

---

## Una imagen económica de España fortalecida –frente a otra política y social mermada– en la prensa internacional de julio y agosto de 2013

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

### Tema

El discurso que presenta la prensa extranjera durante los meses de julio y agosto de 2013 sobre España consigue crear y proyectar una imagen determinada de nuestro país. Y esto, además de conllevar una serie de implicaciones a nivel de impacto en el exterior, contribuye también a ayudar a conocer cómo y por qué esta imagen es construida por dichos agentes.

### Resumen

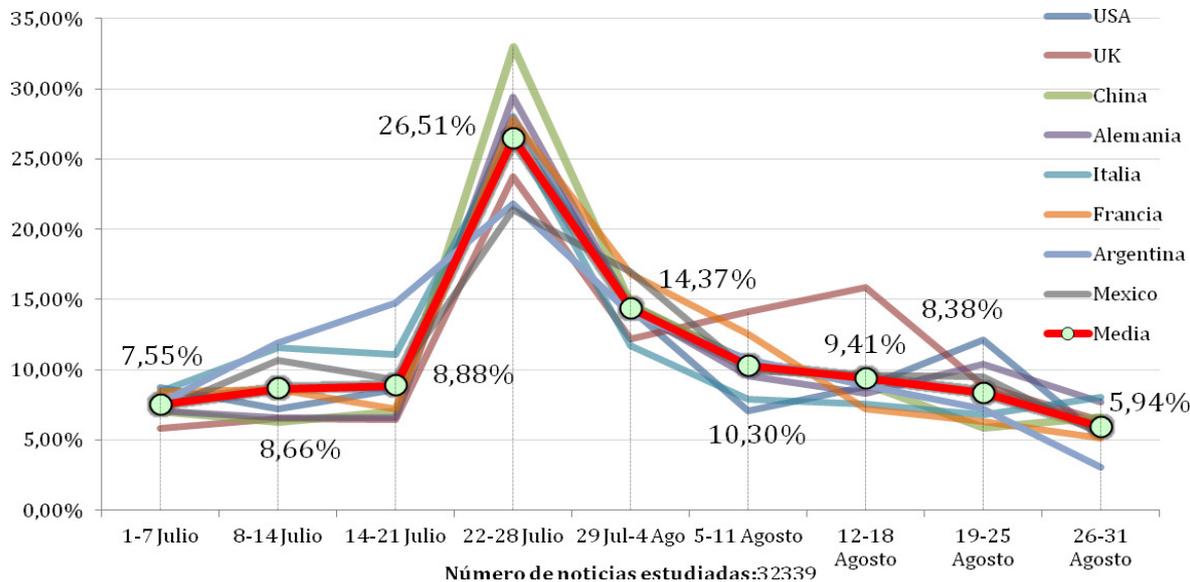
Durante los meses de julio y agosto de 2013 se ha asistido a la presencia de un discurso muy positivo sobre la economía y la recuperación de la crisis de España, que se ve tapado de forma puntual por tres grandes acontecimientos: “el caso Bárcenas”, el accidente ferroviario de Santiago de Compostela y el conflicto de Gibraltar. También se asiste a cómo, en un ámbito económico, la imagen de España sale fortalecida y, por otro lado, su imagen política y social se ve mermada.

### Análisis

#### *La bajada del paro incrementa la confianza en España*

El primer dato que se desprende de la Figura 1, en la que se indican las publicaciones en prensa de noticias sobre España a lo largo de julio y agosto, es que en la primera semana de julio (en la que se concentra, de media, un 7,55% de las informaciones escritas sobre España) hay una predominancia del mismo discurso detectado en el mes de junio (**OIE 15/2013 – 22/08/2013**), relativo a los buenos resultados económicos que vienen resaltándose desde marzo. Desde una perspectiva muy positiva, los medios estudiados han revelado datos respecto a las exportaciones y a la competitividad económica de las empresas españolas, siendo necesario mencionar la clave comparativa que han empleado: España e Italia cada vez se acercan más a Alemania.

