

## La imagen de España en la prensa extranjera: octubre de 2012

*Daniel Ramírez Smith\**

**Tema:** se presentan los resultados obtenidos del estudio científico del discurso realizado en la prensa extranjera, con el fin de poder reconstruir la imagen proyectada de España por dichos medios durante el mes de octubre de 2012.

**Resumen:** En el mes de octubre de 2012 se ha podido ver una vuelta a la preponderancia de datos económicos, fundamentalmente debido a la rebaja de Standard & Poor's a principios de mes y la no rebaja de la calificación a España por parte de Moody's. Gracias a la decisión de esta última agencia de *rating*, ha habido una buena respuesta del mercado, también motivada por la cumbre europea del 18-19 de octubre, la cual ha dado tranquilidad y ha mostrado una UE activa y unida. Junto a estos datos, es destacable la interpretación que han hecho los distintos medios de las elecciones gallegas y vascas del 21 de octubre. Estas elecciones le han quitado protagonismo al independentismo catalán, el cual fue central en el mes de septiembre, para dárselo al independentismo vasco.

### Análisis:

*¿De qué se ha hablado en la prensa extranjera y en qué medida?*

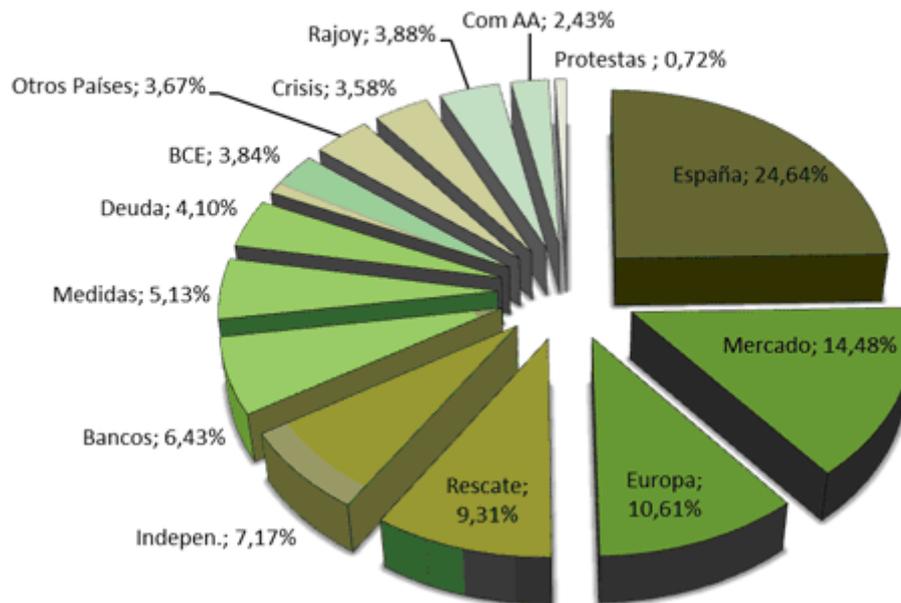
El estudio estadístico realizado ha revelado que en los medios extranjeros que han constituido la muestra, la temática económica sigue teniendo el principal peso con diferencia. En el mes de septiembre se pudo presenciar un viraje discursivo de los medios hacia el ámbito social y político al cual se aludía como una expansión a modo de “mancha de aceite” de la crisis económica; la situación económica de España y Europa ha tenido su eco en las esferas sociales y políticas, y ha generado protestas sociales y tendencias separatistas. Pues bien, en el mes de octubre sí ha habido una continuidad de esta idea, aunque la temática económica ha vuelto a ganar algo de terreno a través del incremento de la frecuencia relativa en el código “Mercado”. Esta última ha pasado de un 7,55% en el mes de septiembre a un 14,48% en octubre. A su vez, se ha de mencionar una ligera caída de los códigos “Independentismo” y “Protestas”. También es posible ver una caída importante del código “Europa” respecto del mes anterior, pasando del 17,58% al 10,61%.

