

La imagen de España en la prensa internacional: resultados de septiembre de 2012

*Daniel Ramírez **

Tema: Se presentan los resultados obtenidos del estudio científico del discurso realizado en la prensa internacional, con el fin de poder reconstruir la imagen proyectada de España por dichos medios durante el mes de septiembre.

Palabras clave: España, bancos, crisis, Europa, Bankia, septiembre, austeridad, rescate, Cataluña.

Resumen: A lo largo del mes de septiembre se ha podido ver cómo los medios internacionales con mayor presencia han vuelto a realizar una cobertura extensa de la situación económica de España y de Europa. De nuevo, hay diversas posturas y proyecciones de la imagen española, que hemos decidido catalogar en función de si los medios han presentado un discurso positivo o negativo. Así, lo más importante de este mes ha sido el viraje que han tomado la mayoría de los medios respecto a la crisis española. En un inicio era primordialmente económica pero, sin embargo, se ha expandido a modo de “mancha de aceite” hasta ocupar las esferas políticas y sociales. Ahora la crisis es política, cuya expresión es el independentismo catalán, y social, cuya representación han sido las numerosas protestas y manifestaciones en contra de las medidas de austeridad.

Análisis:

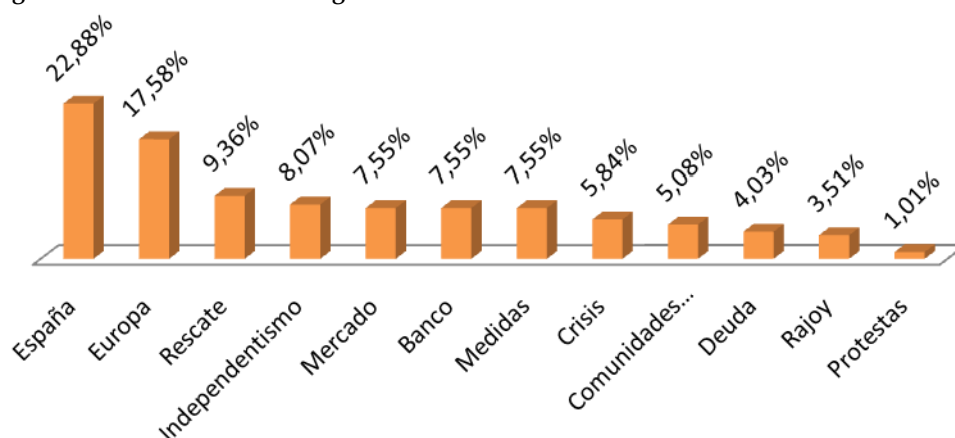
¿Qué temáticas han ocupado la prensa internacional en el mes de septiembre y en qué medida?

El estudio estadístico que se ha realizado a los medios que conforman la presente muestra ha revelado que los códigos del discurso –siendo estos los principales “pilares de significado” con los que los medios articulan y proyectan la imagen de España– han presentado algunas variaciones muy importantes. La primera de ellas es respecto al código “Banco”, el cual ha pasado de tener un peso relativo en el discurso de un 21% en

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

los meses de junio y julio a un 8% en septiembre. Esto se explica por la mayor atención que le han prestado los medios al independentismo catalán y a las medidas de austeridad implementadas en este mes por el gobierno central, junto a una reducción de atención sobre Bankia. Así, el nuevo código “Independentismo” ocupa una postura en el discurso con un peso considerable de un 8,07%. Por otro lado, nos encontramos con otro nuevo código, “Medidas”, con un peso del 7,55%. Esto quiere decir que de 100 posibles palabras que han empleado los medios en una noticia, más de ocho de ellas harán referencia a Cataluña. También conviene mencionar un nuevo protagonismo de los códigos “Rajoy”, “Comunidades Autónomas” y “Protestas”.

Figura 1. Frecuencia de los códigos en la totalidad de los medios estudiados



A pesar de esta nueva tendencia hacia una vertiente social y política, la crisis bancaria y económica sigue siendo el principal protagonista en los medios en el mes de septiembre.

