente interna. Por otro lado, donde más se ha mostrado una imagen negativa de España en estos medios ha sido en relación a la política, los bancos españoles y el *boom* inmobiliario: se ha proyectado una imagen de irresponsabilidad política, incluso de oscurantismo con retazos de corrupción en cuanto a esta temática. Es destacable también la concepción de que el rescate a la banca es un lastre para la UE, algo que se relaciona y denuncia junto a la irresponsabilidad de la supervisión de España a su sistema bancario.

En este ejemplo concretamente se hace alusión a la operación Crucero como representación de la faceta discursiva mencionada:

"La operación 'Crucero', si desemboca en la condena de Díaz Ferrán, tiene todos los ingredientes para erigirse en símbolo. Símbolo de un país corroído por la corrupción

en el que, según los expertos, la economía sumergida representaría el 20% del PIB. Símbolo también de la locura de los grandes que ha marcado las maniobras de los hombres españoles hechos a sí mismos durante el 'boom' de finales de los años 1990 y comienzos de los 2000, antes de que cayeran hasta lo más bajo. Símbolo, finalmente, de la frivolidad, si no de la complicidad, de las antiguas cajas de ahorros que corrieron riesgos no considerados y que en la actualidad son objeto de un plan de recapitalización financiado por Europa, que presta 40.000 millones de euros a España" (*Le Monde*, 8/XII/2012).

Otro código importante ha sido "Mercado" que, en ambos casos, guarda mucha relación con el código "Italia" y el código "Rescate"; juntos suman un 22,46% en el caso alemán y un 19,15% en el caso francés. Ante el temor que ha generado la declaración de dimisión de Mario Monti, han acontecido reacciones en el mercado de venta de deuda pública, subiendo los costes de financiación. Sin embargo, lo importante es que esta situación se ha relacionado con la petición de rescate completo a la UE junto a una revisión de la situación económica española. Se ha criticado la tardanza de España respecto a la petición de rescate y se le ha restado importancia a recientes datos positivos económicos como las exportaciones o el descenso de la prima de riesgo:

"EN ESPAÑA, LA ONDA DE CHOQUE ITALIANA PODRÍA ACELERAR EL LLAMAMIENTO A EUROPA... En cuanto a los fundamentos del país, pocas cosas han cambiado desde el verano. Las exportaciones han aumentado y la disminución salarial ha devuelto competitividad, pero la economía sigue sin fuerza, con una previsión de retroceso del PIB del 1,5% para este año. La deuda pública debería pasar del 69% del PIB en 2011 a casi un 91 % a finales de 2012, según el FMI. Y todos los economistas coinciden en decir que hay pocas posibilidades de que el ejecutivo respete el objetivo de déficit público para 2012, sin aliviado por Bruselas al 6,3% del PIB. 'Aunque el rendimiento de la deuda haya bajado desde el verano, la situación financiera de Madrid sigue insostenible: los intereses de la deuda supondrán 38,6 mil millones en 2013, es decir 4 puntos del PIB', anuncia Jesús Castillo de Natixis" (*Le Monde*, 12/XII/2012).

Es importante señalar que los medios alemanes se han mostrado algo más positivos respecto a las reacciones de mercado que ha tenido la dimisión de Mario Monti y le han restado importancia. Por otro lado, el código "Italia" y "Europa" están compuestos parcialmente por la decisión tomada por la UE respecto a la patente europea, en la que se ha concebido a España y a Italia como una carga que ha ralentizado ampliamente el desarrollo de esta patente, además de premiar a Europa del norte por dejar atrás a Europa del sur en esta materia, abriendo, una vez más, la brecha norte/sur de Europa. Así se puede ver en esta cita:

"Aunque los italianos y españoles evoquen la belleza de su lengua, a la economía sólo le interesan los costes – no las consonantes ni las vocales. Ya es bastante escandaloso que sean precisamente dos grandes economías que en suma aportan poco más del 5 por ciento de las innovaciones en Europa las que han prestado resistencia durante años, recurriendo incluso a los jueces de las instancias europeas más altas. ¡Habrían hecho mejor en impulsar la educación para dar alas al espíritu inventor en sus países! Con todos los respetos por las particularidades culturales: que los socios de la UE ya no estén dispuestos a seguir doblegándose ante las ínfulas de las divas del sur es una señal prometedora para el mercado interior, que valoran tanto

los amigos de la UE como los que se muestran más escépticos. No son los renqueantes quienes hacen avanzar a Europa, sino aquellos que comprenden que es mejor sobrevivir con pragmatismo que sucumbir con belleza” (Handelsblatt, 12/XII/2012).