**Figura 1. Porcentaje de impactos sobre España, según países de publicación, julio-agosto 2013**



Sin embargo, lo que más ha destacado han sido comentarios y datos relativos a que el paro en España bajó por cuarta vez consecutiva durante el mes de junio. Esto se interpreta de manera muy positiva en prácticamente la totalidad de los medios estudiados, en los que se sostiene que España ya tocó fondo y comienza a recuperarse poco a poco, aunque es importante matizar cierto escepticismo ante el carácter estacional de estos datos de paro:

“La cifra de parados se ha reducido por tanto por cuarto mes consecutivo. Entre los jóvenes menores de 25 años se redujo incluso un 7,4% en el mes de junio. Uno de los motivos es también el comienzo de la temporada turística. El turismo es el pilar más importante de la economía” (*Frankfurter Rundschau*, 3/VIII/2013).

Si bien se atribuye este buen dato del paro al flujo turístico que recibe España en torno a estas fechas, también se achaca a las reformas y a la política económica seguida por España en los últimos años. Desde luego, esto ha repercutido en una mejora de la imagen de España, a excepción de en los medios argentinos, en los que apenas se ha prestado atención a estos datos económicos y han optado por dotar de mayor importancia, y en clave negativa, al incidente diplomático con el presidente boliviano, Evo Morales.

### *El optimismo de sol y playa, oscurecido por la corrupción*

Siguiendo con la Figura 1, se observa un ligero ascenso en el número de noticias concentradas en las semanas del 8 al 14 y del 15 al 21 de julio, con un 8,66% y un 8,88% de los impactos estudiados,<sup>1</sup> respectivamente. Este período se caracteriza por el solapamiento de dos discursos: uno positivo, con una atención menor proveniente de la semana anterior, relativa a la economía y al paro; y, por otro lado, una atención muy amplia por la totalidad de los medios estudiados al “caso Bárcenas”, a raíz de la publicación del diario *El Mundo* del 9

<sup>1</sup> Esto se ha de interpretar como la media del porcentaje de noticias dedicadas a España en esa semana. En este caso, la lectura sería que de todas las noticias analizadas sobre España en estos dos meses el 8,66% de ellas se han dado entre el 8 y el 14 de julio.

---

de julio. En dicha información se revelaron posibles pruebas de la supuesta relación entre Luis Bárcenas y Mariano Rajoy.

Pero, al igual que en otros meses, lo más dañino para la imagen de España no ha sido este caso de corrupción *per se*, sino el contraste que supone para la prensa internacional la mala situación económica y social de la población española frente al supuesto enriquecimiento y la financiación ilícita de altos cargos españoles:

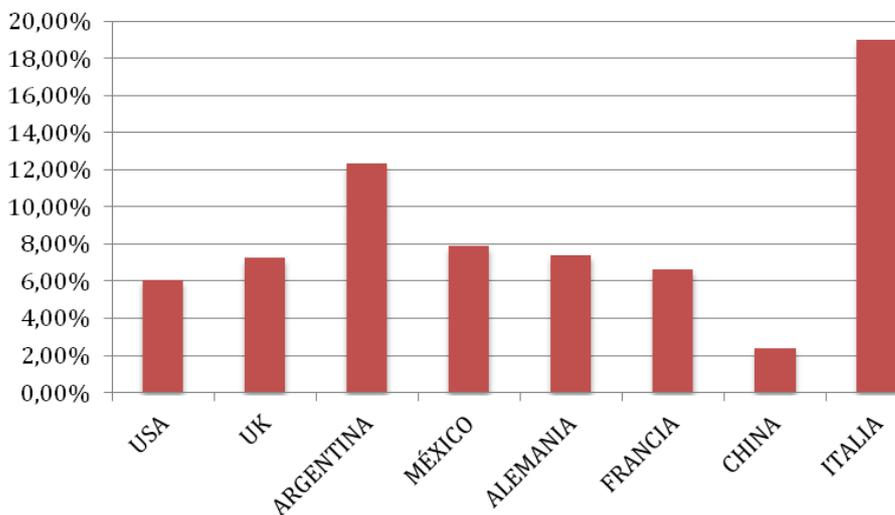
*" While ordinary Spaniards have been urged to make sacrifices under severe austerity measures, it has emerged that the secret political piggy bank was also used to pay for clowns at the birthday parties of ministers' children. Corruption and cronyism are combining with recession and an unemployment rate of more than 27%. Spanish voters now believe the two-party system that served them so well for three decades, when conservatives and socialists took turns in power, has had its day" (The Sunday Times, 14/VIII/2013).*