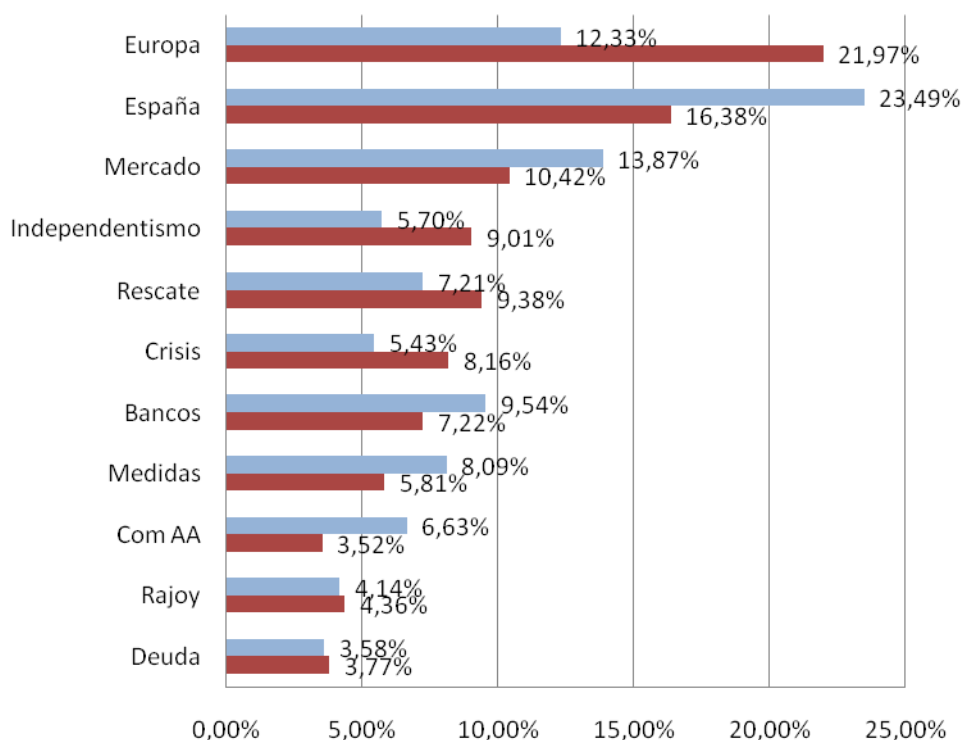
Si se realiza una inspección más detallada y una comparativa por países, se puede ver que se ha prestado una atención muy similar en cuanto a códigos y temática, aunque no en la misma proporción.

En un primer grupo están EEUU y el Reino Unido, con una distribución similar pero con la excepción de un par de códigos que presentan pesos muy distintos: “Europa” en EEUU presenta un 12,33%, mientras que en el Reino Unido presenta un 21,97%, diferencia que puede explicarse por la pertenencia y no pertenencia a Europa. La otra gran diferencia se encuentra en torno al código “España”, cuyo descenso en comparación con el ARI anterior ha de explicarse por una mayor atención a los códigos “Europa” e “Independentismo”.

Sería posible encajar en este grupo a Francia, puesto que también presenta una distribución de los códigos bastante similar. Sin embargo, sí difiere en la cobertura del cambio de dirección en RTVE, la cual ha llamado la atención en Francia mientras que en otros países apenas se ha tocado. También difiere en una mayor cobertura de Cataluña y

la independencia, pues Francia presenta un 14% en ese código, frente al 9% y al 6% del Reino Unido y de EEUU respectivamente.

Figura 2. Códigos de EEUU y del Reino Unido



Azul: EEUU

Rojo: Reino Unido

Por otro lado está Alemania, que apenas ha empleado códigos como “Mercado” y “Bancos”, pues representan un 3% y un 2%, respectivamente, en sus publicaciones. En su lugar ha enfatizado el uso de códigos como “Europa”, “España” y “Cataluña”, lo que denota un discurso que ha virado hacia un ámbito más político.

No se puede decir lo mismo de China, pues los datos indican que no se ha querido incidir mucho en aspectos políticos o sociales y se ha mantenido el interés en el ámbito económico. Así, el código “*Independentismo*” no forma parte de su discurso, empleándose solamente ocho veces. Dicho de otra manera, sólo se han empleado palabras relacionadas con el secesionismo de Cataluña ocho veces de entre las miles de palabras que forman su cobertura a España.