---

\* Colaborador del Grupo de Investigación del Observatorio Imagen de España (OIE), Área 1: Análisis de Prensa Internacional.

Esta caída tiene su explicación en el incremento del código “Mercado”, mencionado anteriormente. Así se muestra en la figura 1:

**Fig 1. Principales códigos en prensa internacional.**



Pues bien, dicho crecimiento del código “Mercado” responde a dos fenómenos:

- (1) El 10 de octubre la agencia de *rating* Standard & Poor’s rebajó la calificación de España en dos escalones hasta llegar a la calificación de *BBB-*, justo por encima del llamado *junk status*. Esto es concebido negativamente por la generalidad de los medios, haciendo casi todos uso de la siguiente cita para describir el acontecimiento:

*“The negative outlook on the long-term rating reflects our view of the significant risks to Spain’s economic growth and budgetary performance, and the lack of a clear direction in eurozone policy’ said S&P in a statement” (The New York Times, 10/X/2012).*

- (2) El 17 de octubre la agencia de *rating* Moody’s anunció que había decidido mantener la calificación de España en *Baa3*, lo cual llevó a una buena reacción de los mercados.

“Los mercados están dando una tregua a España en espera de una petición de rescate del gobierno de Mariano Rajoy a sus socios europeos. También influye el hecho de que Moody’s decidiera no rebajar más el rating español en su revisión de esta semana” (*Deutsche Welle Español, 19/X/2012*).

---

Por otro lado, se ha podido ver cómo el código “independentismo” se ha mantenido en peso con respecto al mes anterior, aunque se ha de señalar que dentro del código ha habido un viraje: en el mes anterior la totalidad del código lo constituían alusiones al independentismo catalán, mientras que en el mes de octubre el independentismo vasco y las respectivas elecciones autonómicas han ocupado un 37% del código y las alusiones al independentismo catalán se han visto relegadas a un 63%. En conclusión, se puede decir que se ha hablado menos de Cataluña pero más del independentismo vasco.

Hasta aquí esta primera sección en la que se ve qué temáticas han cubierto los medios y en qué medida. A continuación se revisarán los resultados obtenidos del análisis del discurso realizado, revelando qué interpretaciones han hecho los medios de distintos datos y acontecimientos.

#### *Análisis del discurso*

Antes de entrar en el análisis comparativo, se han de señalar algunas tendencias generales que se han dado en los medios. Se puede hablar de dos etapas a lo largo del mes de octubre:

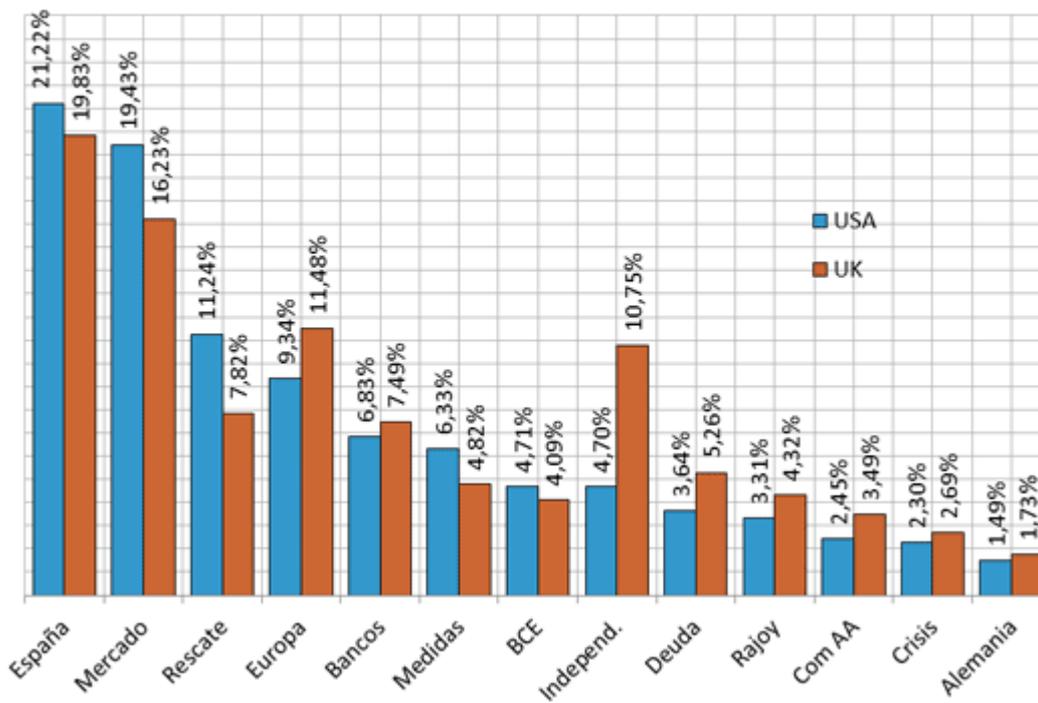
- Una primera etapa, que va desde el 1 de octubre hasta el 17 de octubre, en la que el discurso es generalmente negativo por la rebaja de Standard & Poor’s, la cual se hace oficial el 10 de octubre.
- Una segunda etapa, que comienza el 17 de octubre, en la que el discurso se torna algo más positivo debido a la decisión de Moody’s de no rebajar la calificación de España, a la cumbre europea del 18-19 de octubre y al triunfo del PP en las elecciones gallegas del 21 de octubre.

El análisis comparativo entre distintos países revela las siguientes diferencias.

#### *Discurso negativo: EEUU y el Reino Unido*

Al igual que en otros meses, se han podido ver discursos similares entre EEUU y el Reino Unido, como se ve también en su distribución de frecuencias:

**Figura 2. Códigos en prensa anglosajona.**



Ambos países tienen frecuencias muy similares, a excepción de un solo código: “Independencia”. Esto se explica por la analogía entre Cataluña y Escocia que han presentado en su discurso los medios británicos; le han dado más importancia al independentismo por sentirse identificados. Pero hay que ir directos al discurso para poder explicar en qué aspectos se ha incidido más a la hora de representar una imagen negativa de España.

Como ya se citaba anteriormente, en el mes de septiembre se ha visto cómo los medios han representado una expansión de la crisis económica a las esferas políticas y sociales a modo de “mancha de aceite”. Esto se ha convertido en el pilar del discurso de los países que han representado la imagen de España de forma negativa, siendo la expresión última de esta idea una crisis constitucional que cobra vida a través del independentismo:

*“Catalan with Spain’s future in his hands... A full-blown constitutional crisis, in which the survival of the Spanish nation-state within its present boundaries is at stake, will now collide head on with the eurozone and fiscal crises” (Financial Times, 1/X/2012).*

Continuando con el independentismo, se ha representado una imagen de España fragmentada y en tensión, sobre todo con una nueva incursión de los ideales separatistas con el triunfo en las elecciones vascas de PNV y Bildu. Destaca la analogía que han hecho los medios británicos entre el caso escocés y el caso catalán, abriendo claramente una brecha entre la postura concebida como correcta del primer ministro británico y la

---

postura, concebida como incorrecta, de Mariano Rajoy. Por otro lado, trata de derribar el principal argumento en contra del independentismo: la no pertenencia a la UE en caso de secesión:

*“The Catalan government would dearly love to hold its own vote on independence, but is being determinedly blocked by the Spanish government in Madrid... The British are taking an approach that is simultaneously more pragmatic and bolder... On the grounds of both justice and prudence, the British government’s approach seems wiser... The British government’s approach, while risky, is also psychologically astute... An independent Scotland or Catalonia, it is argued, need not fear isolation, since the new nations would be members of the larger European club – and so could combine independence with the security of membership of the EU” (Financial Times, 24/X/2012).*

