

**Observatorio Permanente de la Imagen Exterior de España
en la Prensa Internacional (OPIEX), tercer trimestre de 2009**

Área: Imagen Exterior de España y Opinión Pública
Documento de Trabajo 8/2010
25/02/2010

Observatorio Permanente de la Imagen Exterior de España en la Prensa Internacional (OPIEX), tercer trimestre de 2009

Introducción

En esta tercera entrega del año 2009 del Observatorio Permanente de la Imagen Exterior de España en la Prensa Internacional (OPIEX) nos encontramos que, aunque la economía continua acaparando la mayor parte de la atención en los medios internacionales debido a la crisis, su importancia relativa vuelve a disminuir por segundo trimestre consecutivo, cediendo espacio al tema del terrorismo.

Como recordatorio para aquellas personas que se incorporan ahora a esta serie de informes, repetimos aquí las preguntas que guían nuestra investigación. Con las limitaciones que más adelante se señalan, el OPIEX trata de establecer qué países son los que más se interesan por lo que ocurre en nuestro país y cuáles son los temas que más atención despiertan y mayor cobertura mediática reciben. Se quiere indagar de este modo sobre las imágenes de España y de los españoles que se difunden en los medios internacionales. La metodología utilizada es la de documentos anteriores. Usamos los boletines de prensa internacional editados por el servicio de prensa de La Moncloa, entre el 1 de julio y el 30 de septiembre de 2009, a los que se puede acceder a través de su página *web*, como la fuente principal de datos para la investigación.¹ Además de sobre otras cuestiones de interés, los boletines de prensa de La Moncloa recogen información de forma sistemática sobre España, por lo que representan una fuente de datos muy adecuada para el objetivo de este documento de trabajo, tanto más cuanto que incluyen resúmenes en español de publicaciones editadas en lenguas diversas. Alertamos a los lectores acerca de la necesaria cautela con que han de interpretarse los resultados, ya que algunas de nuestras observaciones pueden reproducir inadvertidamente sesgos en la selección de los medios y las informaciones que La Moncloa incluye en sus boletines.

Por tanto, más que a los pequeños detalles, hay que prestar atención al mapa general que emerge del análisis: dónde aparece España y por qué motivo lo hace. No obstante, este informe incluye también comentarios de tipo más cualitativo que nos parecen relevantes o que ejemplifican la forma en que se trata determinado tema.

¹ <http://www.la-moncloa/ServiciosdePrensa/BoletinesPrensaInternacional/default.htm>.

¿A quién le interesa España?

Durante los tres meses que se analizan, el servicio de prensa de La Moncloa recogió información sobre España en un total de 26 países y 155 publicaciones, unas cifras más altas que los trimestres anteriores.² Entre los países con mayor número de publicaciones periódicas que mencionan a España durante este tercer trimestre de 2009, encontramos algunas sorpresas respecto a lo que viene siendo habitual en informes previos. Junto con los habituales de nuestro entorno más cercano –Alemania (con 15 publicaciones), Italia y Bélgica (con 13), Francia (con 11) y el Reino Unido y Portugal (con ocho)– encontramos no solamente a EEUU (con 14 publicaciones), sino también a China (con 15), Rusia (con nueve) y Japón (con siete). La presencia destacada de referencias a España en los medios de EEUU viene siendo habitual, pero no así en los medios de China, Rusia y Japón.

Como hemos apuntado en otras ocasiones, resulta imposible establecer con certeza si las fluctuaciones que se aprecian revelan realmente aumentos y descensos en la atención que dichos países han prestado a España, o bien fluctuaciones en la cobertura de los medios en esos países por parte del gabinete de prensa de La Moncloa. En algunos casos, los aumentos reflejan únicamente la aparición de temas puntuales que afectan de manera particular a un país determinado, y ello explica una cobertura amplia en número de periódicos que los recogen pero limitada en el tiempo.

² Como se refleja en OPIEX anteriores, es normal cierta fluctuación tanto en el número de países como en el de publicaciones de un trimestre a otro. No podemos saber con certeza si estas fluctuaciones en el número de países y publicaciones que recogen información sobre España y que aparecen los boletines de prensa de La Moncloa se deben a una mayor o menor presencia de nuestro país en la prensa internacional, o a una menor cobertura de los países y publicaciones por parte del servicio de prensa de La Moncloa. En cuanto a China, Rusia y Japón, habrá que esperar a ver qué ocurre en trimestres posteriores.