Sin embargo, ésta sección sólo muestra que los medios han hablado de determinadas temáticas y en qué proporción, pero no informa de cómo han hablado de dichos temas. Así, es conveniente exponer los resultados obtenidos del análisis del discurso bajo una corriente discursiva negativa y otra positiva o, al menos, no negativa.

Discurso Negativo

Los datos obtenidos de los medios estudiados indican que en esta corriente discursiva se identifica, de nuevo, a EEUU y al Reino Unido como proyectores de una imagen negativa de España.

Lo primero que se ha de destacar es la declaración de la intervención del BCE mediante el nuevo programa de la compra de bonos del jueves 6 de septiembre. Inmediatamente después de esta declaración, incluso antes debido a sospechas de una intervención del BCE, se habla de una buena recepción en los mercados, resultando en una bajada de los intereses en la compra-venta de bonos. Sin embargo, EEUU y el Reino Unido dan un giro negativo a esta posibilidad, criticando la insuficiencia del papel del BCE por la tardanza y la incertidumbre de España respecto a la petición formal al programa de compra de bonos y su sujeción a las condiciones aparejas:

“Mr. Draghi has placed the bond-buying ball firmly in the court of Madrid’, said Nicholas Spiro, head of consultancy Spiro Sovereign Strategy. ‘The risk is that the credibility and effectiveness of [the ECB’s new bond-buying program] are undermined by doubts about the willingness of Spain to accept the conditions and adhere to them’, he added” (The New York Times, 6/IX/2012).

Se llega incluso a ver bajo una óptica negativa esta intervención, interpretándola como un exceso de potestad por parte del Banco Central Europeo, en otras palabras; el hecho de que el BCE haya tenido un papel tan importante en el euro, sin que tenga ninguna atadura política, dada su condición de entidad independiente de la política, es considerado como algo no democrático:

“The European Central Bank has fired its magic bullet. By promising “unlimited” purchases of sovereign bonds, Mario Draghi, the ECB’s president, may have kept his pledge to do ‘whatever it takes’ to save the euro. But in rescuing the currency, Mr Draghi’s magic bullet has badly wounded something even more important – democracy in Europe. As a result of the ECB’s actions, voters from Germany to Spain will increasingly find that crucial decisions about national economic policy can no longer be changed at the ballot box. In Germany, in particular, there is a growing realisation that the ECB, an unelected body that prides itself on its independence from government, has just taken a decision that has profound implications for German taxpayers – but one that they cannot challenge or change...” (Financial Times, 10/IX/2012).

La concepción respecto a Europa por parte de EEUU continúa siendo calificable de negativa, destacándola como una unión política ineficiente e inexperta en la economía, aprovechando asimismo para citar a EEUU como un ejemplo a seguir en materia económica. Por otro lado, Europa se concibe bajo una óptica mayoritariamente positiva por el Reino Unido, o al menos no negativa. Se cita como una unión en actuación y

coordinada ante una situación económica que es capaz de superar con esfuerzo conjunto. También enfatiza una buena relación de trabajo coordinado y conjunto con España. Así:

“EU authorities are working behind the scenes to pave the way for a new Spanish rescue programme and unlimited bond buying by the European Central Bank, by helping Madrid craft an economic reform programme that will be unveiled next week” (Financial Times, 20/IX/2012).

“Europe has the potential to move past this crisis, but only if there is a greater consensus among the 17 countries that they want a unified future, not a fragmented future which pulls apart the euro zone at its very roots” (“Spain should seek aid, Greece needs more time to pay IIF”, Nick Edwards, Reuters).

Otro punto importante a destacar es la idea de que la crisis económica es concebida como una crisis económica europea y cada vez menos una crisis española, la cual está teniendo unas consecuencias que se han expandido hasta ocupar ámbitos políticos y sociales. Las consecuencias políticas de la crisis económica tienen expresión en la exaltación del secesionismo catalán:

“The eurozone crisis has brought down more than one government but until now it has not called into question the survival of the nation state itself. Yet that is what appears to be happening in Spain, a development dramatised by this week’s outpouring of separatist fervour in Catalonia” (Financial Times, 12/IX2012).