Continuando con las alusiones referidas a las medidas impuestas por el gobierno español a finales de septiembre, en especial los presupuestos del Estado elaborados para 2013, se han concebido como demasiado austeros, hasta el punto de ahogar la economía y someterla al riesgo de frenar la salida de la crisis:

*“Spain is being squeezed from above as the EU insists on deeper cuts – even though similar measures taken a year ago reversed four quarters of growth, putting an abrupt end to a promising recovery. EU institutions routinely praise Madrid’s structural reforms and adjustment measures. But since measures to stimulate growth are absent, tax revenues keep shrinking and expenditure keeps growing, making it impossible to meet deficit targets” (Financial Times, 16/X/2012).*

A esto hay que sumar la falta de dirección, efectividad y de consenso de la UE, en especial respecto a la posible intervención o rescate. En este punto es importante señalar que el Reino Unido se ha vuelto más crítico con la UE y las políticas llevadas a cabo, tal y como se puede ver en la cita anterior, lo cual colisiona directamente con meses anteriores en los que la prensa británica y norteamericana mostraba una imagen más positiva de cara a la UE.

*“But as with many of the other improvised solutions to the euro zone’s problems, the bailout fund’s reality is less elegant than the theory behind it” (The New York Times, 8/X/2012).*

Otro aspecto en el que los medios anglosajones han hecho especial hincapié ha sido en la reticencia de Rajoy de solicitar un rescate formal. La tardanza se concibe como arriesgada y perniciosa para España, sobre todo ante la alternativa que conlleva: según estos medios, el no pedir el rescate llevará a más austeridad, convirtiendo a la sociedad española en la principal damnificada.

---

*“Spain’s Prime Minister takes a gamble in not seeking bailout. Spain’s conservative prime minister, Mariano Rajoy, is not known as a gambling man. But as Europe’s debt crisis stretches on, he is playing a tense game of chicken with the financial markets, betting that Spain can balance its books with homegrown austerity while putting off – maybe forever – a humiliating bailout from the European Union” (The Washington Post, 7/X/2012).*

Para acabar, hay que prestar atención a la interpretación de los resultados de las elecciones gallegas y vascas del día 21 de octubre de 2012. Por un lado, la victoria del PNV y de Bildu en las elecciones vascas se interpreta como un ascenso del nacionalismo secesionista, de un resquebrajamiento en la unión entre gobierno central y comunidades autónomas y, finalmente, un augurio de lo que pasará en las elecciones catalanas que tendrán lugar el 25 de noviembre. Respecto a las elecciones gallegas, estos medios han asociado la victoria en Galicia a Núñez Feijóo, haciendo énfasis en separar este éxito electoral de la figura de Rajoy:

*“Still, Mr Rajoy’s popularity has plunged since he took office last December, and his party’s leader in Galicia, Alberto Núñez Feijóo, focused his re-election campaign on his own record rather than Mr Rajoy’s. He succeeded in enlarging his regional parliamentary majority by three seats on Sunday. ‘Feijóo is somebody to watch for the coming years’, Xaquín Fernández Leiceaga” (The New York Times, 21/X/2012).*

Hasta aquí los principales elementos del discurso negativo de estos medios. Hemos de señalar que a partir del 17 de octubre de 2012, con la decisión de Moody’s de mantener la calificación de España y las elecciones gallegas del 21 de octubre, el discurso negativo pierde fuerza.