Gráfico 1. Número de medios por países, julio-septiembre de 2009

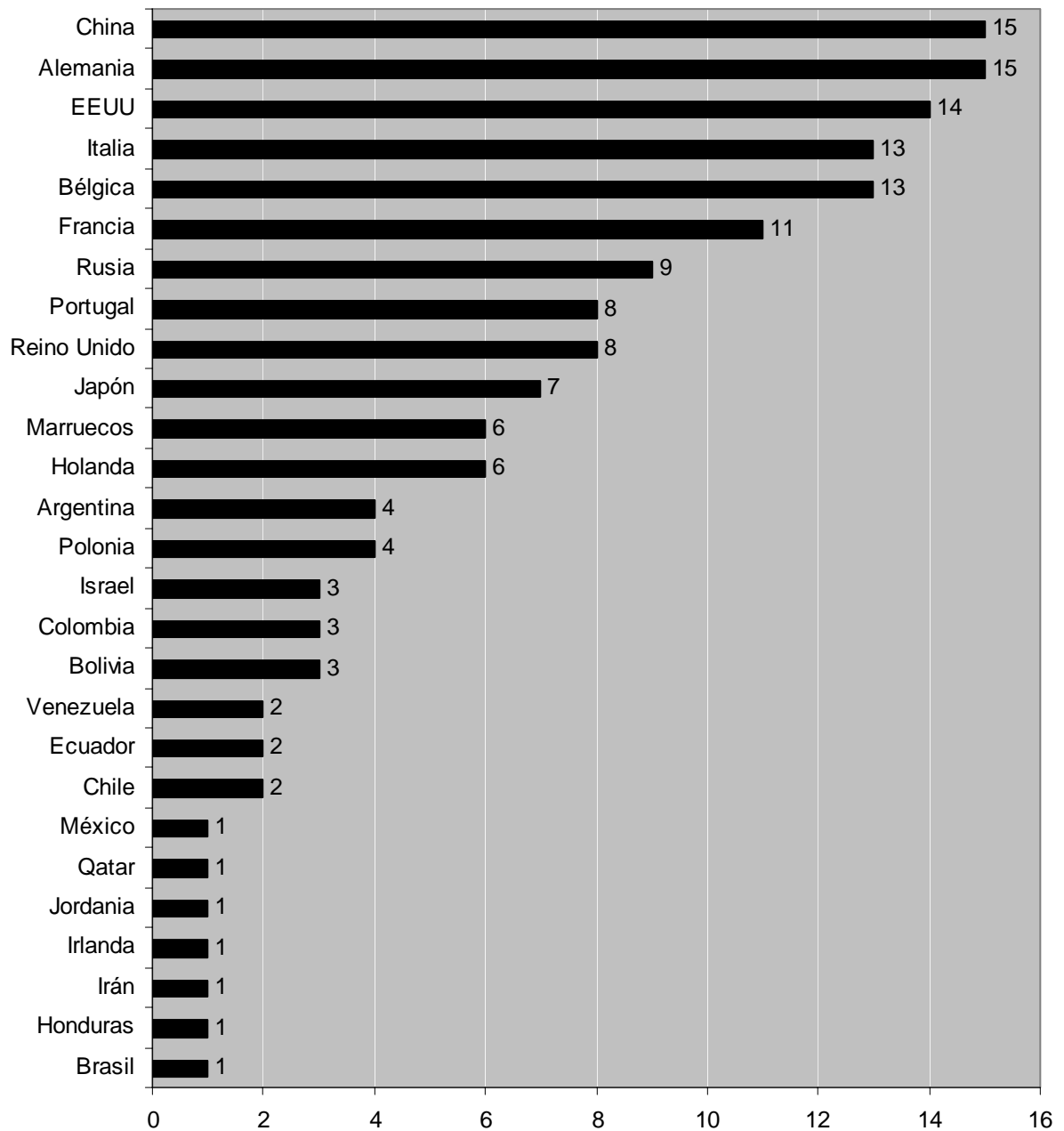
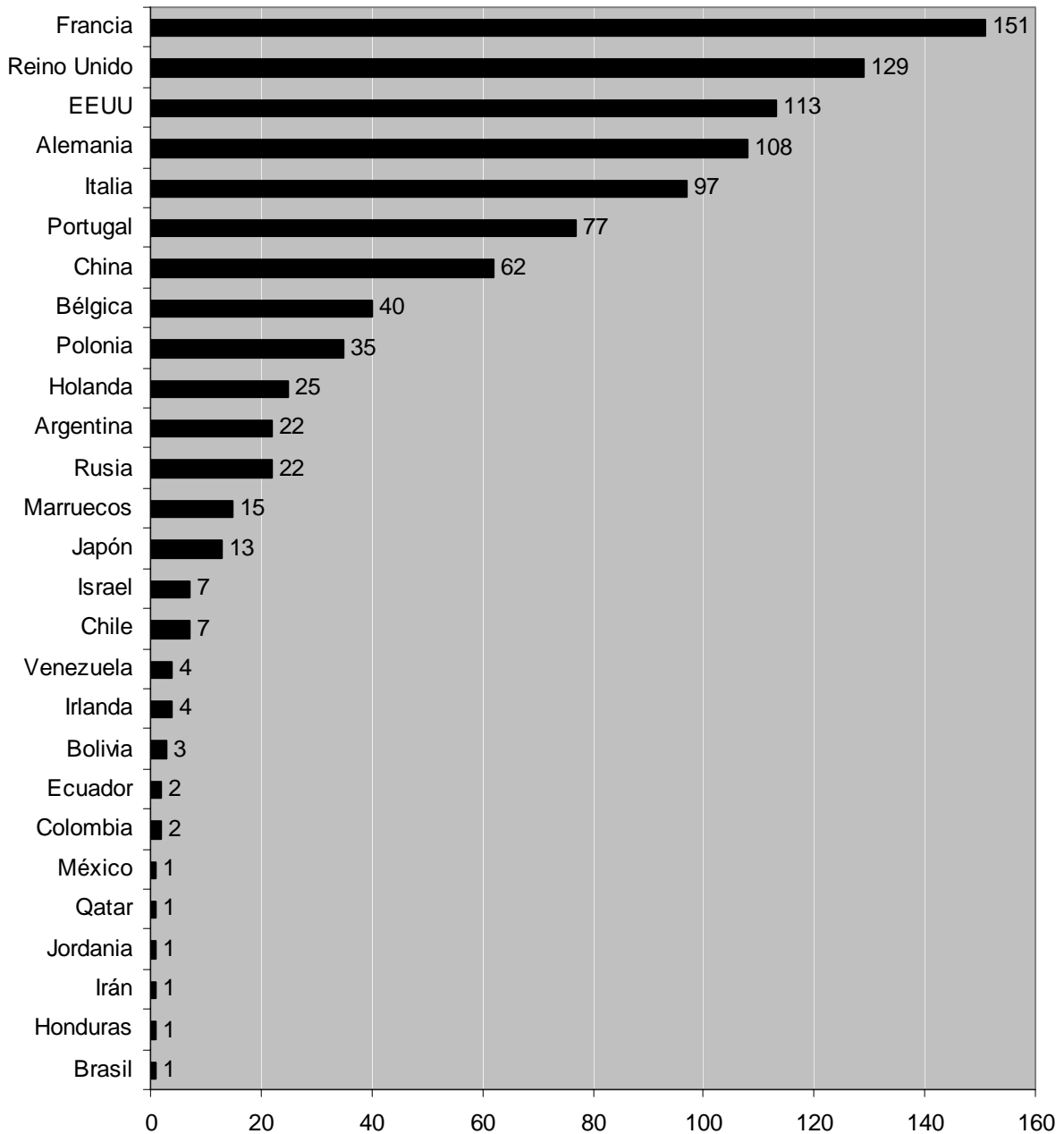