Mientras, las consecuencias sociales de la crisis, aunque estrechamente relacionadas con el secesionismo, cobran expresión a través de las amplias protestas acontecidas a lo largo del mes de septiembre en contra de las medidas de austeridad. De hecho, el *Financial Times* va más allá de las repercusiones de la crisis económica y establece un punto de crítica hacia España que denota problemas políticos y sociales estructurales heredados de la Transición que han florecido con las tensiones y medidas económicas:

“Issues are financial and economic in nature, but they mask a more profound crisis of the Spanish state, a crisis that demands a substantial overhaul of the structures established during the post-Franco transition to democracy in the late 1970s. Spain’s national drama is not just about banks and bond yields; it is political, institutional and regional” (Financial Times, 26/IX/2012).

La visión de España como nación y entidad económica y política ha sido especialmente negativa en los medios anglosajones en el mes de septiembre. Se ha enfatizado una situación económica muy oscura y una imagen fragmentada respecto a la unión de España con las Comunidades Autónomas, especialmente el caso de Cataluña (tratado más adelante). Habitualmente, la mención a España viene acompañada en estos medios de varios datos y de definiciones que, aun tratándose de información prescindible, es

utilizada en aras de llamar la atención del lector, incurriendo en un sesgo de espectacularidad que rebaja la objetividad de estos medios, a la vez que minan terriblemente la imagen de España. En concreto, es destacable en este aspecto una noticia del periódico *The New York Times* –y su reportaje gráfico aparejo–, llamada *Spain Recoils as its Hungry Forage Trash Bins for a Next Meal* en la cual se extiende erróneamente una situación minoritaria a la generalidad de los españoles:

“She was squatting with some friends in a building that still had water and electricity, while collecting ‘a little of everything’ from the garbage after stores closed and the streets were dark and quiet. Such survival tactics are becoming increasingly commonplace here, with an unemployment rate over 50 percent among young people and more and more households having adults without jobs... For a growing number, the food in garbage bins helps make ends meet. At the huge wholesale fruit and vegetable market on the outskirts of this city recently, workers bustled, loading crates onto trucks. But in virtually every bay, there were men and women furtively collecting items that had rolled into the gutter. ‘It’s against the dignity of these people to have to look for food in this manner’, said Eduardo Berloso, an official in Girona, the city that padlocked its supermarket trash bins” (The New York Times, 24/IX/2012).

El secesionismo de Cataluña ha sido otro de los grandes polos discursivos en el mes de septiembre. Se ha proyectado una imagen de Cataluña, aunque fuertemente endeudada, muy positiva y muy capaz de recuperarse de la crisis económica. Destaca en los medios de EEUU y el Reino Unido como uno de los principales motores económicos de España, como una nación fuerte con identidad propia y liderada por un Artur Mas calificado de fuerte y seguro. La consecuencia inmediata de esta proyección positiva de Cataluña y el secesionismo es la imagen de una España frágil y susceptible de fragmentación:

“In some respects, Catalonia has continued to outperform the nation as a whole. Against a national unemployment rate of 24.6 percent, Catalan joblessness is marginally better, at just below 22 percent. And many Catalans have concluded that their recovery prospects would be enhanced by loosening or breaking ties with the rest of recession plagued Spain... ‘Until the crisis, many people here saw the advantages of being part of a dynamic Spanish economy, but now all we see is a falling economy run by Madrid politicians who are making it worse’, said Salvador García Ruiz, one of the founders of Collectiu Emma, an association promoting Catalan interests. While he acknowledged that Catalan politicians had also overspent and in some cases were caught up in corruption scandals, ‘at least they are our own, and a people should have full power to give its politicians a fail or a pass’” (The New York Times, 13/IX/2012).

Otro ejemplo es la cobertura dada a Dalí como símbolo de Cataluña, en comparativa con España:

“As Spain Struggles, Dalí Stays in His Glory Years” (The New York Times, 12/IX/2012).

Lo cierto es que respecto al asunto de Cataluña y el secesionismo, Francia y Alemania (aunque en menor medida) se acercan más al Reino Unido y EEUU en cuanto a discurso se refiere, pues coinciden en la representación de Cataluña como una región, aunque endeudada, fuerte y capaz. Al contrario que los medios anglosajones, no inciden en una imagen negativa y fragmentaria de España. Sin embargo, este asunto requiere una atención especial, por lo que se ha decidido realizar un estudio más profundo y extenso aparte del correspondiente al observatorio mensual habitual.