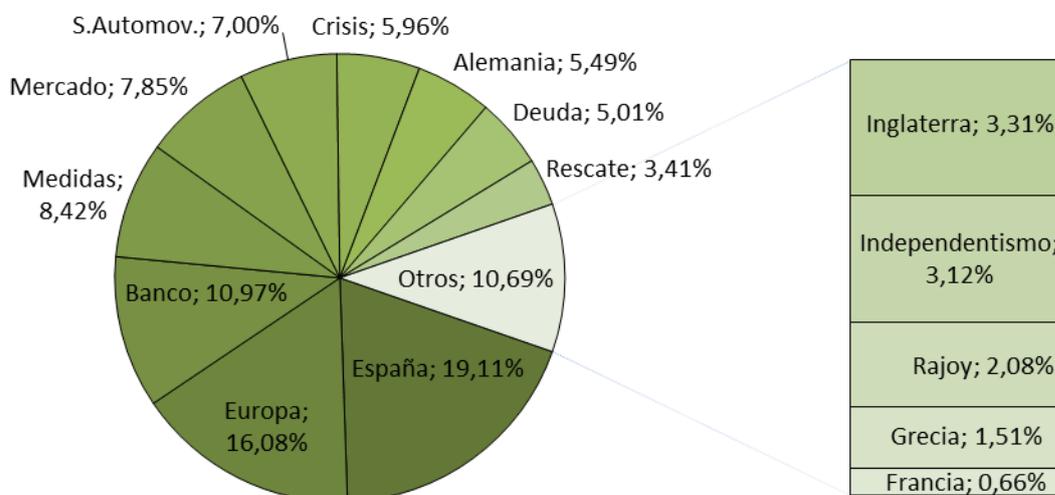
Por último, es importante señalar que a finales de año se hace una revisión a la situación de la crisis, España, Rajoy y las medidas implementadas en ella. Si bien es cierto que se evoca una imagen de dificultades futuras, se reitera, como es propio de estos medios en los últimos tiempos, el seguimiento de un camino apropiado y seguro en materia de política económica, indicando un final a la crisis, una luz al final del túnel. Esto viene apoyado por datos económicos de mercado satisfactorios. Estas facetas positivas son más propias del discurso de los medios alemanes que de los medios franceses. He aquí un ejemplo referente a la revisión de la crisis:

“En Europa han mejorado muchos aspectos: Es cierto que los países en crisis del sur de Europa se encuentran en medio de los que los economistas suelen llamar una „recesión de ajuste“. Están contrayéndose de forma muy acusada y seguirán haciéndolo también en 2013. Sobre todo por eso España, Italia y Portugal han vuelto a no alcanzar sus objetivos de déficit. No obstante, esto no debe dar pie al equívoco de pensar que no están corrigiendo los errores del pasado a un ritmo insólito. Han podido incrementar claramente su competitividad, lo que se deja reconocer por la reducción del coste unitario de la mano de obra y por la mejora de los balances comerciales. En los rankings internacionales que valoran la disposición para las reformas en los países, estos estados son los que mejores resultados obtienen. Junto a la economía pura y dura es la psicología lo que da motivos para tener esperanza: La fe en el futuro del euro ha vuelto” (Handelsblatt, 28/XII/2012).

Discurso negativo: EEUU

Los medios de EEUU, en línea con los últimos estudios realizados por el OME (Observatorio Marca España), han presentado un discurso negativo de España. Normalmente dicho discurso se ha asemejado al de la prensa británica; sin embargo, en este mes hemos detectado una divergencia discursiva entre estos dos países, por eso se ha decidido tratarlos por separado. En cuanto a la cantidad de noticias emisoras de una imagen negativa o positiva de España, se ha de señalar que solamente un 16,67% de las noticias han sido positivas para la imagen de España, un 29,17% de ellas han sido clasificadas como asépticas y un 54,17% han dado una imagen negativa.