Gráfico 2. Número de informaciones por países, julio-septiembre de 2009



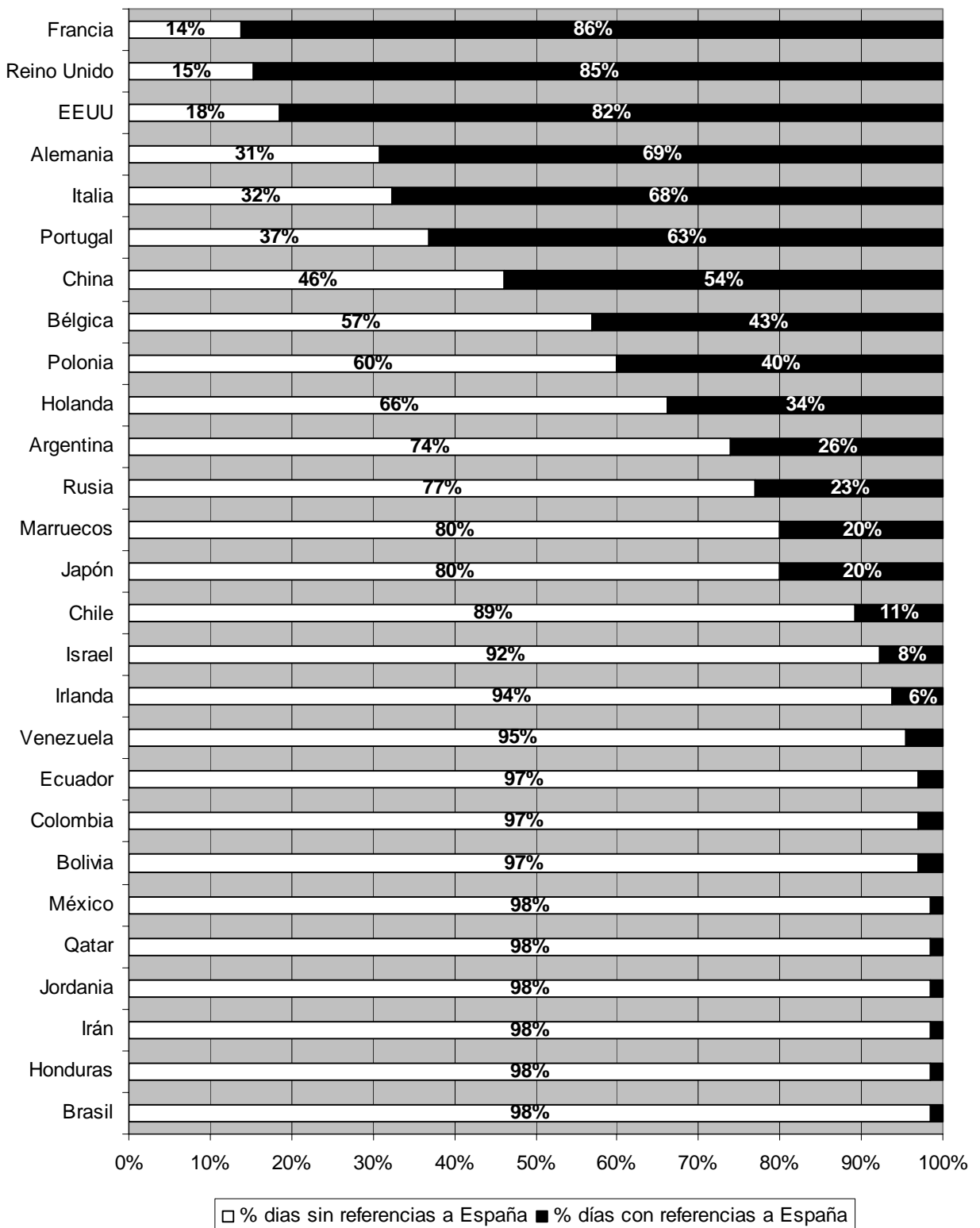
No obstante, si atendemos al número de informaciones y el número de días en que aparecen noticias sobre España, podemos establecer la visibilidad de España en estos países con mayor fiabilidad. Atendiendo al número de días, observamos que sólo los países geográficamente más cercanos a España, junto a EEUU y China, se interesan por nuestro país de forma sistemática: aparecen noticias al menos un 50% de los días del período analizado. La presencia de España es una constante en los medios franceses, británicos y estadounidenses, donde aparecen informaciones relacionadas con nuestro país prácticamente a diario: el 86% de los días analizados en Francia, el 85% en el Reino Unido y el 82% en EEUU. La visibilidad de España es un poco inferior en los medios

alemanes, italianos y portugueses, donde aparecen informaciones relacionadas con nuestro país el 69%, 68% y 63%, respectivamente, de los días analizados. A partir de este grupo de cabeza los porcentajes son sensiblemente menores y únicamente China presenta informaciones sobre España más del 50% de los días analizados. Bélgica, Polonia y los Países Bajos informan sobre España un 43%, un 40% y un 34% de los días, respectivamente. En el resto de países analizados España aparece menos de un tercio de los días del período.

Atendiendo al número total de informaciones que aparecen en los diferentes medios (es decir, sumando las aparecidas en todos los medios de cada país todos los días), podemos completar nuestra percepción sobre la presencia de España en cada país. Como viene siendo habitual en informes anteriores, Francia es de nuevo el país que presenta una frecuencia más alta, con 151 informaciones. Le siguen el Reino Unido (con 129), EEUU (con 113), Alemania (con 108) e Italia (con 97). En el resto de países analizados se observan frecuencias mucho menores de informaciones sobre España: únicamente Portugal (con 77 informaciones) y China (con 62) pueden destacarse. En el resto de países aparecen menos de 50 informaciones durante todo el período analizado.

Al igual que durante trimestres anteriores, cabe subrayar la atención que recibe España en EEUU a pesar de no tratarse de un país de nuestro entorno más cercano. Esta importancia debe entenderse con relación a la atención que nuestro país recibe en los medios de otros países, y no con relación a la atención que otros países puedan recibir en la prensa norteamericana (y que puede ser más alta que la que recibe España). Como en OPIEX previos, hemos calculado un índice que mide el número medio de informaciones diferentes sobre España por publicación y día. En este índice, el Reino Unido y Francia vuelven a ocupar las primeras posiciones, en este caso con los valores de 0,25 y 0,21, respectivamente; les siguen EEUU (0,16), Portugal (0,15) y Alemania e Italia (0,11). China ocuparía el último lugar, con un índice de 0,06 a pesar del elevado número de medios que mencionan a España durante este tercer trimestre de 2009.

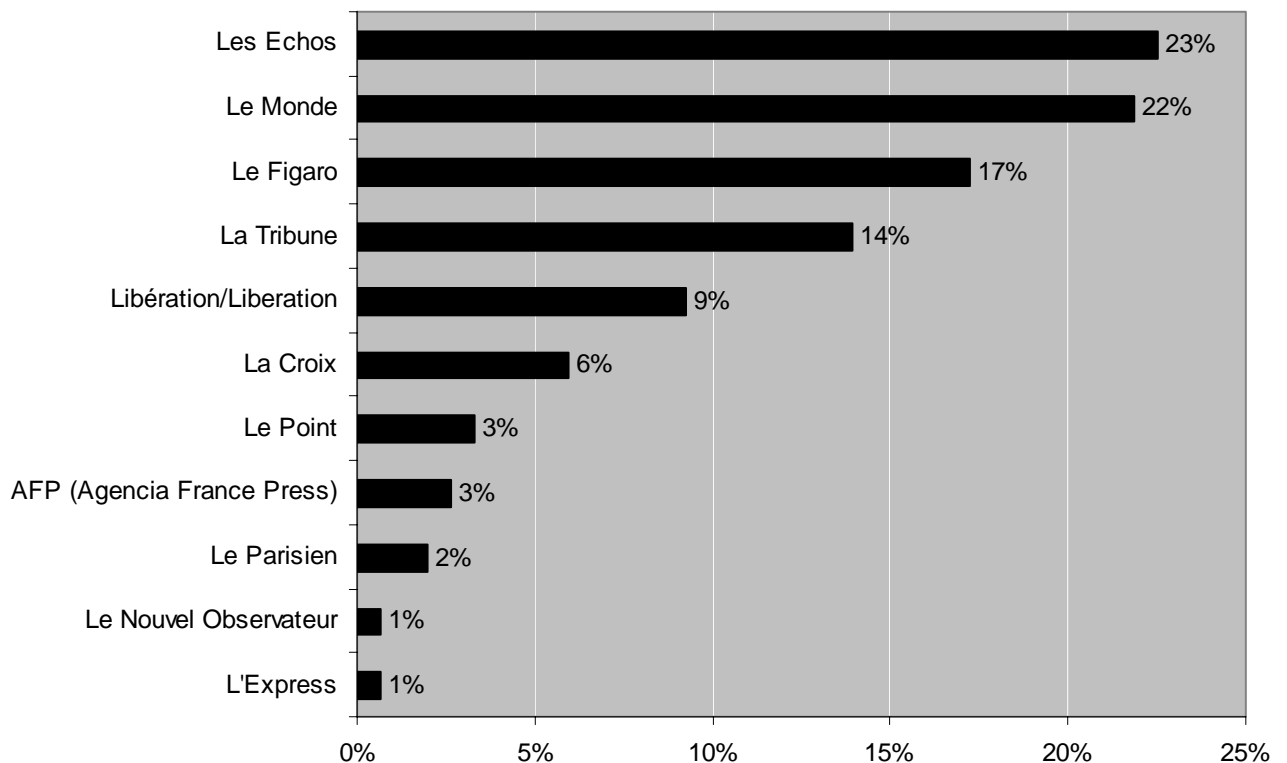
Gráfico 3. Presencia temporal por países, julio-septiembre de 2009



Profundizando algo más en el análisis de los países que más atención dedican a España, encontramos que dicha atención no se distribuye uniformemente entre todas las publicaciones analizadas; por el contrario, algunas de ellas tienden a acumular un mayor número de referencias mientras que en otras las menciones a España son puntuales o meramente anecdóticas.

