

Barómetro de la Marca España (BME): resultados de la 2ª oleada, diciembre de 2012

Javier Noya | Director del OIE (Observatorio Imagen de España)

Índice

- (1) Presentación
 - (2) ¿Cambio de ciclo? Mejora significativa de la imagen de España a finales de 2012
 - (3) No hay efecto PIGS: España, en los niveles de Italia y Francia, muy alejada de Grecia o Argentina
 - (4) Desinformación sobre España
 - (5) La valoración de la economía
 - (6) La percepción de la evolución de la economía española
 - (7) Buena imagen de Rajoy
 - (8) En Argentina, mejor imagen de Rajoy que de Fernández de Kirchner
 - (9) Desconocimiento de Rajoy en el exterior
 - (10) Valoración de los países y de los líderes
 - (11) Valoración interna y externa: comparación de Merkel y Rajoy
 - (12) La imagen de Cataluña en el exterior, peor que la del conjunto de España
 - (13) Una Cataluña independiente, mala para la UE
 - (14) Cataluña vs Barcelona
 - (15) Conclusiones: la pinza de la prima de riesgo económico y político
- Ficha técnica
Anexo (Figuras 25-31)

(1) Presentación

En este documento se presentan los resultados de una encuesta sobre la imagen de España realizada a una muestra representativa de la población general de EEUU, Argentina, Italia, el Reino Unido y Alemania.

Se trata de la segunda oleada del Barómetro de la Marca España (BME). El cuestionario repite algunas preguntas de las hechas en la primera oleada (verano de 2012) en tres de estos cinco países –EEUU, el Reino Unido y Alemania–, de modo que se puede rastrear la evolución de la imagen de España en ellos.

Los análisis de prensa internacional, *webs*, blogs, etc., en los últimos meses indican que los dos temas que han dominado la agenda sobre España en todo el mundo han sido la crisis económica y el separatismo catalán. Y sobre estas cuestiones se ha centrado la encuesta.

En los sucesivos apartados del informe se irán desgranando los resultados de la encuesta. Dado el tamaño de las muestras empleadas, se limitará a la comparación de países. No tiene

sentido desglosar y analizar resultados por variables sociodemográficas, pues no hay una base suficiente en cada país.

Comenzaremos por la imagen global del país, para pasar después a la imagen de la economía, que es sin duda el problema que nos sigue preocupando más a todos desde hace cuatro años, aunque sea todavía más sangrante desde el verano pasado. La amenaza de un segundo rescate de la UE sigue pesando como una espada de Damocles, y tenemos que estar atentos a la evolución de la percepción en los últimos meses.

En este sentido, también estudiaremos la imagen del presidente Rajoy. No cabe duda que la mayor o menor confianza que infunda su figura también tiene que tener un impacto en la imagen global del país.

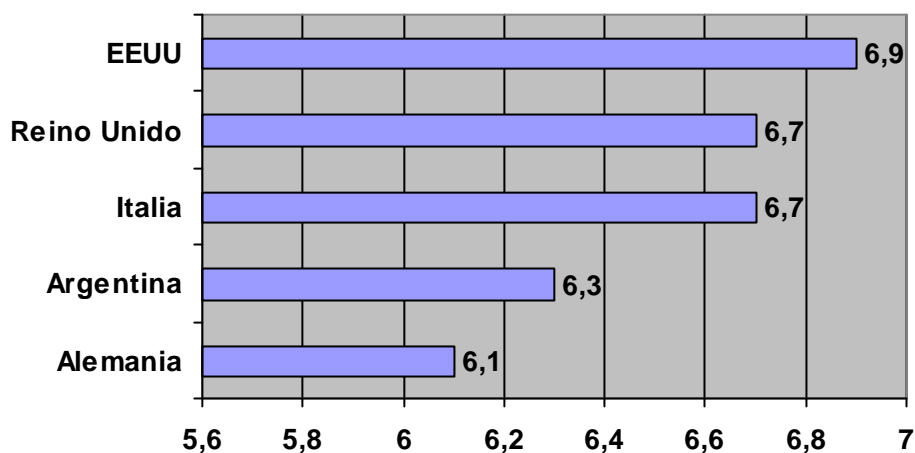
Finalmente, como ya hemos dicho, en el documento trataremos la imagen de Cataluña en el mundo, una cuestión candente a raíz del pulso soberanista del gobierno de dicha Comunidad Autónoma. También se estudiará cómo se recibiría en otros países a una Cataluña independiente de España.

Por lo tanto, los tres grandes temas de esta oleada del BME son: (1) la imagen de la economía española y su evolución; (2) la visibilidad y valoración del presidente Rajoy; y (3) el impacto del independentismo catalán.

(2) ¿Cambio de ciclo? Mejora significativa de la imagen de España a finales de 2012

La mejor imagen de España en el invierno de 2012 la encontramos en EEUU e Italia, mientras que la peor se da en Alemania y Argentina, aunque siempre sin bajar del 6, con lo cual sigue siendo buena. En cualquier caso, sorprende la variación significativa entre los distintos países, de casi un punto entre los que nos valoran mejor y peor, que obviamente obedece al enfoque que dan los medios de comunicación en cada uno de ellos.

Figura 1. Valoración de España en distintos países (escala de 0 a 10)



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

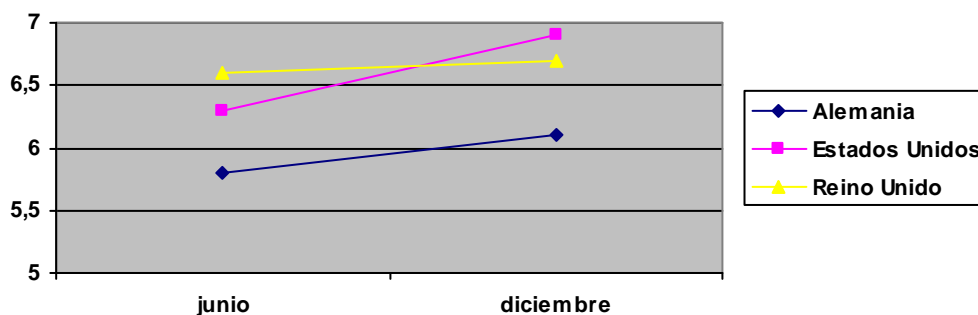
En los tres países en los que se ha repetido la encuesta de junio se observa una mejoría importante. La valoración de España es ahora más favorable que hace unos meses.

El dato más positivo lo obtenemos en EEUU, donde España pasa de recibir un 6,3 en verano a casi un 7 en diciembre –6,9 para ser más exactos–. Por lo tanto, si ha habido un efecto negativo de los medios, cómo el *New York Times* con su reportaje sobre la pobreza en nuestro país, no ha dejado huella en la opinión pública norteamericana.

La imagen de España en Alemania también mejoró, ligera pero significativamente, al aumentar la nota media del 5,8 al 6,1.

Finalmente, incluso en el Reino Unido encontramos el aumento en una décima, del 6,6 al 6,7, aunque no sea significativo desde el punto de vista estadístico.

Figura 2. Evolución de la valoración de España, entre junio y diciembre de 2012 (escala de 0 a 10)



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

En resumen, la imagen de España en la opinión pública ha mejorado a finales de 2012. Sin duda, no es ajeno a esta tendencia el anuncio de Draghi sobre la compra de deuda de los países periféricos por parte del BCE y la menor presión de la prima de riesgo sobre España, que han alejado a nuestro país del ojo del huracán.