Discurso positivo

En oposición a los medios anglosajones, hay otro polo de países que forman un discurso en su gran mayoría positivo con respecto a España y sus afiliaciones discursivas, como Europa o las medidas implementadas a lo largo del período estudiado. En esta línea están, principalmente, Alemania, China y Francia. A continuación se detallan los resultados obtenidos de su estudio.

Respecto al programa de compra de bonos del BCE, a pesar de algunas reticencias en Alemania, la proyección de los medios de cara a este fenómeno ha sido bastante positiva, destacando una flexibilidad y aceptación por parte de Alemania. Sin embargo, los datos no son suficientes como para mostrar que haya sido un peso importante en el discurso. Una cita de ejemplo:

“De cara al encuentro con Angela Merkel, el presidente del gobierno español no dudó en recordar la necesidad de ser flexibles. ‘Es importante en la vida tener principios. Pero algunas veces también es bueno ser flexibles’, señaló de cara a las ‘medidas extraordinarias’ del BCE tan criticadas desde Alemania. ‘El mandato del BCE se basa en mantener en un cajón la inflación. Sin embargo, creo que también es su deber garantizar una unión monetaria que funcione’, opinó. ‘No todo es blanco o negro’” (Deutsche Welle Español).

Es importante destacar una unidad fuerte entre estos países y España, algo que resaltan continuamente en forma de respaldo y apoyo a las medidas emprendidas por España y la administración de Rajoy de cara a la salida de la crisis. He aquí el núcleo del discurso positivo: a pesar de las posibles consecuencias que puedan acarrear unas medidas de austeridad difíciles y en mitad de una fuerte presencia del discurso independentista, los medios franceses, chinos y alemanes hacen especial hincapié en recalcar las fuertes relaciones que tienen, han tenido y tendrán con España:

“‘But if financial markets defiance persists during this period of adjustment, European leaders have stated during the June European Council their readiness to assist the Spanish authorities further’, he said. Van Rompuy said the banking sector shakeup would be important. ‘I am confident that the ongoing financial sector restructuring, if implemented

fully, rapidly and thoroughly, will shed complete clarity on the situation of the banking system, restore confidence, stimulate the Spanish economy and eventually reduce the risks weighing on Spanish taxpayers” (The China Post, 30/VIII/2012).

De nuevo, se destaca especialmente el apoyo a las medidas implementadas por el gobierno español:

“‘Tenemos la firme convicción de que el gobierno de Rajoy está haciendo lo correcto para llevar a su país a una mejor situación de forma duradera’, dijo en Berlín el portavoz de Merkel, Steffen Seibert. ‘Con su presencia en Madrid, Merkel también está apoyando esa vía de reformas’, añadió” (*Deutsche Welle Español*).

Otro punto fuerte del discurso ha sido respecto a Europa. Frente a los medios anglosajones que presentan una imagen de una Europa en crisis tanto política como económica, en fase de ruptura, desunión y debilitada, los medios franceses, chinos y alemanes presentan una imagen positiva basada en una Europa fuerte y muy capaz de salir de la crisis. Proyectan una imagen de unidad y de cohesión. Desmienten cualquier duda respecto a la posible fragmentación del euro:

“Dos noticias muy positivas. La primera es que se disipa todas las dudas sobre el futuro del euro. Se derriba la idea de que el proyecto de la moneda única está en peligro, que el euro podría desaparecer y que puede renacer como un euro fuerte pero para un grupo de países solamente, y así excluir a otros. Queda fuera de cualquier escenario racional y es un mensaje que alemanes defendieron ayer durante la cumbre germano-española. El mensaje era claro: el euro es sagrado es nuestro proyecto y no prevé ninguna Ruptura” (*lemonde.fr*, 7/IX/2012)