En Francia, *Le Monde* y *Les Échos* continúan manteniendo el primer y segundo puesto, aunque intercambiando su posición respecto al trimestre anterior. *Les Échos* se coloca en primer lugar con un 23% de las referencias, seguido por *Le Monde* con un 22%. *Le Figaro* conserva el tercer puesto (incluyendo un 18% del total de referencias a nuestro país en los medios franceses durante este tercer trimestre). El cuarto lo ocupa, de nuevo, *La Tribune* (con un 14% del total de las informaciones). A una distancia considerable se encuentran *Libération* (en quinto lugar, con un 9%) y *Le Croix* (con un 6% del total de informaciones sobre España publicadas en Francia durante el tercer trimestre de 2009). En el resto de publicaciones francesas, la presencia de España es mucho menor, prácticamente anecdótica.

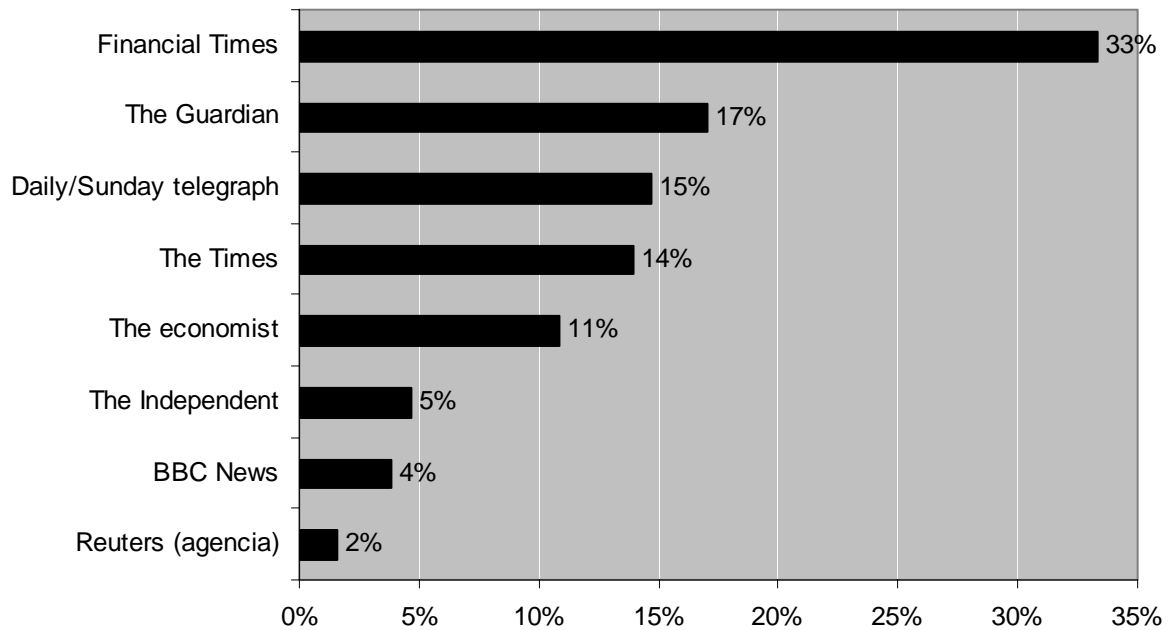
Gráfico 4. Francia: porcentaje de informaciones por medio, julio-septiembre de 2009



En el caso del Reino Unido, se continúa la tónica que hemos observado repetidamente en informes anteriores. Es mucho más probable encontrar informaciones sobre España si se hojeara el *Financial Times*, que si se hojeara cualquier otro periódico. Esta publicación ofrece el 33% de todas las informaciones sobre España que aparecen en los medios británicos durante este tercer trimestre de 2009. El resto de medios presenta frecuencias más

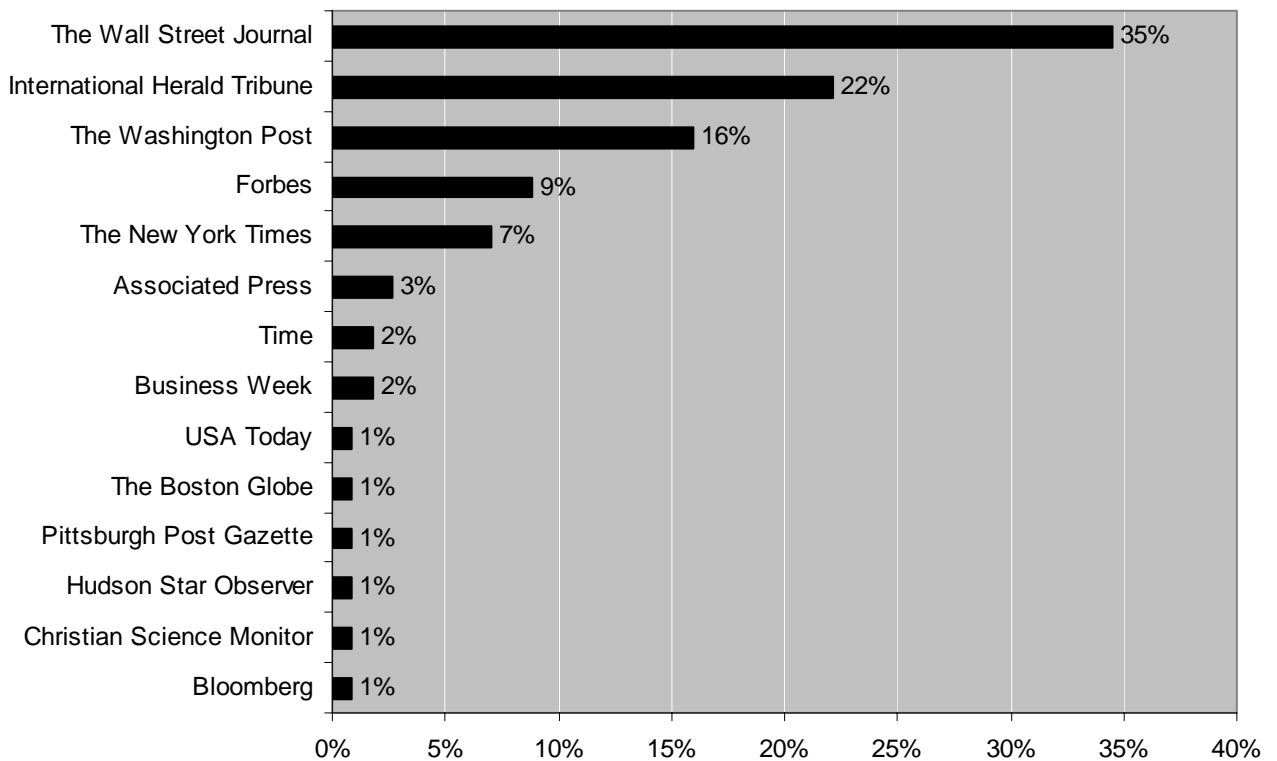
modestas: *The Guardian* es el segundo en volumen de informaciones, con un 17%; le siguen *The Daily Telegraph* y *The Times*, con un 15% y un 14% de las informaciones, respectivamente. Destaca, igualmente, *The Economist*, con un 11%. En el resto de medios la presencia de España es mucho más modesta. Las referencias a nuestro país en *The Independent* representan únicamente un 5% de total del Reino Unido, y un 4% en la BBC.