Figura 3. Códigos en EEUU



Si prestamos atención a esta figura, observaremos que entre los códigos con más peso se encuentra el código "Banco" con un peso del 10,97%. Esto encaja con la dinámica general que ha habido en el resto de países; el rescate a la banca junto con otros acontecimientos como la absorción de Banesto por el Santander, el desarrollo de Sareb y las discusiones de la UE sobre la unión bancaria y su supervisión han ocupado gran parte de la cobertura a España, además de hacer una revisión a la situación bancaria de los últimos meses, lo cual reaviva parte del discurso negativo en torno a los bancos (especialmente de cara a Bankia) propio del verano. Dentro del discurso dedicado a los bancos, es importante señalar que sólo un 5,58% se ha dedicado al rescate bancario, de acuerdo con los resultados del estudio de sub-códigos realizado. Esto se ha de interpretar como que de todas las frases relacionadas con los bancos (las cuales suponen un 10,97% del discurso de los medios de EEUU) sólo un 5,58% son relativas al rescate bancario. Además de eso, es necesario mencionar que se ha interpretado en clave negativa, siendo la situación española muy delicada y la ayuda a los bancos insuficiente para sacar a España de la crisis:

"La semana pasada España mereció la aprobación de la UE para un masivo rescate bancario. Los países mediterráneos ni siquiera han empezado todavía a dar pasos serios para sacar a sus economías de la deuda" (*Wall Street Journal*, 5/XII/2012).

En lugar de darle importancia al rescate, se ha decidido prestar más atención a la unión bancaria (de todas las frases dedicadas a los bancos, supone un 41,2% de ellas), a Sareb (con un peso de 19,31%) y a la situación de los bancos españoles y las consecuencias de la burbuja inmobiliaria (16,74%). En relación a la unión bancaria, la imagen que se ha proyectado ha sido fundamentalmente negativa; en ella se muestra a una Europa lenta en cuanto a la toma de decisiones, siendo España una víctima de esta falta de acción, lo cual genera de nuevo un escenario de riesgo para Europa y España:

"Los ministros de Economía de la Unión Europea llegaron el martes a un callejón sin salida sobre cómo crear un supervisor bancario único para la eurozona, posponiendo la decisión sobre un nuevo sistema que se supone evitará futuras crisis financieras. Si los ministros no consiguen alcanzar un acuerdo en dicha reunión, los líderes de la UE llegarán a la cumbre del día siguiente sin el elemento clave de la unión bancaria... Algunos ministros advirtieron el martes que más retrasos en el diseño de la unión

bancaria podrían desembocar en un retorno a las agudas presiones financieras en la eurozona. 'Si no somos capaces de llegar a algo en las fechas convenidas, esto no será neutral en términos de estabilidad de los mercados', dijo Luis de Guindos" (*International Herald Tribune*, 5/XII/2012).

En relación al "banco malo" o Sareb, se ha dado un discurso negativo en clave de riesgo. Se ha entendido como un curso de acción erróneo e insuficiente y, en los medios estudiados, ha servido como nexo de unión al discurso respecto a los bancos propio del verano; un discurso muy negativo en el que Bankia y el colapso del sistema bancario español destacaban fervientemente. He aquí una cita que ejemplifica el discurso de los medios estadounidenses:

"El problema en el caso de España es que los activos dudosos que comprará el Sareb podrían ser mucho peores que los del NAMA irlandés. El experimento español plantea la siguiente pregunta: ¿cuántos activos tóxicos puede asumir un banco malo y seguir dando beneficios a inversores y contribuyentes? Los primeros signos no son positivos... Ya se han previsto más rondas de recaudación de fondos, pero es un mal augurio que el Sareb no logre atraer a los inversores extranjeros y tenga que depender del capital de los bancos locales. España ya cuenta en su historial con un fiasco de este tipo: Bankia, formada en 2010 mediante la combinación de siete cajas de ahorros, también con la teoría de que las manzanas podridas tienen mejor aspecto en una cesta que sueltas" (*Wall Street Journal*, 14/XII/2012).