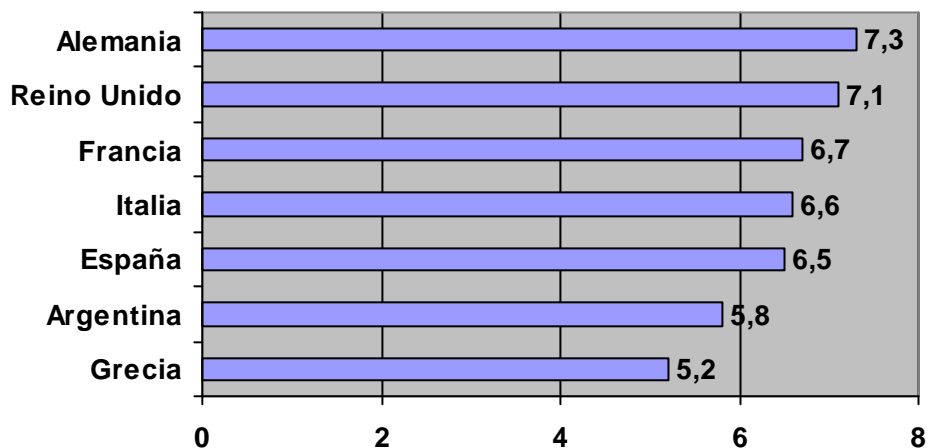
¿Estamos ante un cambio de ciclo? ¿Comenzará una mejoría que nos aleje del fantasma del rescate? Es pronto para decirlo. Una golondrina no hace una primavera. Hay que seguir la evolución en próximos sondeos para ver si se confirma la tendencia.

(3) No hay efecto PIGS: España, en los niveles de Italia y Francia, muy alejada de Grecia y Argentina

Cuando comparamos la imagen de España con la de otros países, en el conjunto en que se realizó el estudio, obtenemos que la puntuación que se da a España es de 6,5, es decir, un bien alto, casi un notable. Esta nota nos sitúa en la órbita de países como Francia (6,7) e Italia (6,6) y, al mismo tiempo, nos aleja de los que tienen una nota más baja, que son Grecia (5,2) y Argentina (5,8).

Nuestro país está más cerca de Alemania, la mejor valorada, con un 7,3, que de Grecia, la peor valorada. Esto significa que, al menos en lo que al ciudadano medio se refiere, no hay un efecto PIGS: no se mete en el mismo saco a España y Grecia.

Figura 3. Valoración de España en comparación con otros países (escala de 0 a 10)



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

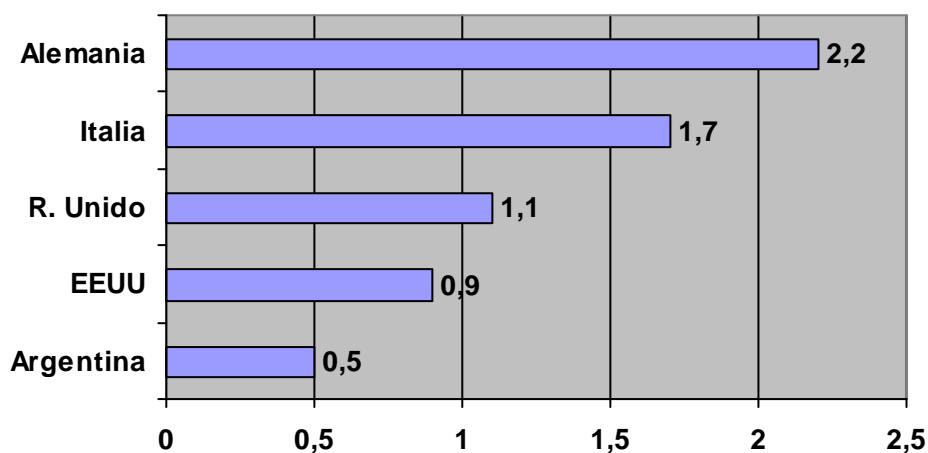
Profundizando en esta cuestión, echamos un vistazo a las diferencias que establece la opinión pública de los distintos países, primero entre España y Grecia.

Si en la media de los cinco países sondeados en esta segunda oleada, España le saca a Grecia 1,3 puntos, la ventaja de nuestro país es de casi el doble en Alemania. Ésta es una muy buena noticia para España.

A renglón seguido, en el Reino Unido e Italia nuestro país gana a Grecia un punto o más en Italia, el Reino Unido y EEUU. Otra buena nueva.

El único país que parece tener una imagen de España más cercana a la de Grecia es Argentina. En este informe, en otro lugar, ya hemos intentado explicar el origen de esta inquina.

Figura 4. Valoración de España en comparación con Grecia en distintos países (escala de 0 a 10)



Nota: puntuación de España menos puntuación de Grecia.

Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

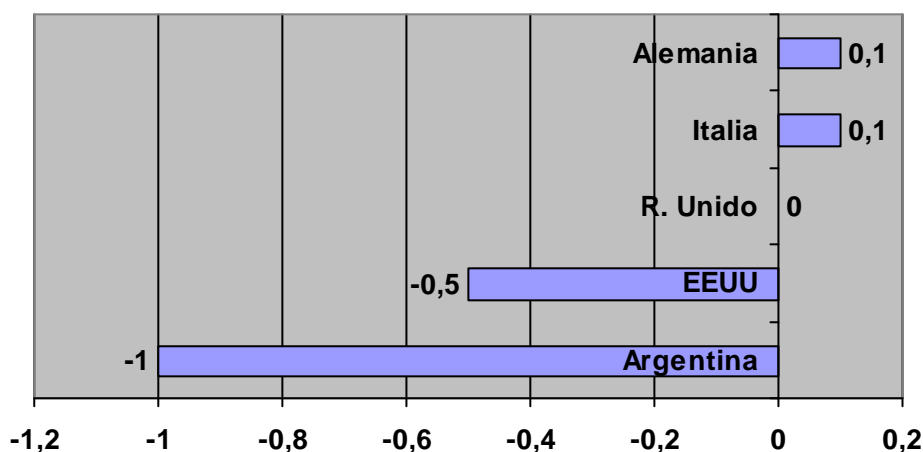
Pasando ahora a la comparación entre la imagen de Italia y España en distintos países, ya vimos que en la media de los cinco países apenas hay una diferencia significativa de 0,2 puntos. España es Italia.

Con todo, como ocurría en la anterior comparación, encontramos diferencias significativas en la valoración que se hace en los distintos países. En Italia, Alemania y el Reino Unido la ecuación “España igual a Italia” se cumple exactamente, pues no hay diferencias.

En cambio, en EEUU y Argentina la ventaja de Italia respecto a España es importante. En la hiperpotencia norteamericana quizá la influencia de la comunidad italiana haga que se valore mucho mejor a nuestro país vecino, con medio punto más.

Ahora bien, en el caso de Argentina la ventaja de Italia respecto a España llega a un punto. Es evidente que por los factores apuntados en otros momentos tenemos un problema de imagen en el país latinoamericano.

Figura 5. Valoración de España en comparación con Italia en distintos países (escala de 0 a 10)



Nota: puntuación de España menos puntuación de Italia.
Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

(4) Desinformación sobre España

Aunque la imagen de España no sea tan mala como podemos suponer de puertas adentro, e incluso aunque haya mejorado recientemente, persisten problemas estructurales no sólo en la superficie de las valoraciones, sino también en su base social. Pondré el ejemplo del nivel de estudios, que es una buena aproximación al acceso a la información sobre nuestro país. A los ciudadanos de otros países con estudios superiores hay que suponerlos al día de lo que pasa en el exterior, o al menos con más interés que a sus conciudadanos con menor nivel de estudios.

Pues bien, este comportamiento diferenciado de los titulados superiores en lo que respecta a su valoración del exterior sí se cumple cuando se les pregunta por Italia o por Grecia. En los países en los que se ha realizado el sondeo, los universitarios tienen una visión de dichos países que es mucho más amable que la de sus paisanos con menos estudios, acaso porque en los medios de comunicación a los que acceden estos últimos impera el catastrofismo.