Otro aspecto a destacar, y que también ha sido pernicioso para la imagen de España, es el efecto que provocan este tipo de noticias; al ser tan impactantes, atraen la atención del lector evadiéndole de otros elementos o acontecimientos que también son importantes. Esto es lo que ha sucedido con los buenos datos económicos, y sobre todo los relativos a turismo; aquí se ha detectado un flujo importante de revistas y noticieros atentos a España como destino turístico en estos meses, y es probable que hubiesen sido más notorios en otras circunstancias. Estas revisiones, que provienen en su mayoría de prensa británica y alemana, son, con diferencia, de un carácter extremadamente positivo, y se trata de una de las fortalezas más grandes de la imagen de España; he aquí un ejemplo:

*" In the value-for-money stakes, Spain, home of the Feria de Abril, in Seville (pictured left), has left the pack behind. It has been voted 'best-value European country' by our glossy monthly sister title" (Travel Magazine, Sunday Times, 14/VIII/2013).*

Analizando más en detalle los discursos, se ha de señalar que más aún que la imagen de España, ha sido la imagen de Mariano Rajoy la más damnificada en relación al "caso Bárcenas", lo cual pudiera entenderse dada la naturaleza de la publicación de *El Mundo*, el 9 de julio. Así lo revela el estadístico C de Co-ocurrencia, del cual se obtiene un resultado de 0,46. Si se aproxima a 0,5, esto se ha de interpretar como que de cada dos frases en las que se ha mencionado a Mariano Rajoy en la prensa internacional durante el período estudiado, en una de ellas también se ha mencionado "el caso Bárcenas". Y resulta interesante mostrar qué países han dedicado más atención al asunto de la corrupción, tal y como se refleja en la Figura 2.

**Figura 2. Importancia otorgada a la temática de "corrupción"**



Como se puede observar, aquellos países que más atención le han dedicado han sido Italia y Argentina. De hecho, si se vuelve a tomar como referencia la Figura 1, se comprueba que son estos también los que tienen una concentración mayor de noticias a partir de la publicación de *El Mundo* del 9 de julio. Posiblemente el carácter de competición de imagen entre Italia y España de los últimos meses, sobre todo en cuanto a crisis política se refiere, sea la explicación del porqué de una atención tan acuciada. Por otro lado, EEUU y, más notablemente, China han optado por un discurso más económico. En cualquier caso, ha de señalarse que sigue teniendo un impacto alto en el imaginario de la prensa internacional.

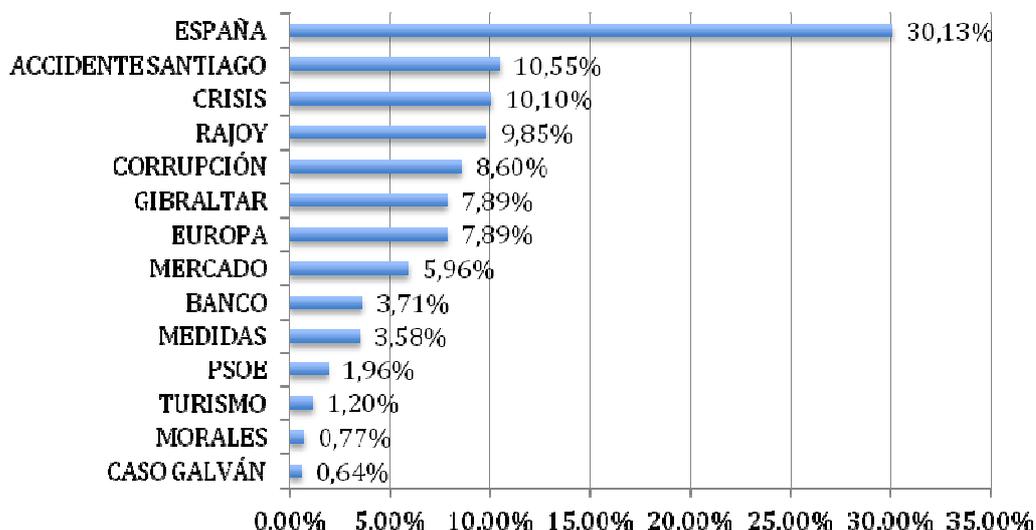
Por último, mencionar el carácter prácticamente estructural de la corrupción en la imagen de España, y no sólo son Mariano Rajoy y el PP los principales afectados en cuanto a pérdida de calidad de imagen se refiere: el resto de partidos políticos españoles también son criticados y asociados de manera generalizada con alguna trama de corrupción, destacando por encima de los demás el PSOE y CiU.