Por último, la cobertura respecto al sistema bancario español ha sido negativa por dos razones. Primero, se han revelado algunos datos negativos que han sido reelaborados en una imagen de riesgo y de inestabilidad, siendo el dato principal el incremento en la morosidad. La otra razón responde a la vuelta al discurso propio del verano en la que se presta especial atención a Bankia y a la burbuja inmobiliaria, al igual que en el resto de países estudiados.

Dejando atrás el foco de atención en los bancos y observando una vez más el gráfico, se puede ver cómo otro código muy importante ha sido el de "Medidas". Éstas han sido concebidas negativamente por los medios norteamericanos, especialmente las medidas de austeridad, que se interpretan bajo una óptica de curso de acción erróneo que no solo suponen un deterioro para la economía española sino también suponen un altísimo coste social:

"El Gobierno español anunció que no se implementará el aumento esperado por más de cinco millones de jubilados para ajustar las pensiones a la inflación anual, una de las medidas de austeridad más duras en su lucha por reducir el déficit presupuestario... Estas acciones –como el aumento del IVA y del impuesto sobre la renta, los recortes salariales a los empleados públicos y la reducción del subsidio por desempleo- han deprimido aún más una economía maltrecha, provocando huelgas y manifestaciones en Madrid y otras grandes ciudades" (*Wall Street Journal*, 3/XII/2012).

Otra vez, mirando al gráfico, se puede ver que el código "Mercado" es el próximo en cuanto a impacto en prensa. Éste código, que está constituido primordialmente por datos de venta de deuda pública y sus interpretaciones, ha obtenido una puntuación del 7,85%. Lo cierto es que España, de acuerdo con otros medios de otros países, ha obtenido buenos resultados en cuanto a la venta de deuda y bonos se refiere. Sin embargo, los medios estadounidenses le

han restado importancia a estos buenos datos y han hecho hincapié en los altos costes de financiación a los que está sometida España. Así, también ha hecho una revisión de la crisis europea y española en la que se cuestiona que lo peor haya pasado, se realiza que España sigue en riesgo y que las medidas hasta ahora no son suficientes para salir de la crisis; se destaca también el alto paro al que está sometida España y se critica la democracia española mostrando una imagen de los políticos españoles como desligados de la realidad social, llegando a revertir a elementos de corrupción. También es muy criticada la tardanza de Rajoy en decidir solicitar el rescate total, se considera un error en detrimento de la sociedad española:

“Pero evitar los dos principales desastres no significa que lo peor haya pasado. Las perspectivas de crecimiento españolas para 2013 son débiles, incluso negativas. Los analistas también creen que, al menos en los dos próximos años, poco o nada se avanzará en la situación del desempleo. Con un asombroso 25% de la población activa en el paro –cifra que se eleva al 40% para los menores de 25– el desempleo en España no sólo es un drama social, sino que corre el riesgo de deslegitimar el sistema político. Tras cinco años de crisis, los españoles han dado la espalda a sus políticos, de los que consideran que han perdido el contacto con la realidad y que son insensibles a las inminentes preocupaciones de la población española. Una serie de escándalos de corrupción en los que hay importantes instituciones implicadas –desde la Corona hasta los ayuntamientos– han desmoralizado al público y erosionado la confianza en las instituciones democráticas” (CNN, 19/XII/2012).