No es *peccata minuta*: en el caso de Grecia, los entrevistados con niveles de estudios más bajos la suspenden, mientras que los titulados superiores, la aprueban. Sin embargo, no ocurre lo mismo en el caso de España, ya que no encontramos diferencias en las respuestas entre los entrevistados de distintos niveles de estudios. Por poner un ejemplo, un ingeniero británico tiene la misma opinión de España que el obrero que trabaja en su misma empresa. Insisto: es una coincidencia que pareciera que no se da respecto a otros países y que está indicando un problema de información sobre nuestro país.

Figura 6. Valoración de Grecia, Italia y España, en función del nivel de estudios del entrevistado (escala de 0 a 10)

	Italia	Grecia	España
Estudios primarios	6,2	4,4	6,4
Estudios medios	6,6	5	6,5
Estudios superiores	7,1	5,6	6,5

Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

Más adelante, cuando analicemos la valoración del presidente del gobierno, Mariano Rajoy, retomaré esta cuestión.

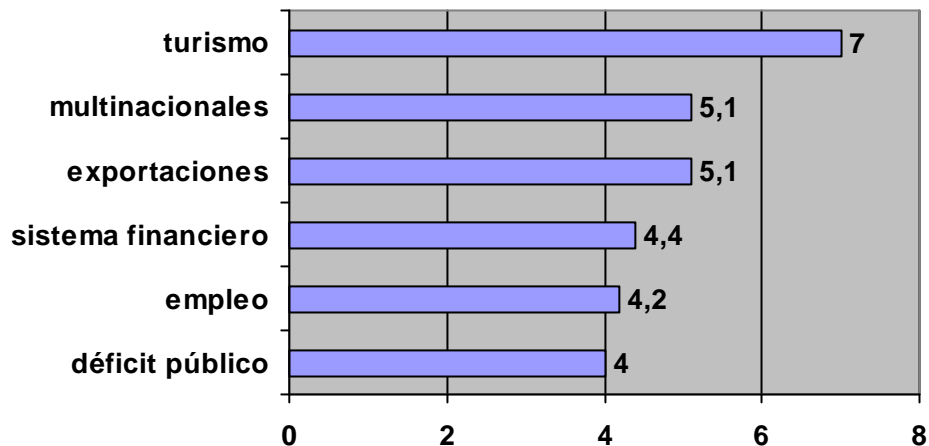
(5) La valoración de la economía

En el extranjero lo mejor valorado es la cultura española, con un 7,2. En el extremo opuesto, la peor nota la obtiene la economía: con un 4,3 es la única dimensión en la que nos suspenden. Y es que la política aprueba con un 5 y la sociedad española incluso llega al bien (6,2).

Antes de profundizar en la percepción de la economía española en el exterior, en este punto es inevitable subrayar la discrepancia significativa que se da entre la imagen exterior de la política española y la opinión pública de nuestro país. Por una serie de factores en los que no podemos entrar aquí, sabemos que los españoles suspenden a sus políticos y critican las instituciones democráticas. Este suspenso de los españoles contrasta con el aprobado que reciben fuera. Es uno de los aspectos en los que hay una mayor distancia entre la autoimagen y la imagen exterior.

Pero volviendo a la valoración de la economía española, también hay que subrayar que los entrevistados en esta oleada del BME diferencian perfectamente unas dimensiones de otras, acaso por el volumen de información y/o opinión sobre España que ha inundado los medios de comunicación en los últimos meses. Los puntos fuertes de la economía española en la opinión pública internacional, es decir, aquéllos mejor valorados, son el turismo con un 7 y, a mucha distancia, las multinacionales y las exportaciones, que aprueban, pero sólo con un 5,1.

Figura 7. Valoración de distintos aspectos de la economía española



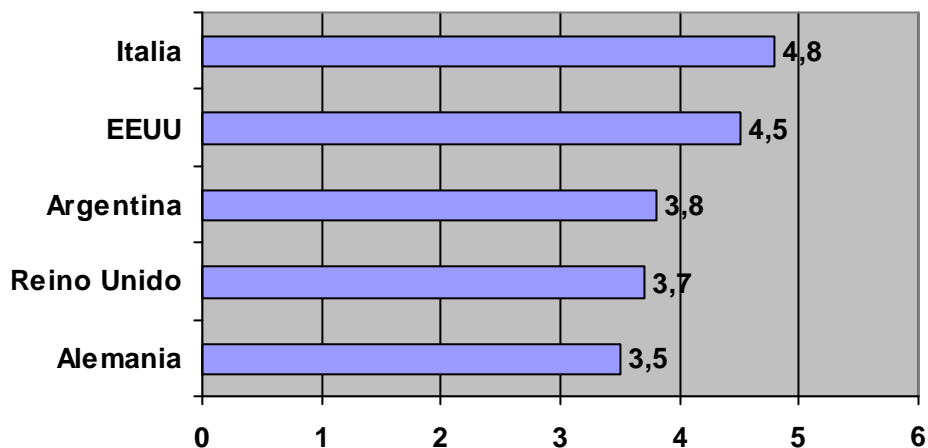
Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

Como puntos débiles de la economía española los entrevistados aciertan al suspender a nuestro país por el déficit público (4,1). También lo hacen en términos muy similares el empleo y el sistema financiero (4,2 y 4,4, respectivamente). Evidentemente, estos datos revelan un sesgo en la información que reciben los públicos de los países avanzados sobre España, pues en realidad, analizado fría y objetivamente, el déficit público español no es tan diferente al de otros países de nuestro entorno, y sin embargo nuestra tasa de paro está disparada. Por lo tanto, nuestro país debería estar más penalizado por lo segundo que por lo primero.

En cualquier caso, como venimos subrayando, entre la dimensión mejor valorada (el turismo) y la peor valorada (el déficit público), la diferencia es abultada, del orden de los 3 puntos. Esto está indicando un nivel de información y una capacidad de diferenciación del entrevistado que es, desde luego, importante, por significativos que puedan ser los sesgos a los que hemos aludido.

La variación entre países también es significativa cuando analizamos el diagnóstico de problemas concretos, como por ejemplo el déficit público. Como era de suponer, la percepción del problema español es mucho más sangrante en Alemania que en Italia: la primera nos puntúa con un 3,5, mientras que la segunda casi nos aprueba con un 4,8. Es evidente que la cuestión se plantea de forma muy distinta en los dos países, ya que uno, la potencia centroeuropea, es la abanderada del recorte del déficit, mientras que el país mediterráneo es otro de los aquejados por el problema. De ahí la diferente valoración.

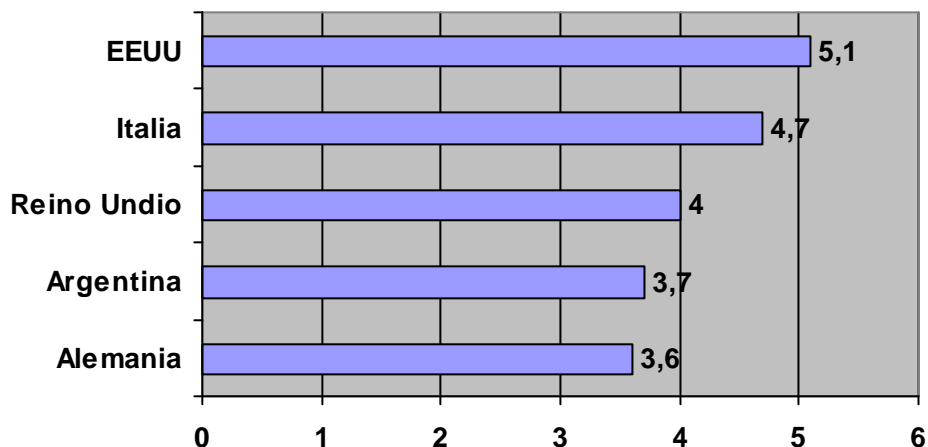
Figura 8. Valoración de la economía española (déficit público)



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

Con todo, la diferencia aún es mayor y más elocuente en el caso del “problema español” por excelencia: el paro. Ciertamente, Alemania y el Reino Unido parecen tener la visión más realista, pues son quienes puntúan a España más bajo. Por el contrario, los ciudadanos norteamericanos son los más desinformados, pues incluso llegan a aprobar a nuestro país.