Gráfico 5. Reino Unido: porcentaje de informaciones por medio, julio-septiembre de 2009



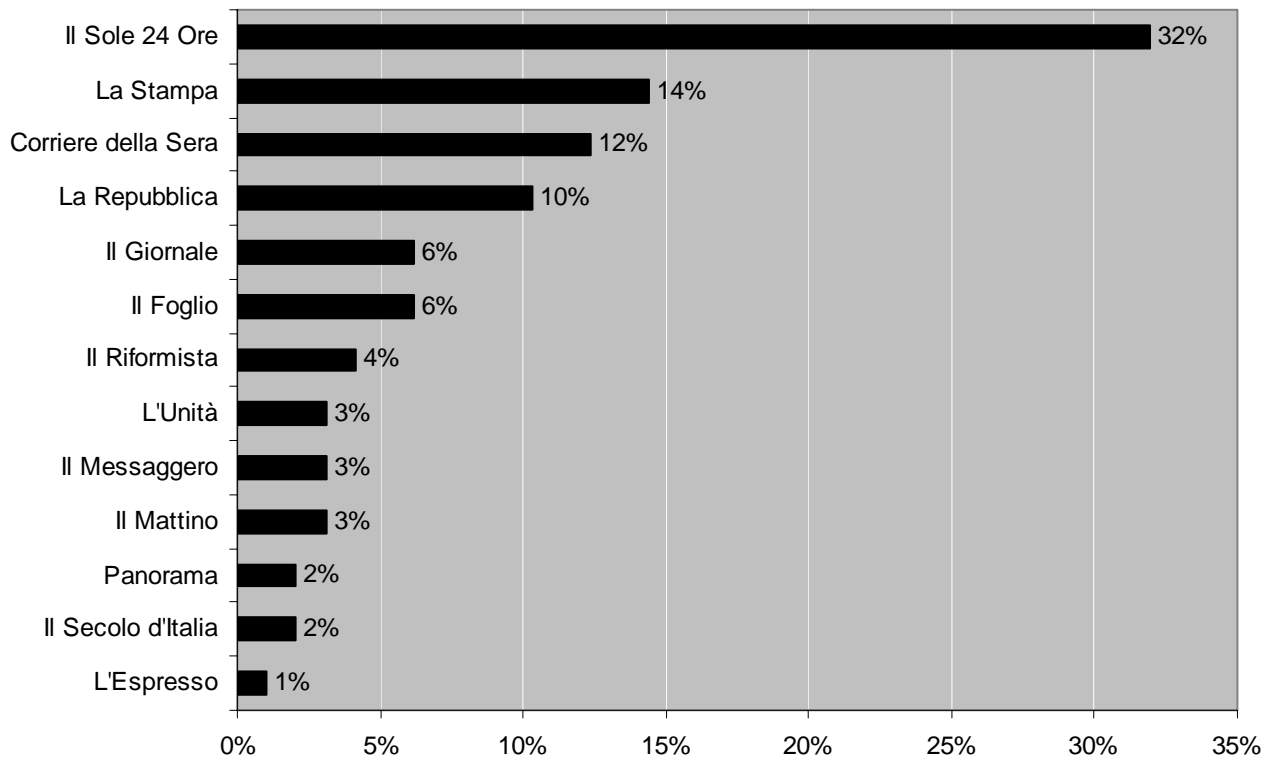
En cuanto a EEUU, como en trimestres anteriores, las informaciones sobre España aparecen con una gran diferencia en *The Wall Street Journal* que abarca más de un tercio de las referencias a España (un 35%). Le siguen el *International Herald Tribune* (con un 22%) y *The Washington Post* (con un 16%), que intercambian su posición respecto al trimestre anterior. Además de éstos, únicamente cabe destacar a *Forbes*, con un 9% del total de referencias a España en los medios norteamericanos durante este tercer trimestre de 2009, y al *New York Times*, con un 7%. En el resto de medios norteamericanos la presencia de informaciones sobre España puede calificarse como anecdótica o marginal.

Gráfico 6. EEUU: porcentaje de informaciones por medio, julio-septiembre de 2009



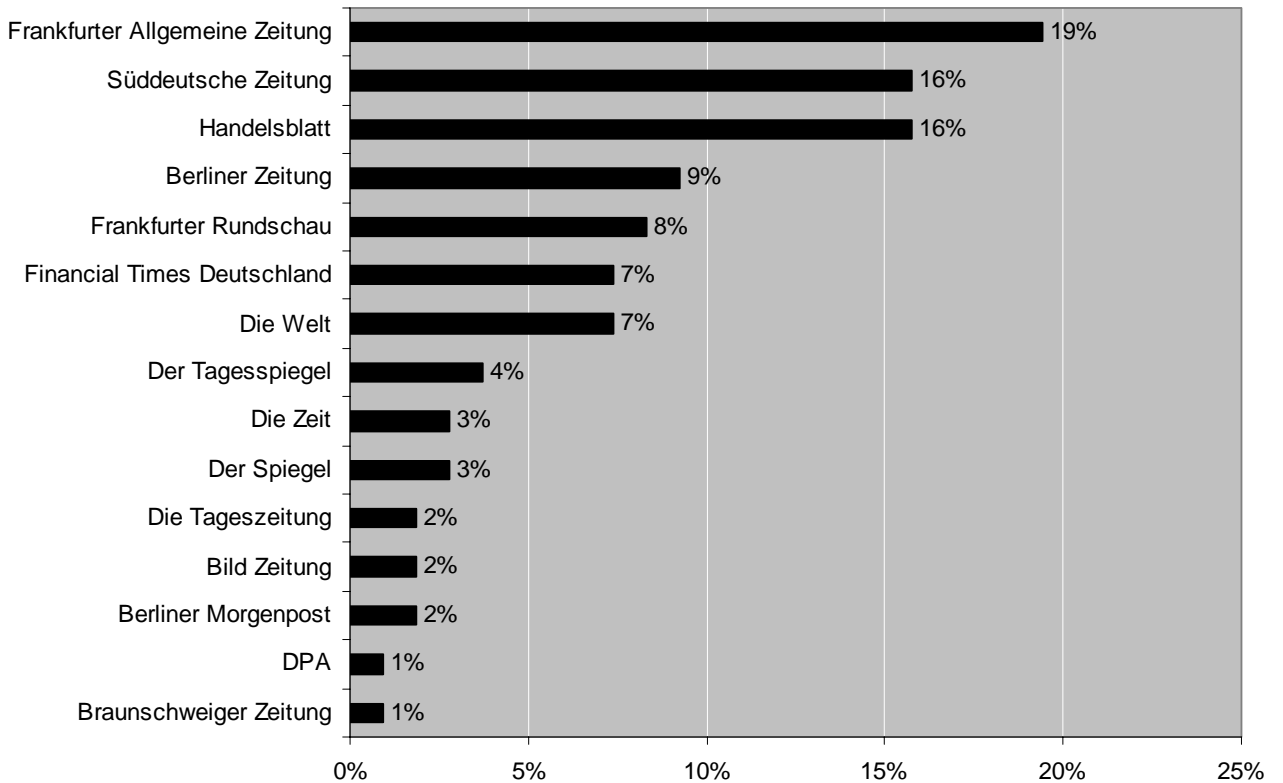
También en Italia podemos hablar básicamente de continuidad en cuanto a las publicaciones que más interés muestran por nuestro país. Respecto al trimestre anterior, *Il Sole 24 Ore* sigue ocupando el primer lugar, con un porcentaje del 32% de referencias a España, ligeramente inferior al primer y segundo trimestres de 2009. En segundo y tercer lugar encontramos a *La Stampa* y *El Corriere della Sera*, con porcentajes parecidos, del 14% y el 12% de las referencias a España en los medios italianos, respectivamente. *La Repubblica* ocupa el cuarto lugar, con un 10% de las referencias. En el resto de medios la presencia de España es marginal, con un 6% (*Il Giornale* y *Il Foglio*) o menos del total de informaciones sobre España en los medios de este país.