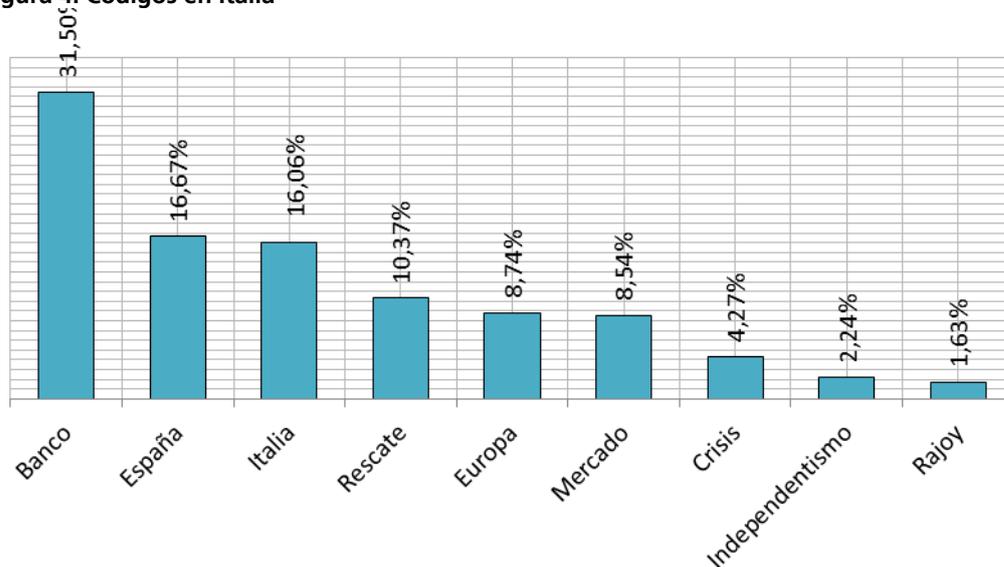
Por otro lado, sí ha habido ciertos elementos positivos en los medios de EEUU y vienen constituidos por el código “S. Automovilístico” y las medidas que está empleando el gobierno en torno al sector automovilístico:

“A pesar del pesimismo económico que la envuelve desde el comienzo de la crisis financiera, España tiene al menos un punto industrial brillante. El país y su mano de obra cualificada pero desocupada se han vuelto a convertir en un faro para los fabricantes europeos de automóviles... Algunos expertos sostienen que esas ganancias en competitividad e inversiones es precisamente lo que España precisa para que se recupere su economía y disipe cualquier duda sobre si el país puede permanecer en el euro” (New York Times, 28/XII/2012).

Discurso negativo: Italia

De acuerdo con los datos obtenidos de nuestro estudio, los medios italianos han dado una imagen primordialmente negativa en la mayoría de su cobertura a España. En concreto, un 61,54% de las noticias han presentado un discurso negativo, frente a un 30,77% de noticias proyectoras de una imagen positiva de España (el 7,69% restante se ha calificado en clave aséptica). Como ya comentábamos en apartados anteriores, la mayoría del discurso positivo hace alusión a España como miembro de la UE, o dicho de otro modo: aquello positivo de Europa se atribuye a España por extensión, pero España por sí sola recibe una imagen poco favorable. Veamos las vicisitudes del discurso periodístico:

Figura 4. Códigos en Italia



Si se observa el gráfico atentamente, se puede ver que hay una preponderancia muy llamativa del código “Banco”, pues ha obtenido una puntuación del 31,50%, lo cual se traduce en que este porcentaje de las palabras empleadas por los medios italianos hacen referencia a los bancos y todo lo relativo a ellos: el rescate a la banca, la operación de absorción del Santander, datos del Banco de España y la supervisión bancaria del BCE. El discurso en torno a estos elementos ha sido variado, pero podemos encontrar dos hilos conductores. Por un lado se ha concebido positivamente el rescate a los bancos, en el que se ha enfatizado la unidad y la fuerza de la UE, así como el desarrollo del “banco malo” como un paso adelante en la batalla contra la crisis:

“Los inversores no se han dejado atemorizar por las críticas por los riesgos de la inversión y han creído en las promesas de beneficios en los próximos quince años. Para ellos, la esperanza consiste en que, antes o después, en España se reactive el sector inmobiliario” (*Corriere della Sera*, 9/XII/2012).