Figura 9. Valoración de la economía española (empleo)



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

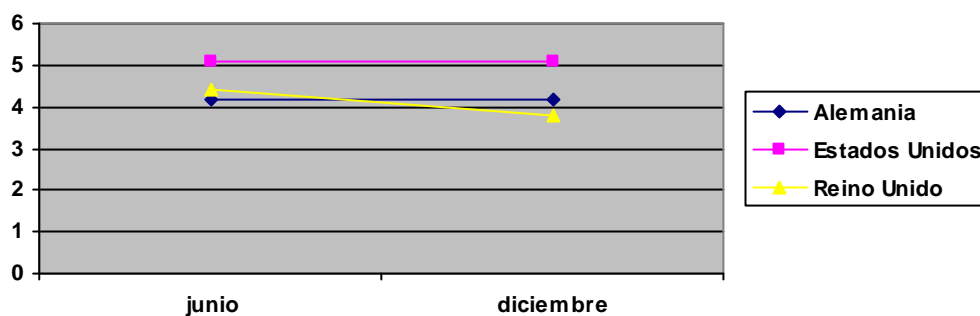
(6) La percepción de la evolución de la economía española

En un apartado anterior subrayamos que la imagen global de España en los tres países en los que se ha repetido la encuesta había mejorado significativamente. Veamos si este aumento de la nota global se traslada también a las dimensiones subyacentes de la imagen.

Cuando analizamos la evolución de la imagen, comparando el Barómetro de verano con el de invierno, nos encontramos con que en Alemania, el Reino Unido y EEUU la nota dada a la economía española ha bajado del 4,8 al 4,5. El descenso en realidad se produce sólo en el caso del Reino Unido, pues la diferencia es de más de medio punto: 4,4 en verano frente a

3,8 en invierno. En Alemania y EEUU se detuvo la caída de la valoración de la economía española, puesto que las notas del invierno son las mismas que las del verano.

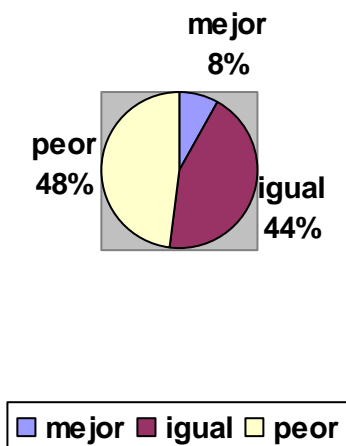
Figura 10. Evolución de la valoración de la economía española, entre junio y diciembre de 2012 (escala de 0 a 10)



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

En esta encuesta de invierno se preguntó explícitamente a los encuestados por la evolución de la economía española. Entre quienes tenían una opinión formada, para el conjunto de los cinco países en los que se realizó el sondeo de invierno, prevaleció la idea de que la situación de nuestro país había empeorado desde el verano.

Figura 11. Profundizando en la situación de la economía española, ¿cómo diría Vd. que ha evolucionado en los últimos seis meses?



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

Por países, en coherencia con los resultados vistos más arriba, el empeoramiento de la imagen económica de España es mayor en el Reino Unido que en Alemania. Incluso en EEUU, con esta formulación de la pregunta, el porcentaje de entrevistados que piensan que la economía española sigue igual que hace seis meses (60%) dobla al de los que piensan que ha empeorado (31%).

Figura 12. Valoración de la evolución de la economía española, según países

	Alemania	Reino Unido	Argentina	Italia	EEUU	Total
Mejor	6,3	5,2	9,1	11,9	9,2	8,3
Igual	41,4	40,6	36,4	40,5	59,8	43,8
Peor	52,3	54,3	54,5	47,6	31	47,9
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

En cualquier caso, la evolución de la imagen de la economía española fue peor que la de la imagen global, y, por lo tanto, no se puede hablar de correlación o paralelismo. ¿Qué es entonces lo que provoca la mejoría de la primera a pesar del empeoramiento o el estancamiento de la segunda? Un aumento de la nota en las otras dimensiones, en torno a 0,2: no muy alto pero suficiente para compensar el descenso de la nota de la economía y hacer que mejore la imagen global del país.

Los análisis de contenidos de la prensa internacional y de Internet en los últimos meses del invierno de 2012 nos indican que siguió habiendo malas noticias sobre España, pero que también comenzaron a aparecer otras positivas en otros aspectos. Así se explica la paradoja anterior.

Al margen de la evolución en el último semestre, ceñida a las tres grandes potencias (EEUU, el Reino Unido y Alemania), hay que subrayar las discrepancias en las valoraciones de Italia y Argentina, a pesar de que sean países muy próximos a España, el primero como país mediterráneo, de la Europa del Sur, como nosotros; y el segundo por los vínculos históricos y culturales, a pesar de la distancia.

La valoración de Argentina es mucho más crítica que la de Italia. Entre los primeros el 54% cree que la economía española ha empeorado, mientras que entre los segundos es del 47%. Esta actitud más negativa de Argentina además es coherente –recordemos– con el dato inicial sobre la valoración global de nuestro país: los italianos nos dan un 6,7, mientras que los argentinos lo hacen con medio punto menos (6,3).

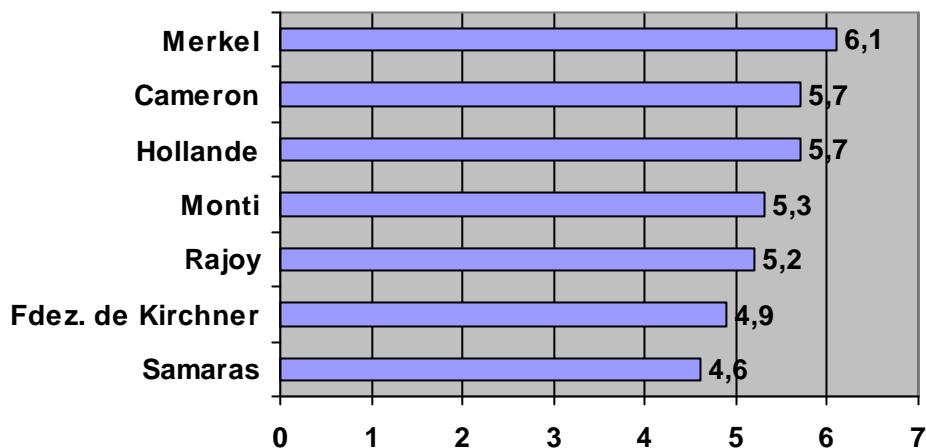
Sin duda los ataques de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner influyen en la opinión pública argentina, que además probablemente sigue con más interés y conocimiento las noticias sobre la crisis española. Ambos factores pueden explicar la importante diferencia que encontramos en los dos países.

(7) Buena imagen de Rajoy

Rajoy es valorado con una nota media de 5,2 en los cinco países. Con este aprobado, alcanza unos niveles similares a Monti (5,3), quedando a medio punto de Hollande (5,7). Merkel, la mejor valorada con un 6,1, saca a nuestro presidente casi un punto.