Gráfico 7. Italia: porcentaje de informaciones por medio, julio-septiembre de 2009



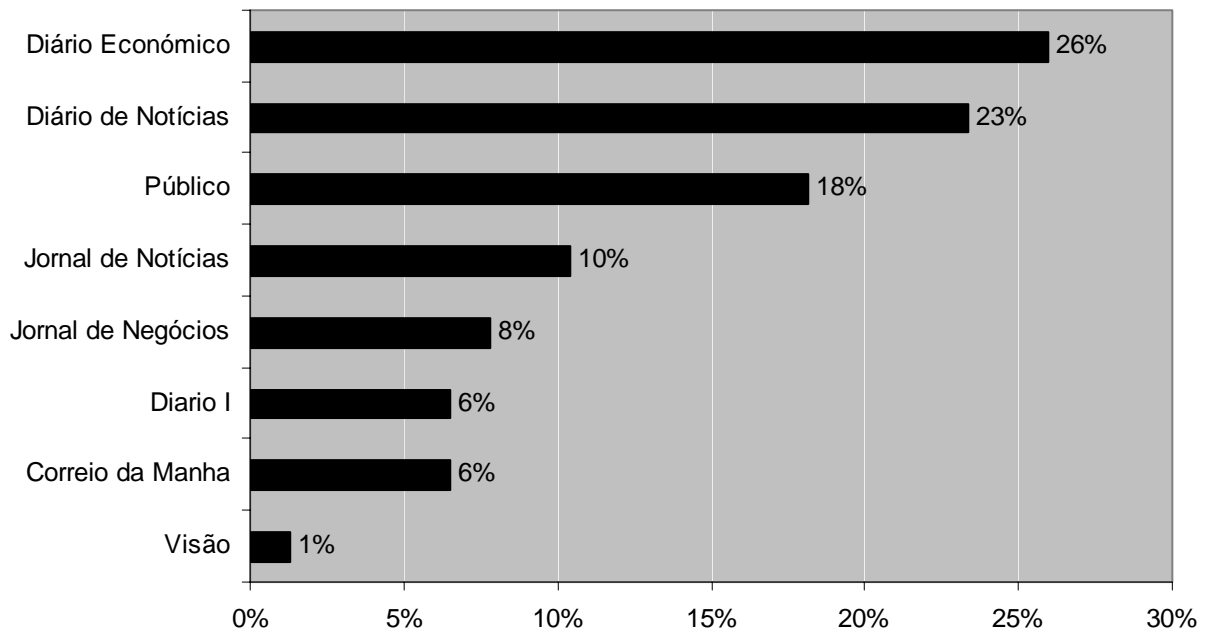
En Alemania destaca, como en los trimestres anteriores, la visibilidad de España en el *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, donde aparece prácticamente la quinta parte de informaciones sobre nuestro país (19%) sobre el total de informaciones en todos los medios alemanes durante este tercer trimestre de 2009. *Süddeutsche Zeitung* mantiene su segundo puesto en cuanto a referencias a España, junto con *Handelsblatt*, ambos con el 16% del total. A alguna distancia encontramos un segundo grupo de medios en los que España tiene una presencia moderada: *Berliner Zeitung* (9%), *Frankfurter Rudschau* (8%), *Financial Times Deutschland* y *Die Welt* (ambos con un 7%). En el resto de medios, la presencia de España es mínima, con un 4% o menos del total de las informaciones sobre España incluidas en los medios alemanes durante este tercer trimestre de 2009.

Gráfico 8. Alemania: porcentaje de informaciones por medio, julio-septiembre de 2009