Sin embargo, por otro lado, la situación a la que se enfrenta España y sus bancos ha sido interpretada de forma extremadamente negativa, siendo las medidas empleadas insuficientes, tanto por el sector público como por el sector privado (absorción de Banesto por el Santander). Así, a la hora de hablar de España se ha hecho especial hincapié en recalcar datos y aspectos negativos de la situación económica y política. He aquí un ejemplo del discurso en la siguiente cita:

“El sector inmobiliario no deja de desplomarse. La pelota ahora ha pasado de hecho a Madrid y Bankia tendrá a disposición el dinero público para restablecer los ratios patrimoniales. La pregunta, que no afecta sólo a la entidad española en quiebra, sino a todo el sistema de crédito español, es si estas inyecciones de capital pondrán fin a la crisis bancaria más grave de la historia de Madrid. Es difícil decirlo. Todo dependerá de la dinámica de la crisis económica del país. La morosidad alcanza niveles máximos. La recesión no deja de morder, el PIB será negativo también en 2013 y la tasa de paro no da señales de descender por debajo del 25% sobre la que se ha situado. Todo esto produce un continuo deterioro de los activos de los bancos con los créditos

irrecuperables que hoy representan más de 180.000 millones de euros, es decir el 11% del total de los préstamos. Ahora llegan los capitales públicos para salvar el sistema. ¿Bastarán?" (*// Sole 24 Ore, 28/XII/2012*).

Aunque no ha sido infrecuente encontrarse retazos positivos respecto a España, de nuevo, gracias a su condición como miembro de la UE, de cara a la crisis. Pues al tratarse del último mes del año, se ha adoptado una perspectiva longitudinal en cuanto a analizar la situación económica de la crisis se refiere, lo cual ha revelado posturas positivas y de esperanza de las que la imagen de España se nutre:

"La larga crisis del euro cierra el año bajo el signo de una cauta esperanza de haber finalmente dado un viraje. Quienes pronosticaban el final inminente del euro se han visto no sólo desmentidos por los hechos, sino también penalizados en la cartera" (*// Sole 24 Ore, 27/XII/2012*).

Como se puede ver en el gráfico, el código "Italia" también tiene bastante peso. Esto se debe a la crisis política por la que podría pasar Italia tras el anuncio de la dimisión de Mario Monti y el efecto que ha tenido sobre los mercados y la venta de deuda pública. Así, es pertinente cuantificar el impacto que ha tenido en prensa del anuncio de Mario Monti en relación a España mediante la suma de estos dos códigos ("Italia" y "Mercado"), ya que están estrechamente relacionados: suman el 24,59%, un peso bastante alto dentro del discurso. En esta línea, el discurso que se ha dado ha sido positivo, ya que los datos de mercado han sido buenos para estos dos países a pesar del temor generado por el anuncio de Monti y el efecto "contagio" a España:

"Ha sido el buen resultado de las subastas ibéricas lo que ha generado el entusiasmo en las Bolsas europeas. La tensión que hace una semana parecía haber vuelto sobre España se ha aflojado y el diferencial ha bajado a 390 puntos. El efecto benéfico se ha transferido automáticamente a la Bolsa de Madrid, pero también a los demás mercados periféricos" (*// Sole 24 Ore, 19/XII/2012*).

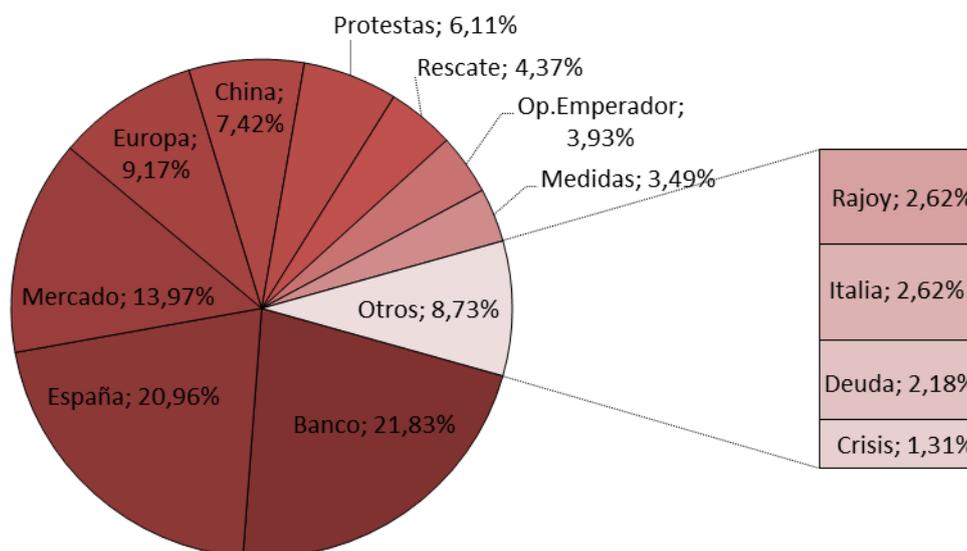
Es importante señalar que se ha presentado el discurso de manera comparativa con España, se ve a ésta junto con Italia como los dos grandes países del sur de Europa, lo cual ha dado lugar a diversas representaciones negativas de España. Entre ellas es importante destacar la comparativa que se ha hecho entre Rajoy y Monti, siendo concebido el primero como un político de categoría inferior.