Sin embargo, hay que destacar la ventaja de Rajoy respecto a los dos suspensos en la opinión pública global: el presidente griego Samaras (más de medio punto) y la argentina Fernández de Kirchner (cerca del medio punto).

Figura 13. Valoración de líderes internacionales (escala de 0 a 10)

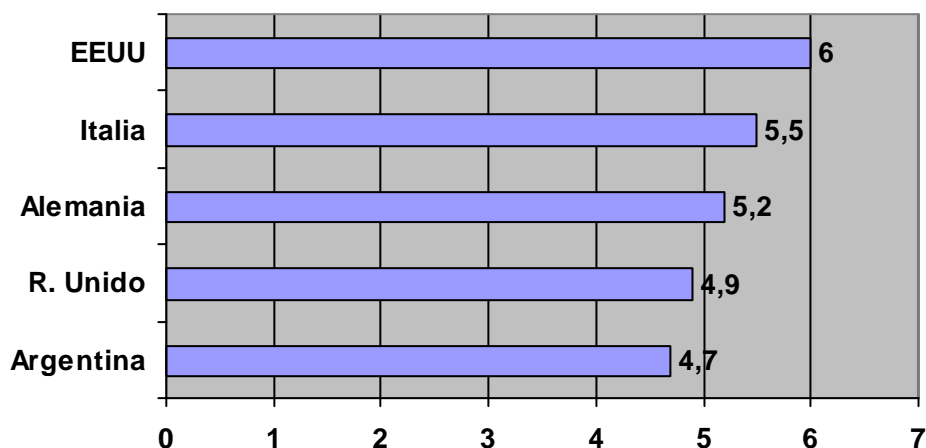


Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

En este punto es inevitable comparar la imagen de Rajoy en el exterior con la valoración que de su figura hace la opinión pública española. Todos los sondeos, comenzando por las series de Barómetros del CIS, indican que nuestros conciudadanos suspenden al presidente, así como también a casi toda la clase política española. Por lo tanto, el aprobado del exterior contrasta con el suspenso en nuestro país. Nadie es profeta en su tierra... y es una discrepancia habitual en casi todos los países, aunque sin duda aquí también hay un efecto de la crisis económica.

Los países en los que la valoración de Rajoy es más alta son EEUU e Italia. En cambio, nuestro presidente sólo suspende en la opinión pública argentina. Los ataques de Cristina Fernández de Kirchner a España sin duda pesan en el ánimo de su opinión pública.

Figura 14. Valoración de Rajoy en distintos países (escala de 0 a 10)



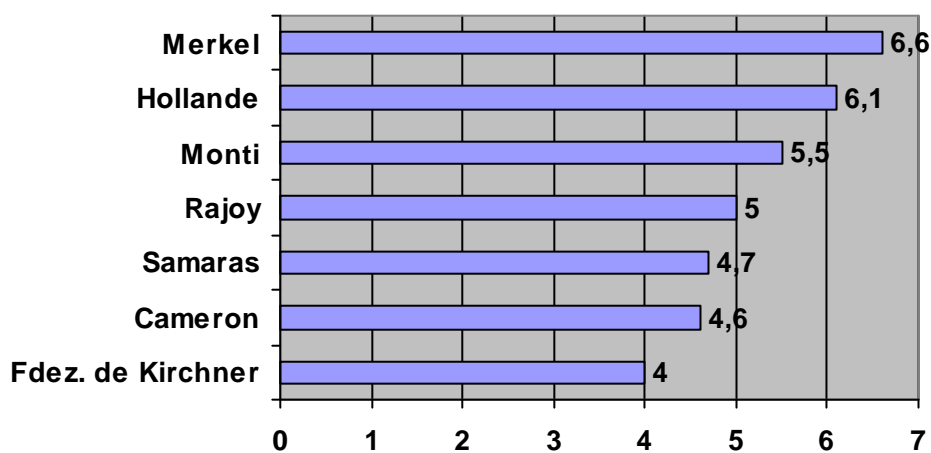
Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

(8) En Argentina, mejor imagen de Rajoy que de Fernández de Kirchner

Como curiosidad subrayar que la imagen de Rajoy en Argentina es mejor que la de la presidenta del país, Fernández de Kirchner, a pesar de sus ataques a España. De hecho, en su país la política argentina es peor valorada que cualquiera de los otros líderes.

La mala valoración de la presidenta hace que su popularidad caiga a los niveles de Cameron, quien como primer ministro del Reino Unido tenía todas las papeletas para ser mal valorado en Argentina. Evidentemente, doña Cristina atraviesa unos problemas de legitimación que a lo mejor explican dicha ofensiva contra nuestro país, que evidentemente no está dando los frutos esperados.

Figura 15. Valoración de líderes en Argentina (escala de 0 a 10)



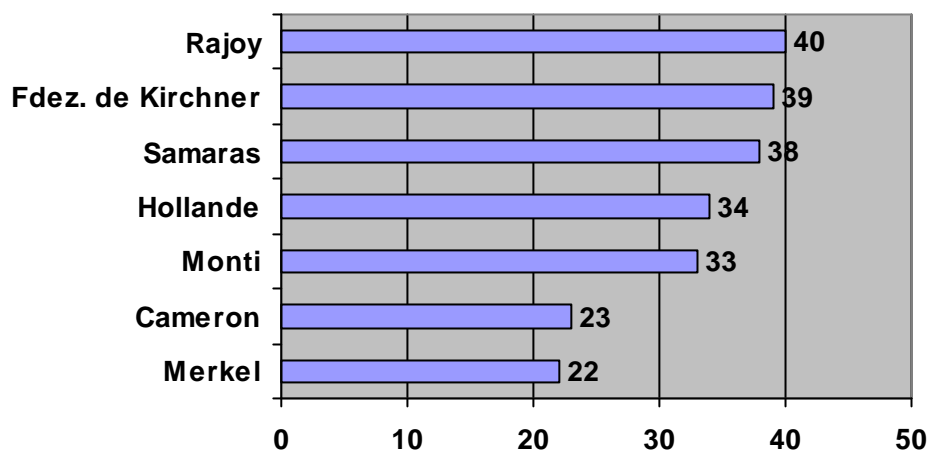
Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

(9) Desconocimiento de Mariano Rajoy

El punto débil de Rajoy está en el desconocimiento o la ambigüedad que genera en los entrevistados. Cuatro de cada 10 no sabe o no contesta cuando se pregunta por él, y esto le convierte en uno de los líderes con un perfil menos nítido.

Como quiera que otros de los líderes por los que se ha preguntado también llevan poco tiempo en el poder, como Hollande, el desconocimiento de Rajoy en el exterior no se puede atribuir a esta variable. Hay un problema de visibilidad y/o comunicación.

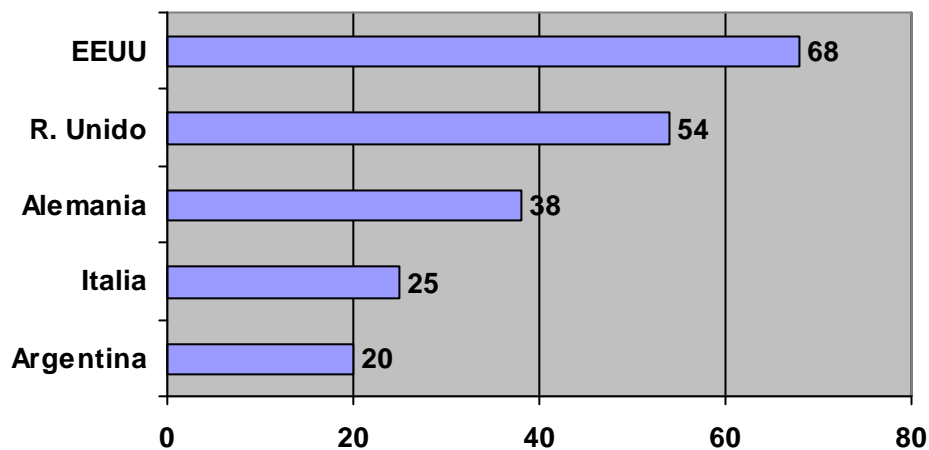
Figura 16. Porcentaje de desconocimiento de líderes internacionales



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

El problema del desconocimiento de Rajoy se agrava en los países de habla inglesa. Uno de cada dos británicos es incapaz de pronunciarse. Y en el caso de EEUU son dos de cada tres norteamericanos. Pero incluso en Alemania casi la mitad (40%) tampoco acierta a opinar sobre Rajoy.