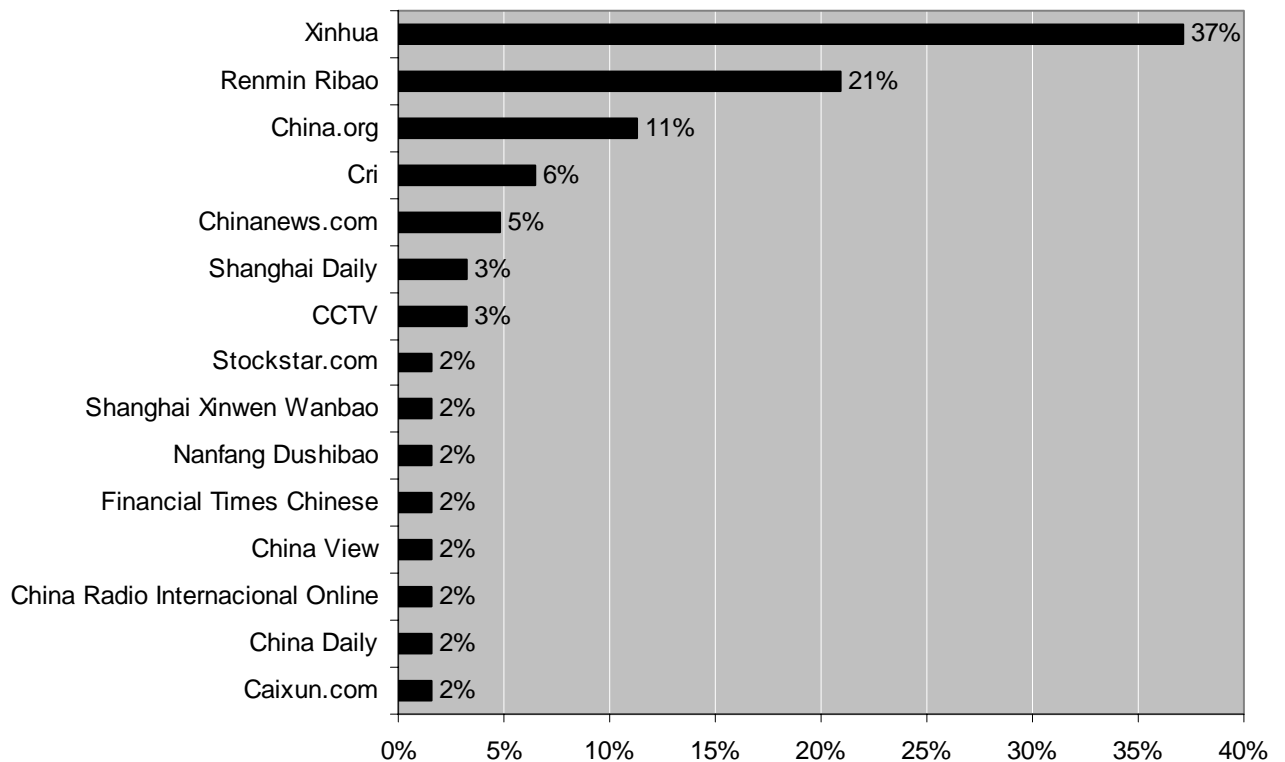
En Portugal, la situación vuelve a oscilar notablemente respecto al primer y segundo trimestres analizados en informes anteriores. En esta ocasión, el primer puesto es ocupado por *Diário Económico*, con un 26% del total de referencias a España en los medios portugueses durante este tercer trimestre de 2009. Bastante cerca, en segundo lugar, encontramos el *Diário de Notícias*, con un 23% de las referencias. En tercer lugar *Público*, con un 18%. A bastante distancia de estos tres están *Jornal de Notícias* y *Jornal de Negócios*, con un 10% y 8% de las informaciones respectivamente. El resto de medios portugueses incluye un 6% (*Diário I y Correio*) o menos de informaciones sobre nuestro país.

Gráfico 9. Portugal: porcentaje de informaciones por medio, julio-septiembre de 2009



En cuanto a China, *Xinhua* y *Renmin Ribao* son las principales publicaciones, incluyendo un 37% y 21%, respectivamente, de las informaciones sobre España aparecidas en medios chinos durante este tercer trimestre de 2009.

Gráfico 10. China: porcentaje de informaciones por medio, julio-septiembre de 2009



¿Qué interesa de España?

Como se viene mencionando en documentos de trabajo anteriores, el objetivo de esta sección es establecer qué temas encuentran mayor eco en la prensa internacional. Normalmente, estos son los temas que nuestros vecinos consideran que podrían afectar sus intereses (como la situación de la economía española), pero existen también temas domésticos que generan interés puntual fuera de nuestras fronteras.

Debemos señalar las precauciones que deben observarse a la hora de emprender el análisis e interpretar los resultados. La base de nuestro trabajo ha consistido en agrupar temas y contabilizar el número de apariciones de cada tema por periódico y día. Para cada día sólo se ha contabilizado una mención a cada tema por cada publicación en cada país. Es decir, sólo se ha tenido en cuenta la presencia o ausencia del tema.³ Por ejemplo, para este tercer trimestre de 2009, en Francia podría haber como máximo, en un día concreto, 11 menciones de un tema determinado si todos los medios franceses que han entrado en el análisis lo mencionaran. En este sentido, no podemos analizar el énfasis que cada publicación da a cada tema basándonos en el número total de artículos que aparecen en cada publicación sobre esos temas, pero sí podemos analizar el énfasis relativo basándonos en el número de días que cada publicación se hace eco de él; por países, podemos analizar el énfasis relativo basándonos tanto en el número de publicaciones que recogen un tema, como en el número de días que dicho tema es objeto de informaciones.

Teniendo todo ello en cuenta, observamos que, por segundo trimestre consecutivo, la economía disminuye su notoriedad, bien que ligeramente; además, aún continua siendo el tema que más preocupa al resto de países. Esta disminución puede deberse, en primer lugar, al interés que despiertan otros temas puntuales que adquieren cierta visibilidad: en este caso, varios atentados de ETA (especialmente los de Mallorca). No obstante, el porcentaje de referencias ocupado por las cuestiones económicas, el 38%, sigue siendo el más alto con diferencia. Durante este tercer trimestre de 2009, el segundo tema que más informaciones acapara en los medios internacionales (un 21% de las referencias) es el terrorismo, con un aumento más que notable respecto a trimestres anteriores. Esta visibilidad se explica por la relevancia que adquieren durante este tercer trimestre las noticias centradas en los atentados realizados por ETA. El tercer lugar (con un 10% de total de noticias sobre España en los medios internacionales) lo comparten las referencias a las relaciones exteriores de España, especialmente la visita de Miguel Ángel Moratinos a Gibraltar, y las informaciones relacionadas con la sociedad española, centradas en

³ En este informe retornamos a la metodología que hemos aplicado normalmente, excepto durante el OPIEX del cuarto trimestre de 2007. Sólo se adjudica un código a cada pieza de información analizada. Para adjudicar este código nos hemos basado en la tesis principal de cada pieza informativa incluida en los boletines y hemos seguido prácticamente siempre la propia clasificación de la información que realizaba el servicio de prensa de La Moncloa. En este sentido, nuestra aportación principal ha consistido, por un lado, en aunar titulaciones diversas en un mismo código genérico que permitiera realizar comparaciones y, por otro, en crear sub-códigos que permitieran análisis y comparaciones con un mayor nivel de detalle.

aspectos relacionados con la corrupción, mafias y delincuencia en general. Las referencias al juez Garzón y la justicia española continúan ocupando un lugar destacado, junto con la “memoria histórica” y otros aspectos relacionados con infraestructuras, en general, y con el AVE en particular.

Entre los siguientes temas que despiertan la atención internacional, todos con porcentajes menores, destacan los relacionados con las políticas del gobierno (3%), los que tocan aspectos relacionadas con las autonomías o nacionalismos (3%), la inmigración (2%), los que hacen referencia a Aznar, Rajoy o al PP en general (2%) y los que se centran en la gripe A (2%). Aunque aparecen otros temas, su presencia puede ser calificada como meramente anecdótica: referencias a Madrid 2016, a las tropas españolas en Afganistán y otros países, algunas informaciones relacionadas con la publicación de datos de encuesta, varias noticias sobre la próxima Presidencia española de la UE, etc.