“La corrupción, el pozo donde nadie puede tirar la primera piedra. El socialismo se alarma por la financiación ilegal del PP, pero cuando sube la voz sus rivales sacan a relucir el caso de los ERE: un fraude multimillonario con fondos para desempleados en Andalucía, que tiene arrinconado al presidente del partido, José Antonio Griñán” (*La Nación*, 14/VIII/2013).

#### *Un final de julio asolado por la tragedia*

La temática de la corrupción ha tenido un peso importante, no obstante, al cuantificar cuántas palabras y frases se le han dedicado. Se puede ver que no ha sido el asunto más importante para la prensa internacional en estos dos meses. Esto se comprueba con los datos de la Figura 1: en la semana del 22 al 28 de julio se concentra un 26,51% de las noticias sobre España en la prensa internacional, altísimo impacto debido, indudablemente, al accidente de tren acontecido en Santiago de Compostela en Galicia; el peso de ésta temática se recoge en la Figura 3.

Figura 3. Principales temáticas en la prensa internacional



La Figura 3 señala qué porcentaje de palabras han dedicado los medios a una temática u otra. Así, la lectura del “accidente de Santiago” sería que el 10,55% de las palabras empleadas por los medios estudiados en estos dos meses tiene que ver con la tragedia de Santiago de Compostela.

Una de las razones de por qué tuvo tanto impacto en los medios de comunicación, además de la propia naturaleza del acontecimiento, fue por la necesidad que ha habido de actualizar una y otra vez la información sobre el accidente en los días sucesivos al mismo; por ejemplo, se han localizado varias noticias en un mismo día que son una actualización del número de víctimas.

Hay que matizar que esto es de interés para la prensa internacional por lo que se llama “sesgo de proximidad”; al ser Santiago de Compostela un sitio muy turístico, entre las víctimas hubo personas procedentes de los países estudiados, y de ahí la explicación, al menos parcial, de un interés especial de estos medios.

También es importante recordar que la mayoría de estas noticias son de carácter espectacular, y asépticas, en cuanto a valoración de la imagen de España se refiere. La corriente de noticias posteriores a esta primera avalancha sí son relevantes a la imagen de España: los medios comienzan a cuestionarse la calidad del sistema ferroviario español y se llega a poner en relación con la situación económica española actual, siendo la idea principal de estas críticas el que la austeridad y los recortes hayan sido excesivos hasta el punto de mermar la seguridad. Sin embargo, el resultado de la absoluta mayoría de medios es positivo, poniendo a España a la cabeza en cuanto a temática ferroviaria se refiere:

“En el transcurso de los últimos años, la red de ferrocarril española ha tenido muchas renovaciones con una notable ampliación de la red férrea y cambios en las vías para introducir más trenes de gran velocidad. El país se encuentra a la cabeza europea en materia de gran velocidad y es el tercero del mundo detrás de China y Japón” (*Le Figaro*, 26/VIII/2013).

El impacto del accidente y su posterior investigación respecto a las causas, las cuales gravitaron hacia el maquinista del tren de acuerdo con la prensa internacional, han tenido un impacto altísimo, sin embargo fue muy concentrado y rápidamente se desinfló, en cuestión de unos 10-15 días. Con esto, ha de concluirse que no hay una repercusión muy grande para la imagen de España en lo que a este asunto se refiere.

Por otro lado, es necesario mencionar también que en esta semana se dieron otras noticias positivas sobre España en torno a datos trimestrales del paro, que están en línea con los datos mensuales señalados en la primera semana del mes de julio.