Figura 17. Porcentaje de desconocimiento de Rajoy en distintos países



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

Cuando analizamos las valoraciones de quienes sí tienen una opinión formada sobre Rajoy, volvemos a toparnos con el problema general que ya emergía al hablar de la imagen de nuestro país. No hay diferencias en las evaluaciones entre los entrevistados con estudios primarios y los universitarios, cuando, como es lógico, debería haberlas.

Y es que cuando hablamos de otros presidentes de gobierno de otros países, sí las hay, y bien significativas. En los países en los que se realizó la encuesta, los universitarios aprueban a Monti con casi un 6, mientras que sus conciudadanos con menos estudios le suspenden.

Por lo tanto, una vez más, se pone de manifiesto la falta de información sobre España, pues con la que está cayendo no cabe la hipótesis de que se trate de un desinterés generalizado por nuestro país. Las noticias no están llegando a sus destinatarios.

Figura 18. Valoración de Monti, Samaras y Rajoy, en función del nivel de estudios del entrevistado (escala de 0 a 10)

	Italia	Grecia	España
Estudios primarios	4,8	4	5,1
Estudios medios	5,1	4,5	5,2
Estudios superiores	5,7	4,8	5,2

Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

Algo falla en la Marca España. En la medida en que la política de imagen de España en la actualidad se basa en la estrategia de recuperar la confianza perdida en las potencias anglosajonas mediante la credibilidad que puedan transmitir nuestros líderes, nuestro país tiene un problema, pues la mayor parte del mundo o no sabe quien es Rajoy, o no es capaz de pronunciarse sobre él. Parece necesario un mayor esfuerzo de comunicación del gobierno español para que los enormes ajustes y sacrificios que está pidiendo a los españoles no caigan en saco roto.

(10) Valoración de los países y de los líderes

La valoración de Rajoy, con un 5 de media, es bastante más baja que la de España en su conjunto: el diferencial es de 1,5 puntos. Aunque sucede en todos los casos que la valoración de los líderes es peor que la opinión sobre sus países, los españoles entramos en el grupo de países como el Reino Unido e Italia, de modo que la diferencia es más abultada que en otros.

Figura 19. Matriz de valoración: líderes y países

		Diferencial país-líder ¹	
		Bajo	Alto
Valoración del país	Baja	Grecia	Argentina
	Alta	Francia Alemania	España Italia Reino Unido

Esta matriz resultante de combinar la valoración de los líderes y los países nos puede ayudar a establecer estrategias de comunicación para mejorar la Marca España. Rajoy no parece aportar demasiado al valor de nuestra imagen, lo mismo que Monti y Cameron. En el extremo contrario, Hollande y Merkel suponen un plus de credibilidad para sus países en el exterior.

Dicho lo anterior, sin embargo, también hay que recordar que el principal problema de Rajoy no es tanto la peor valoración –que también– como el mayor desconocimiento que rodea su figura. Así que, aunque ahora no suponga un valor añadido, con el tiempo, si consigue mejorar su visibilidad, sí puede hacerlo... o no. Todo depende de cómo afronte la necesaria estrategia de diplomacia pública que pide a gritos nuestra imagen exterior.

Desde luego, cuando se realizó la segunda oleada del BME a finales de diciembre, a corto plazo el primer problema a resolver es la falta de visibilidad internacional de nuestro presidente. O al menos así era hasta que estalló el “escándalo Bárcenas”, que ha tenido una

¹ En todos los casos la puntuación del país es mayor que la de su líder.

amplia repercusión en la prensa internacional. Puede que este problema haya resuelto el problema de la invisibilidad de nuestro presidente, aunque al precio de aumentar su descrédito.

La próxima oleada del Barómetro nos dirá si se puede hablar o no de un “efecto Bárcenas” a nivel internacional. También nos indicará si el problema afecta sólo a la valoración de nuestro presidente o si, por el contrario, también contamina la imagen del país.

(11) Valoración interna y externa: comparación de Merkel y Rajoy

Para concluir con el apartado de valoración de líderes, es obligada la comparación de la imagen exterior con la valoración en la opinión pública del país. Y en este punto es interesante el contraste que se da entre las figuras de Rajoy y Merkel.

Sucede que la presidenta alemana es aprobada tanto o más dentro, en Alemania, que fuera. La nota que dan los alemanes a Merkel oscila en torno al 6,5, sacándole cerca de dos puntos al líder de la oposición, el socialdemócrata Steinbrück, valorado con un 4,8.²

A pesar de la diferencia importante entre los dos líderes alemanes, también hay que subrayar que los dos obtienen un notable respaldo de su opinión pública, ya que ambos son aprobados-con mejor o peor nota, pero aprobados, al fin y al cabo. No se puede decirlo mismo en el caso de España. Mientras Rajoy llega al 5 en el extranjero, en España se queda en el 2,8, según el Barómetro del CIS.³ Aprobado fuera, suspenso dentro: ese es el perfil de Rajoy.

Ahora bien, a lo anterior hay que añadir que en nuestro país, al contrario que en Alemania, también suspendemos al líder de la oposición, el también socialdemócrata Pérez Rubalcaba, quien obtiene un 3,4. Y otro tanto puede decirse de cualquiera de los políticos por los que pregunta el CIS en sus Barómetros.

Es evidente que la crisis pasa más factura en España que en Alemania, traduciéndose en nuestro caso en un problema de legitimación del sistema político de un enorme calado. La noticia no es buena para Rajoy, pero tampoco para Merkel. Puede que Alemania sea la causante de estos problemas al imponer unas políticas de ajuste tan duro en la UE, pero unos líderes españoles deslegitimados por su opinión pública para ejercer sus funciones son también un problema para Alemania.

(12) La imagen de Cataluña en el exterior, peor que la del conjunto de España

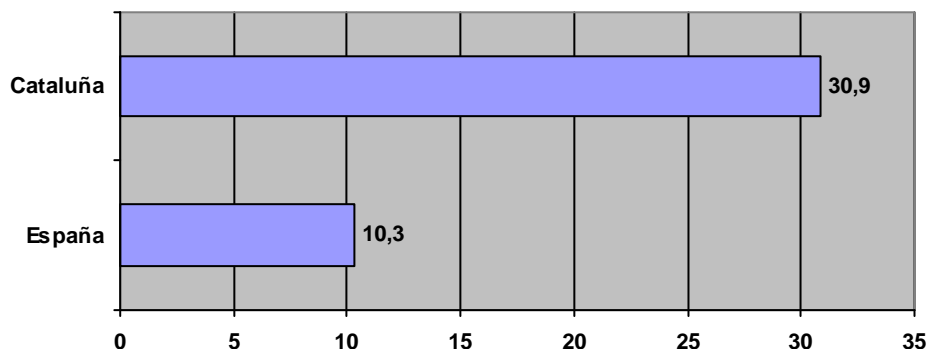
El conocimiento de Cataluña es más bajo que el de España. Y también sucede que la valoración de la Comunidad Autónoma es peor que la del conjunto de España.