Discurso positivo: China

En los medios chinos hemos podido encontrar, una vez más, un discurso mayoritariamente económico. Han tenido mucho impacto en la prensa china temáticas como el rescate a la banca española, la absorción de Banesto por parte del Banco Santander, la venta de deuda y las consecuencias que ha traído el anuncio de la dimisión de Mario Monti. Esto queda claro si observamos que los códigos puramente económicos –"Banco", "Mercado", "Rescate", "Medidas", "Deuda" y "Crisis"– suman un 47,16%. Esto se ha de interpretar como que un 47,16% de las palabras empleadas por los medios chinos estudiados hacen alusión a temáticas puramente económicas. Es necesario destacar la preponderancia de un código en especial: "Banco", que ha pasado de tener un peso en la prensa china en el mes de noviembre de un 13% a un 21,83% en el mes de diciembre. Una vez más, esto significa que el 21,83% de las palabras empleadas por los medios chinos han tenido que ver con los

bancos. Dentro de aquellas frases dedicadas al código "Banco", se ha de destacar que un 41,25% hacen alusión al rescate a la banca y un 38,75% al estado del sistema bancario español, el *boom* inmobiliario y las consecuencias que pueden acarrear para la banca las medidas empleadas. Por otro lado, la absorción de Banesto por parte del Banco Santander ha recibido un 11,25% de peso dentro del código "Banco". Algo que también es necesario destacar es la desaparición por completo de la cobertura del independentismo catalán: en el mes de Noviembre el código "Independentismo" obtuvo un peso del 7% aproximadamente mientras que en el mes de diciembre la cobertura ha sido tan escasa que no se ha considerado significativa para el estudio.

Figura 5. Códigos en China



Los medios chinos, al igual que en meses anteriores, han mostrado una imagen positiva de España. En concreto, el 60% de las noticias que han constituido nuestra muestra han tenido un discurso marcadamente positivo, frente a un 30% que han mostrado un discurso negativo (el 10% restante se ha calificado en clave aséptica). Este 60% de noticias positivas están constituidas primordialmente por las acciones que se están llevando a cabo, tanto por Europa como por España, para combatir la crisis, pues en ellas se enfatizan los resultados y consecuencias positivas que traerán éstas a pesar de la situación de crisis por la que atraviesa España. También se ha dado una imagen de Europa y de España unida y con mecanismos y capacidad para afrontar la crisis. En ésta línea hemos de destacar especialmente el rescate a la banca:

“El gobierno español presentó formalmente el pasado 3 de diciembre la petición de un rescate al MEDE por valor de 36.968 millones de euros para recapitalizar cuatro entidades bancarias, entre las que se encuentra Bankia. El ministro de Economía, Luis de Guindos, ha indicado que dicho crédito tendrá un interés inferior al 1%, lo que contribuirá a que la banca española supere sus dificultades” (*Renmin Ribao*, 7/XII/2012).