### *Una exageración desmedida a principios de agosto*

En la primera semana de agosto, una vez caída la atención sobre el accidente de Santiago de Compostela, se vuelven a dejar entrever las buenas noticias económicas sobre España que habían sido pasadas por alto por la mayoría de medios internacionales. Así, la reducción del porcentaje de créditos morosos, las ventas realizadas por SAREB y datos positivos relativos a la vivienda, interpretados como signo de fortalecimiento de los bancos españoles, también tuvieron su eco en la prensa internacional.

La fragilidad del sistema bancario era una de las debilidades españolas, en cuanto a imagen económica se refiere, hasta hace pocos meses; estas recientes apariciones positivas en prensa y su reducción en importancia, *no news is good news*, es una señal de que España se instala en una mejorada imagen de su sistema bancario. Asimismo, como se viene reflejando en los análisis de anteriores meses (**OIE 15/2013 – 22/08/2013**), este dato positivo se expande al resto de la economía y se vuelve a retomar la idea (puesta en segundo plano por “el caso Bárcenas” y el accidente de Santiago de Compostela) de que España está en proceso de salida de crisis.

“¿Existe una amenaza de disturbios sociales? ¿Ha estado en peligro la UE en su conjunto? Todo esto ha sido una exageración desmedida. Las curvas de las subidas de fiebre son evidentes: a España las cosas le están yendo paulatinamente mejor. La recesión casi ha desaparecido, las cifras de paro remiten notablemente desde el récord del 27% registrado en febrero, y el porcentaje de créditos morosos en los balances de los bancos está cayendo” (*Süddeutsche Zeitung*, 7/VIII/2013).

### *El conflicto de Gibraltar y la guerra periodística*

Si se vuelve de nuevo a la Figura 1, se comprueba que durante el mes de agosto se dan dos subidas acuciadas de la prensa británica y de la prensa argentina, una después de otra. Por otro lado, se observa que el resto de países mantienen un nivel de producción de noticias sobre España relativamente constante y similar a otros meses. Esta disparidad entre estos dos países y el resto de medios estudiados se debe al conflicto en torno a Gibraltar que aconteció en esas fechas.

A aquellos medios a los que les llamó más la atención el asunto fueron los medios británicos, lo cual es lógico si se entiende la naturaleza del conflicto y el simbolismo que retiene el peñón; tal y como se puede apreciar con un ligero vistazo a la prensa del Reino Unido, Gibraltar es un símbolo de grandeza, vestigio del antiguo imperio colonial con el que el ciudadano inglés se identifica. Es importante tener esto en mente, puesto que sólo así se puede entender el vasto juego de sesgos periodísticos que se han dado.

Destaca también que el conflicto tuviera tres grandes enfoques o discursos. El primero de ellos es el de los países ajenos al conflicto, y cuyos medios se encuentran en el presente análisis. A saber: EEUU, China, Alemania, Italia, Francia y México. Su discurso ha de calificarse de negativo para la imagen de España, pues se ha unido directamente con el conflicto independentista catalán y la autodeterminación, y, en este sentido, defienden la autodeterminación de la población de Gibraltar y critican el posicionamiento del gobierno español, sobre todo cuando se retrotraen un caso que consideran muy parecido: Ceuta y Melilla.

*"Prime Minister David Cameron should say he's prepared to relinquish Gibraltar to Spain – on just one condition. That would be a declaration by the Spanish government that it will renounce its own claims to the cities of Ceuta and Melilla, which lie opposite Gibraltar on the northern coast of Africa. Morocco has long claimed these Spanish enclaves for itself, and in July 2002 it even sent troops to seize an uninhabited Spanish islet near Ceuta. Madrid responded a week later by deploying its navy, air force and special forces to bloodlessly retake the island, but tensions still simmer" (The Wall Street Journal, 13/VIII/2013).*

El segundo discurso que se ha localizado es el del Reino Unido. Como se comentaba anteriormente, acontece una fuerte identificación nacional por parte de la prensa británica con Gibraltar, y esto condiciona mucho su producción periodística. La imagen de España en dichos medios ha sido muy negativa, y la manera más común entre éstos para describir el conflicto ha sido incurriendo en un típico sesgo periodístico basado en un juego de identidades (el bueno y el malo) que induce o exagera una visión dicotómica y opuesta de los actores. Y aunque el conflicto diplomático de Gibraltar es demasiado complejo como para encasillarlo en "el bueno y el malo", los medios ven útil este recurso puesto que facilita el seguimiento y hace más apelativa la historia al lector. En este caso, a España se la ha presentado como un "gigante abusón" (el malo) ante una indefensa Gibraltar que es protegida por un "héroe": el Reino Unido (el bueno).