En la media de los cinco países en los que se hizo el estudio, sólo uno de cada 10 entrevistados es incapaz de hacer una valoración de nuestro país, mientras que el porcentaje se triplica en el caso de la Comunidad Autónoma, a pesar de la proyección que pueda tener una ciudad como Barcelona, como muestran muchos *rankings*. Puede que haya una imagen de Barcelona, pero no de Cataluña.

² Datos del instituto FORSA de enero de 2013.

³ Barómetro de enero de 2013.

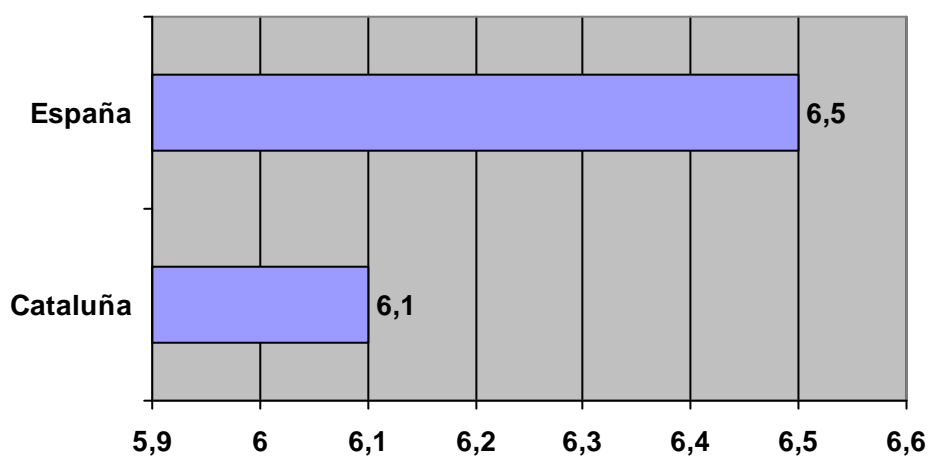
Figura 20. Porcentaje de desconocimiento de España y Cataluña en la media de los cinco países en los que se realizó la encuesta



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

Pasando a las valoraciones, Cataluña obtiene un 6,1, frente al 6,5 de España. Esta diferencia echa por tierra el argumento de que la imagen del país está perjudicando la de la Comunidad Autónoma.

Figura 21. Valoración de España y Cataluña en la media de los cinco países en los que se realizó la encuesta (escala de 0 a 10)

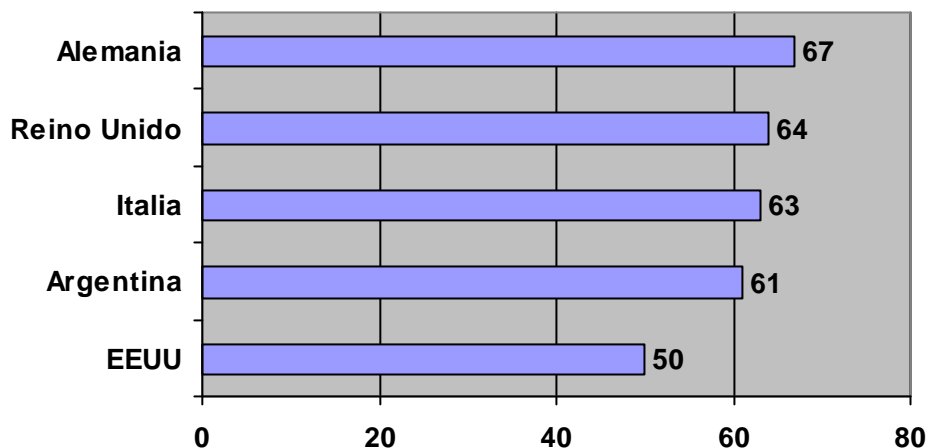


Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

(13) Una Cataluña independiente, mala para la UE

Hay consenso en todos los países: la independencia de Cataluña sería mala para España. Entre aquéllos con una valoración más negativa del escenario separatista está el Reino Unido, acaso por el contencioso escocés.

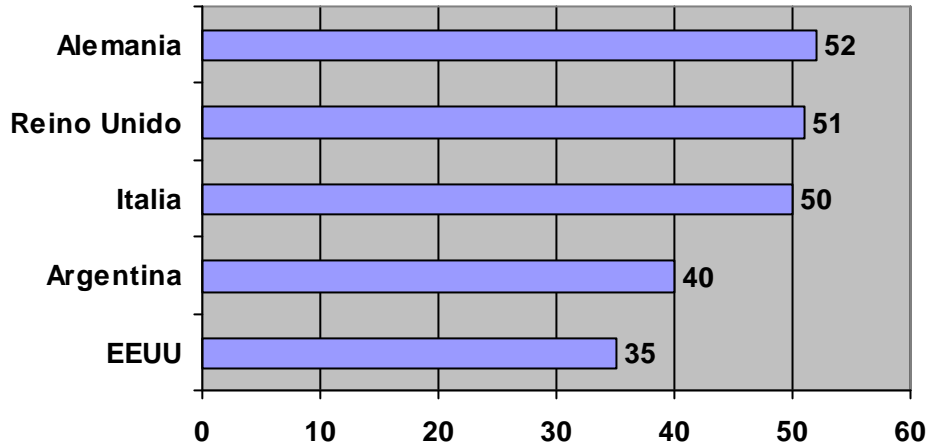
Figura 22. Porcentaje de valoración negativa de la independencia de Cataluña para España



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

También es importante destacar que en los países miembros de la UE en los que se realizó el estudio la mayoría de los ciudadanos entrevistados piensan que la independencia de Cataluña sería negativa para Europa.

Figura 23. Porcentaje de valoración negativa de la independencia de Cataluña para la UE, por países



Fuente: BME, 2ª oleada, diciembre de 2012.

(14) Cataluña frente a Barcelona

Como acabamos de señalar, la reputación de España es mejor que la de Cataluña por separado, seguramente porque los ciudadanos extranjeros entrevistados estén penalizando el giro independentista. Ahora bien, puede haber otras explicaciones.

Por arriba Cataluña, como Comunidad Autónoma, región, nación... o como queramos llamarla, no tiene una visibilidad y un conocimiento tan alto como el de España en su conjunto. Pero el mismo problema se da por abajo: la imagen de Cataluña es peor que, por ejemplo, Barcelona.

El Índice de Imagen de Ciudades del Reputation Institute nos señala que a nivel internacional la valoración de Barcelona es mejor que la de Madrid. Sobre un conjunto de 25 ciudades por las que se preguntó en varios países, con un total de 18.000 entrevistados, Barcelona quedó ni más ni menos que en tercera posición, mientras que Madrid caía hasta la séptima. La diferencia de puntos entre las dos ciudades españolas –4 en total– no es muy abultada, pero en cualquier caso es significativa si tenemos en cuenta que la diferencia entre la metrópolis mejor valorada en el Cityretrack, Vancouver, y la peor valorada, Praga, es de sólo 6 puntos.

Figura 24. Ranking de ciudades

Ciudad	Puntuación	Ranking
Vancouver	74	1
Viena	74	
Sydney	73	2
Copenhague	73	
Oslo	72	3
Barcelona	72	
Florenia	72	
Venecia	71	4
Estocolmo	71	
Melbourne	71	
París	70	5
Munich	70	
Londres	69	6
Osaka	69	
San Francisco	69	
Roma	69	
Zurich	69	
Génova	69	
Frankfurt	68	
Edimburgo	68	
Madrid	68	
Toronto	68	
Berlín	68	
Praga	68	

Fuente: Cityretrack, Reputation Institute, 2012.