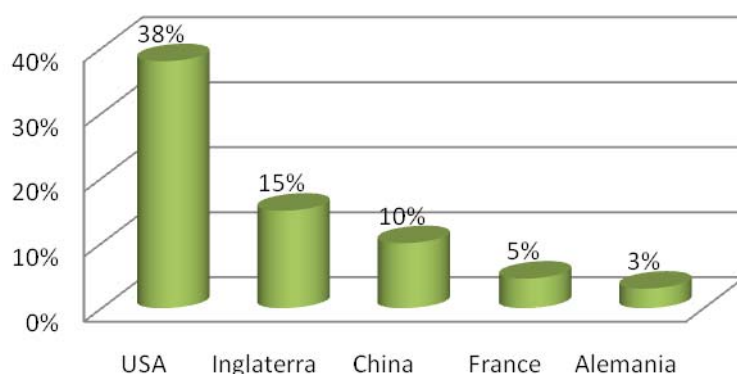
Estudio de sesgos

Además del sesgo periodístico mencionado anteriormente con respecto al empleo de elementos llamativos y espectaculares, los resultados de nuestro análisis son consistentes con otro tipo de sesgo al que hemos denominado “sesgo de estructuración negativa”. Éste error carente de objetividad es identificable en una noticia en la que se habla de algún aspecto o dato positivo para España, como puede ser una bajada de los tipos de interés en la venta de bonos o una reducción en el paro, y es modificada e interpretada de forma negativa. Normalmente suele verse este giro al pie de la noticia y conlleva una tonalidad que incita al lector a una situación de riesgo, cuando el dato sobre el que se está elaborando la noticia es positivo e indica todo lo contrario: una situación menos arriesgada o negativa. El objetivo del empleo de esta técnica de escritura, aparte de proyectar una imagen negativa, es tener al lector en vilo, con ganas de leer más. Así, en la cita siguiente se habla de un resultado bueno de España en el mercado financiero después del anuncio del BCE sobre su posible intervención. Sin embargo, al pie de la noticia aparece una connotación negativa y de riesgo que necesariamente es consistente en una falta de objetividad dado que, de nuevo, se trata de una noticia positiva:

“At best, the new program will give Messrs. Monti and Rajoy more time to promote the reforms in labor markets, taxation and other things their countries so desperately need to grow again. At worst, the prospect of the central bank saving the day will merely ease the pressure for reform. In that case, non-Northern Europe’s central problem of slow growth and declining global competitiveness will continue. We hope for the former but history suggests we should anticipate the latter” (The Wall Street Journal, 6/IX/2012).

Pues bien, un estudio cuantitativo de estos sesgos y una comparativa entre países da los resultados que se muestran en la Figura 3 a continuación.

Figura 3. Sesgo de estructuración negativa



Como se puede ver, quien más incurre en este sesgo es EEUU, con una diferencia alarmante de un 38%. Esto quiere decir que de 100 noticias, 38 de ellas contendrán este tipo de sesgo periodístico. Ciertamente, esto es una forma de medir la falta de objetividad de los medios de comunicación.

Conclusiones: España se encuentra ante una proyección negativa de su imagen en grandes medios de comunicación que tienen gran peso en todo el mundo. Es importante atender a estos formadores de opinión y rebatir las concepciones negativas y erróneas que transmiten. En este mes se ha destacado la imagen negativa de España en torno a la tardanza respecto a la petición de rescate, una unidad política fragmentada y unas medidas, tanto europeas como españolas, no adecuadas. Así, para contrarrestar esta información perniciosa, es conveniente difundir una imagen de España y de Europa unida, hacer hincapié en los aspectos positivos que puedan tener las medidas económicas implementadas en un futuro y mostrar una imagen de España de templanza y de análisis de cara a sus acciones políticas y económicas. Esto es especialmente importante en aquellos lugares donde más cobertura tengan los medios que difunden un discurso negativo.

Por otro lado, es necesario denunciar las faltas de objetividad y las intenciones de difundir una imagen negativa de ciertos medios de comunicación mediante el análisis científico y riguroso de dichos productos noticieros.

Daniel Ramírez

Colaborador del Grupo de Investigación del Observatorio Imagen 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*, *Financial Times*, *Reuters*, *Sky News*, *China Daily*, *Global Times*, *The China Post*, *Le Monde*, *Agence France Presse*, *Deutsche Welle Español* y *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.