*"Spain is acting like a schoolyard bully towards Gibraltar. Britain must stand up to Madrid" (The Daily Telegraph, 10/VIII/2013).*

Para presentar dicho conflicto diplomático en la clave que se acaba de señalar, el cual es complejo y enrevesado, los medios británicos han enfatizado muchas de las medidas de España relativas a este asunto, estableciendo juicios, por ejemplo, criticando fuertemente los controles de entrada, la prohibición de la venta de arena, etc. En cualquier caso, lo que más ha sido empleado por la prensa inglesa fue la idea de que el entramado de Gibraltar ha sido un conflicto artificial y táctico para distraer a la opinión pública del "caso Bárcenas".

*"He commented that perhaps it suited Spain's ruling Popular Party to keep Gibraltar in the headlines for a few more days yet. 'There is certainly a smoke screen element to all this and the best way for Spanish government to play out August is to have Gibraltar on the front pages and not the scandals that are afflicting them'" (The Daily Telegraph, 9/VIII/2013).*

Por último, es necesario mencionar el sesgo de espectacularidad que ha empleado la prensa británica para llamar la atención de cara a este conflicto. El más claro ejemplo de esto reside en el énfasis que puso en la fuerza naval británica cuando navegó por el Mediterráneo en

---

pleno conflicto; mientras que dicha travesía era completamente ajena al conflicto, la prensa ha unido este dato de manera sutil al conflicto, llegando a crear un posible escenario de beligerancia en el imaginario social del lector. He aquí un ejemplo:

*" Three ships including the frigate HMS Westminster are due to stop later this month in the port amid a standoff with Madrid over punitive border checks for visitors to Gibraltar. The visit was announced two days after Gibraltar's chief minister demanded that warships be sent to stop Spanish incursions into the Rock's territorial waters. On Thursday, Fabian Picardo told The Telegraph the territory would be delighted to welcome the Royal Navy" (The Daily Telegraph, 9/III/2013).*

El tercer y último discurso que se encuentra es propio de la prensa argentina pues, de la misma manera que la prensa británica se ha identificado con Gibraltar, Argentina lo ha hecho con España a través de una situación análoga: las Islas Malvinas. Su discurso ha enfatizado lo anacrónico que es el imperialismo, atentando contra la imagen de Gibraltar, dinamitando el derecho de autodeterminación calificándolo de inexistente, tendiendo así un puente entre el caso de Gibraltar y las Islas Malvinas.

*"Desde hace décadas Gran Bretaña, como hace con las islas Malvinas, se niega a negociar la soberanía del Peñón con España invocando el inexistente derecho a la autodeterminación que, sostiene, corresponde a la población local, que por supuesto de 'originaria' no tiene nada pues ha sido importada y hoy es simplemente británica. Por esto, Gibraltar es el último rincón colonial en Europa. Una altiva aberración que está a contramano de los tiempos, el Derecho, la lógica y la justicia, y que, además, fomenta el contrabando, en especial de bebidas alcohólicas y cigarrillos, pero también de armas; la evasión fiscal; el flagelo del narcotráfico, y la corrupción en general, todas actividades repudiables de las que se beneficia buena parte de la población de Gibraltar" (La Nación, 28/VIII/2013).*

## Conclusión

Hace un año, la esfera económica era el gran punto flaco de la imagen de España. Sin embargo, ahora se puede afirmar que la imagen en torno a España en éste ámbito ha dado un giro muy positivo. Habitualmente es el turismo el que suele liderar este fenómeno, pero esta vez no sólo es atribuible a éste. Las políticas económicas emprendidas, un fuerte flujo de exportaciones, un bajo riesgo de financiación pública, un fortalecimiento del sistema bancario y una bajada del paro son los "líderes de opinión" en materia económica. A pesar de ello, este "vuelo" se ha visto truncado debido al impacto que han tenido "el caso Bárcenas", el accidente de Santiago de Compostela y el conflicto de Gibraltar.