*Discurso aséptico y/o positivo: Alemania, México, China y Francia*

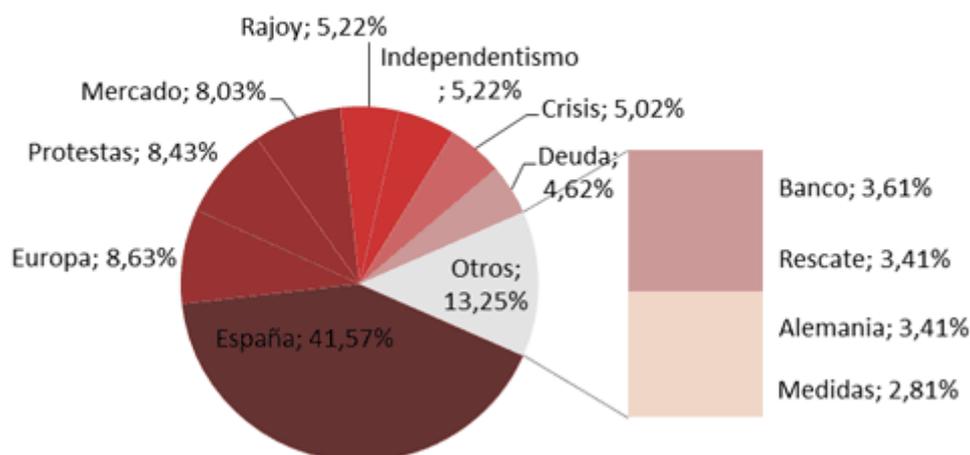
Este apartado incluirá aquellos medios que, de acuerdo con los resultados obtenidos, han hecho una cobertura aséptica de los acontecimientos relativos a España o bien han representado una imagen positiva de España en sus publicaciones.

*Alemania*

Uno de los elementos llamativos del discurso alemán es una alta preponderancia del código “España”, lo cual tiene su explicación en una atención menor a elementos económicos, acompañada de un énfasis positivo que han hecho los medios alemanes sobre España en cuanto a implementación de medidas, relación con la UE e incluso la propia cultura y lengua española:

*“En Alemania se populariza el estudio de la lengua española y se acentúa la escasez de docentes capacitados para responder a la demanda” (Deutsche Welle Español, 23/X/2012).*

**Figura 3: Códigos en prensa alemana.**



Los medios estudiados hacen hincapié en las medidas que está empleando el gobierno español, concibiéndolas como correctas pues aun siendo duras y haciendo mención a las protestas más recientes, son consideradas como necesarias. En cuanto a las elecciones gallegas, se puede decir que han hecho una interpretación positiva de los resultados, siendo éstos un símbolo de apoyo a las medidas políticas y económicas más recientes. Por otro lado, cabe destacar un elemento de rebaja al nacionalismo secesionista mediante la llamada a atención de la derrota del partido gallego de esta cohorte:

“El Partido Popular (PP) de Mariano Rajoy revalida la mayoría absoluta en los comicios autonómicos de hoy en Galicia... Los nacionalistas de izquierdas del Bloque Nacionalista Galego (BNG), que tradicionalmente han sido la tercera fuerza gallega, caen a una horquilla de entre 7 y 8 escaños, frente a los 12 con los que contaron en la última legislatura” (*Deutsche Welle Español*, 22/X/2012).

Por otro lado, es importante señalar el respaldo ante la rebaja que hizo Standard & Poor’s el 10 de octubre de 2012:

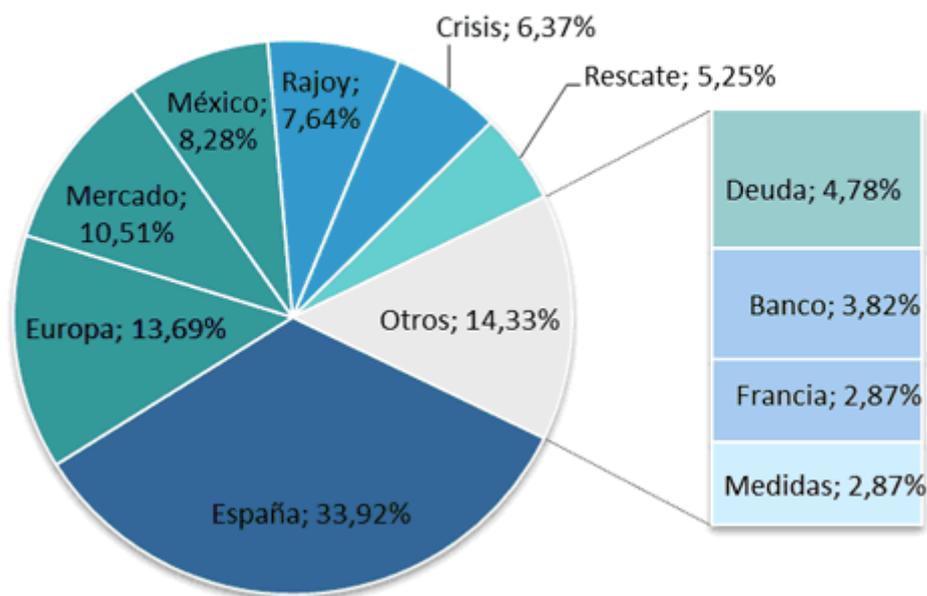
“El ministro alemán de Finanzas, Wolfgang Schäuble, restó importancia hoy a la rebaja del rating a España anunciada esta semana pasada por Standard & Poor’s y dijo que no hay que confiar demasiado en las agencias de calificación” (*Deutsche Welle Español*, 14/X/2012).

#### México

En los medios estudiados de este país se encuentra un discurso aséptico a la hora de hablar de asuntos económicos tales como el rescate y las medidas implementadas recientemente. Asimismo, han prestado menos atención a elementos económicos que

EEUU y el Reino Unido, pero más atención al código “España” y al código “México”. Por otro lado, también es destacable la ausencia del código “Independentismo”:

**Figura 4: Códigos en prensa mexicana.**



La preponderancia de los códigos “España” y “México” se explica con el énfasis puesto por los medios mexicanos en la buena relación económica y política que guardan España y México, lo cual quedó representado con la visita de Enrique Peña Nieto a Madrid y, por otro lado, la firma de los contratos con Pemex para determinadas construcciones navales:

“Al reunirse por más de 90 minutos con Mariano Rajoy, Presidente del Gobierno Español, Enrique Peña Nieto, Presidente electo de México, le ofreció el apoyo y solidaridad para que este país pueda superar lo más pronto posible la crisis económica que hoy enfrenta y reiteró que su Gobierno continuará las gestiones entre Petróleos Mexicanos (Pemex) y autoridades de Galicia para construir dos ‘floteles’. En un mensaje al término del encuentro celebrado en el Palacio de la Moncloa, Peña Nieto reveló haberle planteado a Rajoy “que me parece que si bien es una crisis de carácter financiero, también es más una crisis de confianza y que hoy venía yo a decirle que México cree que esta etapa difícil, la España habrá de superarla en un corto plazo” (*La Prensa*, 16/X/2012).

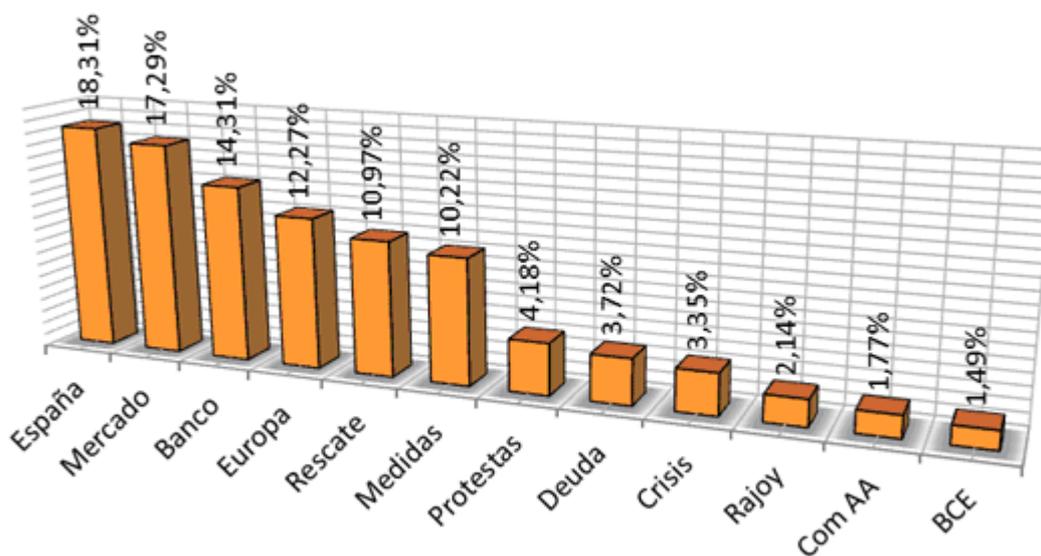
Por otro lado, han interpretado de forma muy positiva las elecciones gallegas, atribuyendo, al igual que Alemania, un sentido de apoyo por parte de la población a las medidas implementadas por el gobierno:

“Ni la fuerte crisis económica que vive España ni la dura política económica puesta en marcha por el propio Rajoy en sus primeros de diez meses de gobierno y que incluyen fuertes subidas de impuestos, bajadas de salarios y una reforma laboral que abarata y facilita el despido, le restaron votos. El PP no sólo venció en Galicia, sino que logró más escaños de los que tenía: 41 frente a los 38. ‘No es habitual que en una crisis como ésta un gobierno reciba un apoyo como el que hemos obtenido en esta jornada’, dijo Feijóo al celebrar los resultados logrados. En conferencia de prensa, el líder gallego declaró contundente: ‘Si los ciudadanos no entendieran que pese a las dificultades y los esfuerzos se está gobernando con responsabilidad, esta victoria hubiera sido impensable’” (*El Universal*, 22/X/2012).

#### China

China ha mantenido, una vez más, un discurso puramente económico, no ha mencionado en absoluto la temática independentista y sólo se ha salido del ámbito económico para hacer poca referencia a las protestas y manifestaciones que han acontecido a finales de septiembre y durante el mes de octubre:

**Figura 5: Códigos en prensa china.**



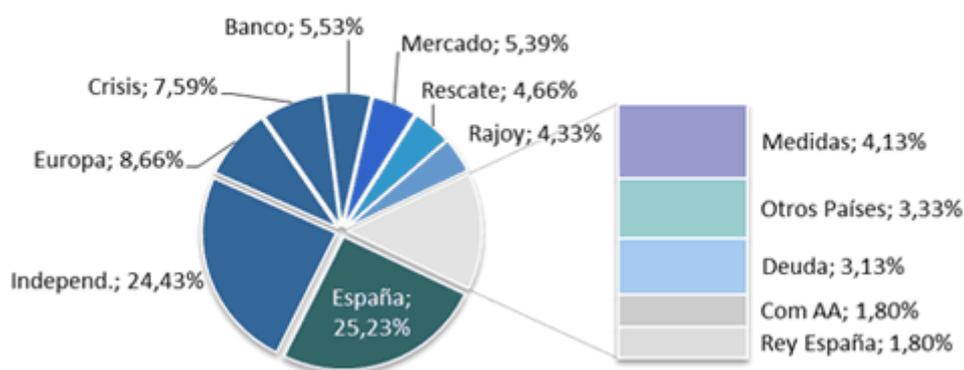
Hay que señalar que China ha mantenido un discurso objetivo y aséptico, llegando a rozar la negatividad durante la primera etapa del discurso (desde el 1 al 17 de octubre de 2012), lo cual se explica por los malos datos económicos que surgen durante el período. Sin embargo, después remonta y se obtiene un discurso positivo a partir de la decisión de Moody's de mantener la calificación a España, haciendo especial hincapié en la capacidad de Europa para salir de la crisis:

*“European shares rose for a third consecutive session on Wednesday after Spain clung onto its top grade credit rating, bolstering expectations the euro debt crisis can be contained” (China Daily, 17/X/2012).*