Por lo tanto, paradójicamente, Barcelona es “más grande” que Cataluña, al menos en términos de reputación internacional, puesto que su perfil es mucho más alto que el de su Comunidad Autónoma. No es de extrañar, pues con el empujón de las Olimpiadas de 1992 la capital catalana vio como su proyección internacional aumentaba exponencialmente, y desde entonces ha sabido mantenerse en la liga de las ciudades europeas más dinámicas: basta con mirar los datos de la “Fira” de Barcelona para comprobar que acoge eventos o ferias de gran proyección internacional.

En definitiva, la Marca Cataluña o no existe a nivel internacional o no está tan bien valorada como la Marca España. En otras palabras: existe una Marca Barcelona, pero no una Marca Cataluña.

(15) Conclusiones: la pinza de la prima de riesgo económico y político

Hay que empezar subrayando la mejora significativa de la imagen de España a finales de 2012. Después del abismo que se abrió a los pies de nuestro país en el verano, terminado el año la valoración de España empezó a cambiar, por lo que podemos estar ante un cambio de ciclo. Confiamos en que el escándalo Bárcenas no trunque esta trayectoria ascendente.

Lo anterior no impide que prevalezca la idea de que la situación económica de nuestro país había empeorado desde el verano. Aunque mejoró la imagen global, la percepción de nuestra economía siguió siendo mala. Sucede que en otros aspectos de la imagen se produjo cierta mejoría que neutralizó el impacto de las malas noticias económicas.

Otro punto a subrayar es que no hay efecto PIGS. A España se la sitúa en los niveles de Italia y Francia, muy alejada de Grecia y Argentina. La ventaja de España respecto al país heleno es más abultada en países como Alemania, el Reino Unido y EEUU, lo cual es una buena noticia para España.

Pasando a la valoración de Rajoy, hay que subrayar que goza de una buena imagen, que es desde luego mejor que la que encontramos en nuestro país. Como punto débil, señalar que tiene un perfil más bajo que otros líderes, y quizá debiera pelear por hacerse un hueco en foros y conferencias internacionales, o hacer más visitas oficiales al extranjero, para tener una mayor visibilidad y, de paso, trasladar a la opinión pública global los sacrificios que está haciendo España.

Continuando con la imagen de nuestro presidente, destacar también que en Argentina hay mejor imagen de Rajoy que de Fernández de Kirchner. Sin embargo, hay que subrayar que de todos los países sondeados el latinoamericano es el que tiene una visión más crítica de España en todos los aspectos.

Cambiando de tercio, la segunda oleada del BME también muestra que la imagen de Cataluña en el exterior es peor que la del conjunto de España. El nivel de desconocimiento también es mayor.

En este sentido, comparando con datos de imagen de ciudades del Reputation Institute también señalamos la paradoja de que Cataluña tiene peor imagen que Barcelona, con una enorme proyección internacional. Está claro que si las autoridades catalanas van a perseverar en su giro independentista deberán apalancar primero su proyección exterior en la marca Barcelona.

En cualquier caso, si Mas y compañía esperan que les reciban con los brazos abiertos, pueden llevarse un buen chasco. En los países europeos sondeados la media de los ciudadanos considera que una Cataluña independiente sería mala para la UE, quizá por la coyuntura actual de crisis o, acaso, por motivos más lejanos en el tiempo, ya que los procesos de división recientes en Europa no forman parte de la historia más brillante del Viejo Continente.

A tenor de los resultados de la segunda oleada del Barómetro de la Marca España se puede decir que nuestro país puede estar entrando en un círculo virtuoso que rompa la trayectoria negativa en la que entró en los últimos años. La prima de riesgo económico que pesaba sobre nuestro país ha disminuido... pero no ha desaparecido.

Es pronto para echar las campanas al vuelo. Y desde luego aún no estamos recuperados como para poder permitirnos una nueva prima de riesgo, ahora política: la introducida por el nacionalismo catalán. Esto significa que el gobierno español debe gestionar el problema con sumo cuidado para que no manche la imagen exterior de España. Sin duda, como ponen de relieve los resultados del BME, la estrategia de Mas es contradictoria, porque no existe una Marca Cataluña fuera.

El gobierno español no puede impedir que los líderes nacionalistas catalanes perseveren en la senda independentista, pero sí está en sus manos gestionar el problema para que no dañe la imagen de nuestro país en su conjunto. Alimentar la polémica con amenazas puede amplificar el eco de las reivindicaciones independentistas en el exterior, y ese es un lujo que no podemos permitirnos los españoles en estos momentos, ya que moriríamos estrangulados por la pinza que formarían la prima de riesgo económico y la política.

Ficha técnica

- **Universo:** población de 18 a 70 años residente en EEUU, Argentina, Alemania, Italia y el Reino Unido.
- **Muestra:** 2.654 entrevistas, realizadas por cuotas de edad y sexo, con la siguiente distribución por países:

EEUU	555
Argentina	503
Alemania	540
Italia	523
Reino Unido	533
Total	2.645

- **Recogida de la información:** *online*, cuestionario autocompletado, realizado en el idioma del entrevistado.
- **Margen de error:** para el conjunto de la muestra es de +/-2 y para cada país de +/-4,5.
- **Fecha del trabajo de campo:** del 21 al 29 de diciembre de 2012.

Anexo

Figura 25. De 0 a 10, dígame por favor qué opinión le merecen los siguientes países

	Valoración	No valora
Alemania	7,3	10,4
Italia	6,8	8,9
Francia	6,6	9,5
Argentina	5,8	18,0
Grecia	5,2	12,4
Reino Unido	7,1	9,0
España	6,5	10,3

Figura 26. De 0 a 10, dígame por favor qué opinión le merecen las siguientes personalidades

	Valoración	No conoce	No valora
Angela Merkel (Canciller de Alemania)	6,1	11,8	12,0
Mario Monti (Primer ministro de Italia)	5,3	16,0	17,5
François Hollande (Presidente de Francia)	5,7	15,4	18,0
Antonis Samaras (Primer ministro de Grecia)	4,6	17,9	19,2
David Cameron (Primer ministro del Reino Unido)	5,7	10,2	13,4
Cristina Fernández de Kirchner (Presidenta de Argentina)	4,9	18,3	21,5
Mariano Rajoy (Presidente del gobierno de España)	5,2	19,4	20,1

Figura 27. ¿Podría decirme, de 0 a 10 (donde 0 es la peor nota y 10 la mejor) cómo es la imagen que Vd. tiene en la actualidad de...?

	Valoración	No valora
Sociedad española	6,3	16,0
Cultura española	7,2	13,5
Política española	5,0	19,7
Economía española	4,3	16,7

Figura 28. De 0 a 10 (donde 0 es la peor nota y 10 la mejor), ¿cómo la valoraría la situación de la economía española en los siguientes aspectos?

	Valoración	No valora
Empleo	4,2	17,7
Déficit público	4,0	20,2
Exportaciones	5,1	24,1
Visitas turísticas	7,0	14,3
Sistema bancario y financiero	4,4	21,1
Multinacionales	5,1	27,3

Figura 29. Y profundizando en la situación de la economía española, ¿cómo diría Vd. que ha evolucionado en los últimos seis meses?

	%
Ha ido a mejor	8,3
Sigue igual	43,8
Ha ido a peor	47,9
Total	100,0

Figura 30. De 0 a 10, dígame por favor qué opinión le merece Cataluña

	Valoración	No valora
Cataluña	6,1	30,9

Figura 31. ¿Cree Vd. que la independencia de Cataluña de España sería buena o mala para...?

	Buena	Mala	Total
España	39,0	61,0	100,0
UE	54,3	45,7	100,0