Así, una vez más encontramos dos discursos que siguen trayectorias totalmente distintas: una imagen económica muy fortalecida en comparación con el verano de 2012, frente a una imagen política y social que se convierte en la última convalecencia de la imagen de España en la prensa internacional.

### Nota metodológica

La metodología empleada en el estudio se desarrolla en tres fases distintas en las que se da un enfoque 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 han constituido códigos y pilares discursivos que, dando comienzo a la segunda fase, han servido de guía para el análisis cualitativo. Una vez reconstruido el discurso, 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 subcódigos y el estadístico C-Coocurrencia.

En cuanto a los objetos de estudio, se ha empleado la base de datos *Factiva*, consistente en varios cientos de medios de comunicación por cada país. Así, por falta de espacio, se citarán sólo algunos de los principales medios de cada país estudiado:

- Alemania: *Aachener Zeitung, Die Actien Börse, Abendzeitung München, Allgemeine Zeitung Mainz, Allgemeine Bäckerzeitung, Berliner Zeitung, Beschaffung Aktuell, Deutsche Welle, Die Welt, Handelsblatt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Der Tagesspiegel, Südwest Presse, Süddeutsche Zeitung, Thüringer Allgemeine.*
- Argentina: *Apertura, Buenos Aires Herald, Clarín, El cronista, Diario Uno, Infobae, Mercado Digital, La Nación, Página 12, La Prensa, Prensa Internacional, El Tribuno, La Voz del Interior, El Zonda.*
- China: *AAStocks Financial News, Apple Daily, Ashu IR China Stock News, Baichuan Information, Beijing Business Today, Beijing Daily, The Beijing News, The Beijing Morning Post, CEI Asia, Central News Agency English News, Century Weekly, China Business Newswire, IT News, Metro Beijing, Ming Pao Daily News, Modern China, Nandu Daily, China Daily.*
- EEUU: *The Wall Street Journal, Bloomberg, The New York Times, CNBC Network, CNN, Fox News, The San Francisco Chronicle, San Antonio Express, Forbes, ABC Network, Washington Post, Marketwatch, CNNMoney, Time, The Baltimore Sun, Orlando Sentinel, MSNBC Network, The Atlanta Journal-Constitution, Philly.com, Denver Post, The Business Insider, Houston Chronicle, The Christian Science Monitor, National Public Radio, South Florida Sun, Tampa Bay Times, St. Louis Post-Dispatch, Chicago Tribune.*
- Francia: *Agence France Presse, Agevillage, Alertes, Alternatives Economiques, L'Annuaire de la Finance, Challenges, CFO-News, cBanque.com, Centre Presse, Chalabre, L'Expansion, L'Express, Faire-Soi-Même, Le Fauteuil de Colbert, L'indépendant, L'Humanité, Le Monde, Les Echos, Le Phare, Le Progrès.*
- Italia: *Andkronos-General News, Agenzia Giornalistica Italia, Borsa Italiana, Italia Oggi, Il Mondo, La Nazione, Ill Sole 24 Ore, Corriere della Sera, La Repubblica, La Provincia Pavese, Punto Informático, Quattoroute, Radicali Italiani, Quotidiano Nazionale, Ill Fatuo Quotidiano, Radio Italia, Scanner, La Sentinella del Canavese.*
- México: *Alto Nivel, Crónica, Diario de México, Diario de Yucatán, El Economista, El Empresario, Énfasis Logística, Expansión, El Financiero, El Norte, El Nuevo Día, Sol de Puebla, El Universal, El Vigía.*
- Reino Unido: *Antrim Times, Appleseeds, Arbroath Herald, The Architects' Journal, Ashbourne News Telegraph, Basildon Recorder, Batley News, BBC Network, Bedford Times and Citizen, Belfast Telegraph, Beverly Guardian, Boston Standard, Citywire, The Daily Express, The Daily Telegraph, The Economist, Financial Times, The Guardian, The Herald, The Independent, The Observer, Reuters, The Telegraph Online, The Times.*