Por otro lado, hay una gran parte de estas noticias positivas que están constituidas por buenos resultados de mercado, a pesar del temor por el "contagio" de la crisis política que puede acarrear la dimisión de Mario Monti, a la cual se le ha restado importancia. En éstas se

suele concebir a España como víctima de factores negativos externos que, contra viento y marea, consigue salir adelante:

“A pesar de la tensión que ha provocado la crisis política italiana en los mercados de deuda europea, los planes de financiación del Tesoro español no se han visto afectados y el pasado 11 de diciembre el país logró colocar un total de 3.890 millones de euros a un interés más Bajo... Tras este cambio que se ha producido en los mercados, el Gobierno de España ha conseguido llevar a cabo con éxito una subasta de bonos que superó las expectativas de financiación, entre los 2.500 y los 3.500 millones de euros” (*Xinhua*, 12/XII/2012).

Hasta aquí en cuanto a las noticias positivas, pues los medios también han evocado cierta imagen negativa de España en torno a dos temáticas: las protestas de los jueces españoles y la “operación emperador”. Sin embargo, como se puede ver en el gráfico, han tenido muy poco impacto y los códigos “Protestas” y “Op. Emperador” suman un 10,01%.

Conclusiones

Los medios en el mes de diciembre han emitido una imagen significativamente negativa, peor que la de noviembre, en la cual se consiguió cierto remonte. El transcurso del discurso negativo responde al rescate a la banca solicitado formalmente a principios de mes, lo cual reaviva el discurso en torno a la banca y su situación: explicaciones e interpretaciones negativas de porqué ha requerido un rescate. Asimismo, esto ha conllevado una consideración de petición de rescate total por parte de los medios, dando una imagen de riesgo para España. La dimisión de Mario Monti ha sido otra gran temática que ha afectado a España negativamente debido al “efecto contagio” que han provocado las tensiones políticas de Italia. El temor a esta situación también ha inflado la urgencia de la petición del rescate total.

Por otro lado, también se ha hecho una revisión de la crisis, de España, de Europa y de sus proyecciones futuras para 2013. Si bien muchos países han augurado una situación aún peor para España y para Europa, otros muchos han enfatizado lo equivocadas que han estado las predicciones realizadas a lo largo de 2012, pues en ellas se presentaba una rotura del euro y de la UE y de una España sin posibilidad de escape alguno. Apoyándose en la falta de veracidad de estas proyecciones (no verdaderas, ya que no se han cumplido) se ha reforzado la fortaleza de España como miembro de la UE, lo cual la da estabilidad a su imagen. Es importante reforzar estos puntos de vista para España, pues se trata de nuestro punto fuerte y estable: la unión y la armonía con Europa.

Nota metodológica

La metodología empleada en el estudio consiste en un desarrollo trifásico y mixto de la metodología cuantitativa y cualitativa. En una primera fase se hace un análisis exploratorio basado en estadística descriptiva. Con la información recabada se constituyen códigos y pilares discursivos que, dando comienzo a la segunda fase, sirven de guía para el análisis cualitativo. Una vez reconstruido el discurso de manera inductiva, se realiza un segundo análisis estadístico descriptivo con el fin de confirmar la pertinencia cuantitativa del discurso, lo cual se obtiene a través del uso de tablas de contingencia, un estudio secundario de sub-códigos y el estadístico C-Coocurrencia.

Los objetos de estudio han sido:

- EEUU: *The New York Times, The Wall Street Journal, The Washington Post, Associated Press, Bloomberg, The Miami Herald, Foreign Policy, CNN.*
- Reino Unido: *Financial Times, Reuters, Sky News, The Guardian, The Times, The Independent, The Daily Telegraph, The Economist.*
- China: *China Daily, Global Times, The China Post, AASTocks Financial News, Shenzhen Daily, Renmin Ribao.*
- Francia: *Le Monde, Agence-France-Presse, Le Figaro, Les Echos, La Croix, Liberation, L'Express, Le Nouvel Observateur.*
- Alemania: *Deutsche Welle Español, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Tageszeitung, Financial Times Deutschland, Handelsblatt, Süddeutsche Zeitung, Berliner Zeitung, Frankfurter Rundschau, Berliner Morgenpost, Der Tagesspiegel.*
- Italia: *Corriere Della Sera, Il Messaggero, Il Sole 24 Ore, Il Foglio.*