#### Francia

Respecto a los medios estudiados procedentes de este país, han emitido una imagen de España en ciertos aspectos negativa, en concreto en un ámbito específico: el social. Han dedicado multitud de noticias a representar y denunciar una situación creciente de malestar social ocasionada por la crisis y las medidas que se están empleando para combatirla. En ésta línea, también prestan una atención considerable al independentismo tanto catalán como vasco, pero de forma aséptica:

**Figura 6: Códigos en prensa francesa.**



Sin embargo, esto se ve contrariado por un fuerte apoyo a Europa y a las estrategias que emplea como unidad política, así como una imagen positiva de España en los aspectos económicos positivos que han acarreado las medidas implementadas. He aquí la razón de por qué se ha decidido incluir a Francia como discurso positivo:

*“Fabricantes atraídos por la flexibilidad y la competitividad españolas” (Le Monde, 25/X/2012).*

El código “Independentismo” presenta un peso muy alto. Esto tiene su explicación en una mayor atención a las elecciones vascas y a ETA, aunque el incremento de porcentaje no tiene que ver con Cataluña. Dentro de la cobertura a las elecciones, se puede ver cómo han hecho una interpretación positiva para el gobierno actual en relación a la victoria del PP en Galicia, por un lado, y desestimando un posible auge nacionalista por el ascenso de Bildu y del PNV en las elecciones vascas:

---

“En Galicia, el Partido Popular (PP) no sólo ha mantenido su poder, sino que ha ampliado la mayoría absoluta que sostenía con la derrota de los socialistas, los cuales han perdido siete miembros (25 a 18). Para el líder conservador, el éxito electoral es un soplo de aire fresco... parece significar que una mayoría de la población sigue prestando apoyo a su política de austeridad y refuerza su autoridad dentro del PP... El candidato del PNV, Íñigo Urkullu, ha presentado un discurso moderado, dando prioridad a la crisis prioridad y evitando cuidadosamente la palabra ‘independencia’” (*Le Monde*, 21/X/2012)

**Conclusión:** En el mes de octubre se han podido observar, una vez más, polos opuestos en cuanto a medios de comunicación se refiere. Desde luego, la primera quincena del mes ha estado poblada de datos negativos, como la rebaja de Standard & Poor’s, con lo que la mayoría de los medios han emitido una imagen negativa de España en esas fechas. Sin embargo, es importante recalcar cómo han tratado los distintos medios estos datos, qué han enfatizado y qué consecuencias han augurado. Así, hay que poner el foco de atención sobre EEUU y el Reino Unido, constituyendo un grupo que presenta un discurso negativo que ha consistido en un mayor énfasis que otros medios en esos datos negativos y, cuando ha habido datos positivos, restado importancia a dichos datos que, de tratarse de una cobertura objetiva, deberían merecer la misma atención.

Por otro lado, sí es posible encontrar elementos positivos en los medios de comunicación, tal y como se ha mostrado en el análisis. Es importante enfatizar estas fortalezas de España, puesto que es la única manera de contrarrestar una “sobre-cobertura” de los elementos que son negativos. Algunos de estos elementos en octubre han sido la decisión de Moody’s de mantener la nota de España, el auge de la lengua y cultura españolas en Alemania, una conmemoración de los premios Cervantes, la industria naval y los contratos con Pemex y las relaciones institucionales internacionales con México y la UE.

*Daniel Ramírez*

*Colaborador del Grupo de Investigación del Observatorio Imagen de España (OIE), Área 1: Análisis de Prensa Internacional.*

#### **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 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 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 y el estadístico C-Coocurrencia.

---

Los objetos de estudio han sido: *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *The Washington Post*, *Associated Press*, *Bloomberg*, *The Miami Herald*, *Foreign Policy*, *Financial Times*, *Reuters*, *Sky News*, *The Economist*, *China Daily*, *Global Times*, *The China Post*, *Le Monde*, *Agence-France-Presse*, *Deutsche Welle Español*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *La Prensa* y *El Universal*.