Gráfico 11. Evolución de las referencias “terrorismo”, “economía española” e “inmigración, 2006-2009

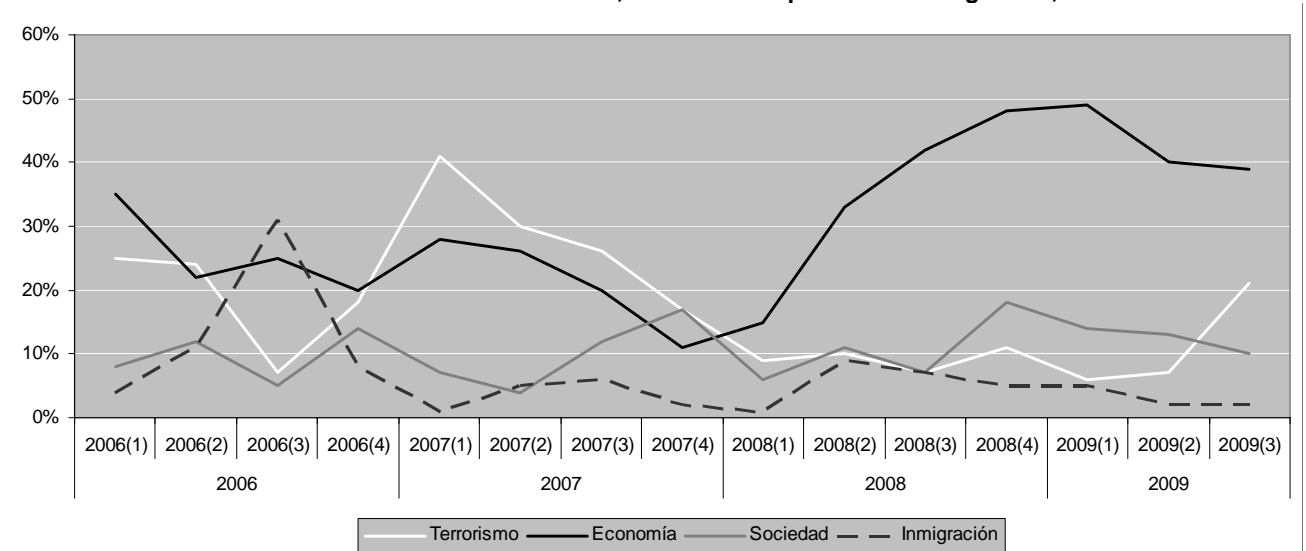


Gráfico 12. Evolución de las referencias “autonomías/nacionalismos”, “políticas del gobierno” y “relaciones exteriores”, 2007-2009

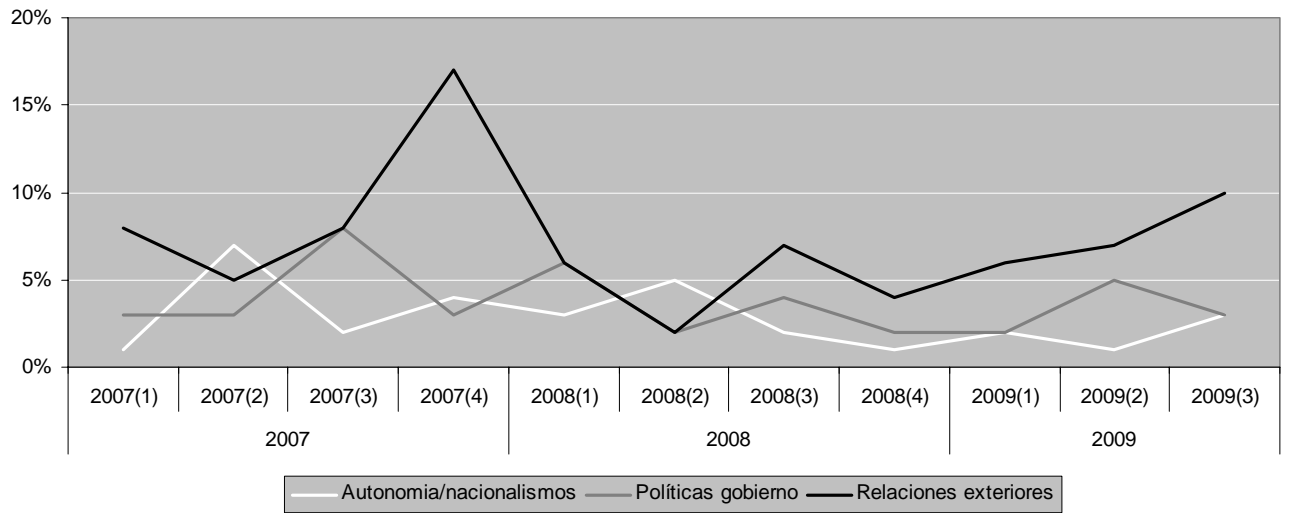
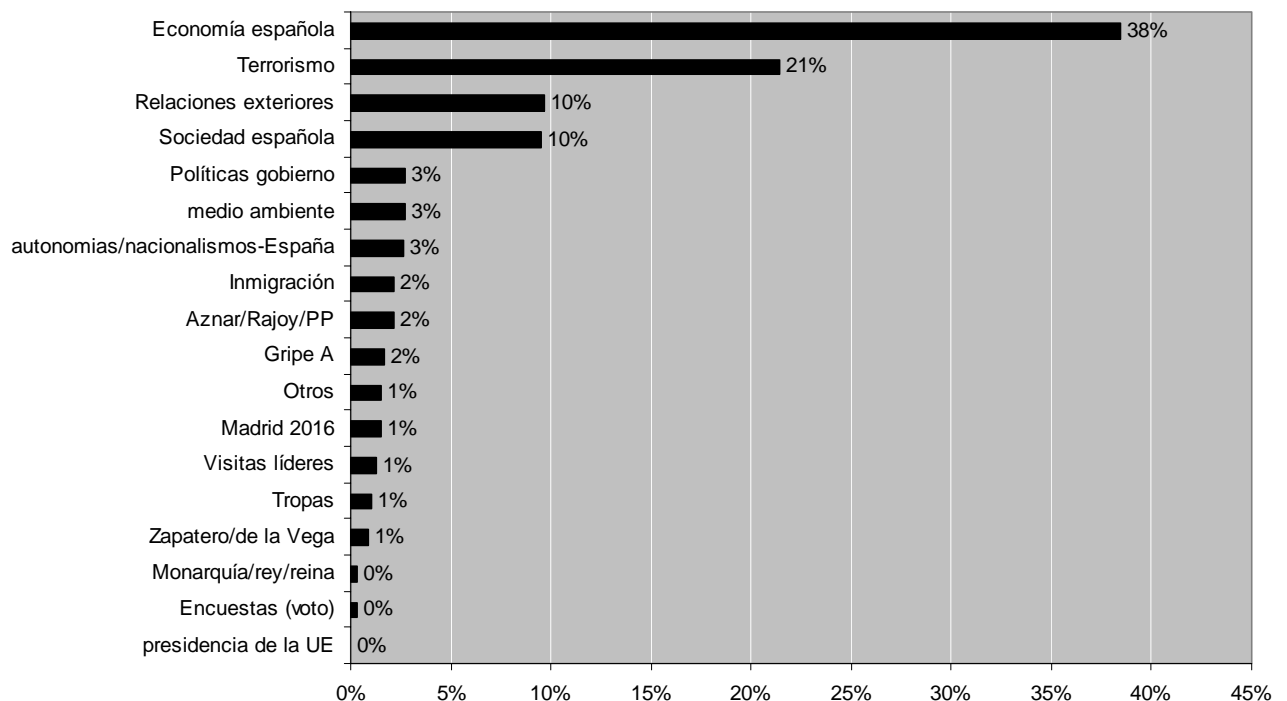


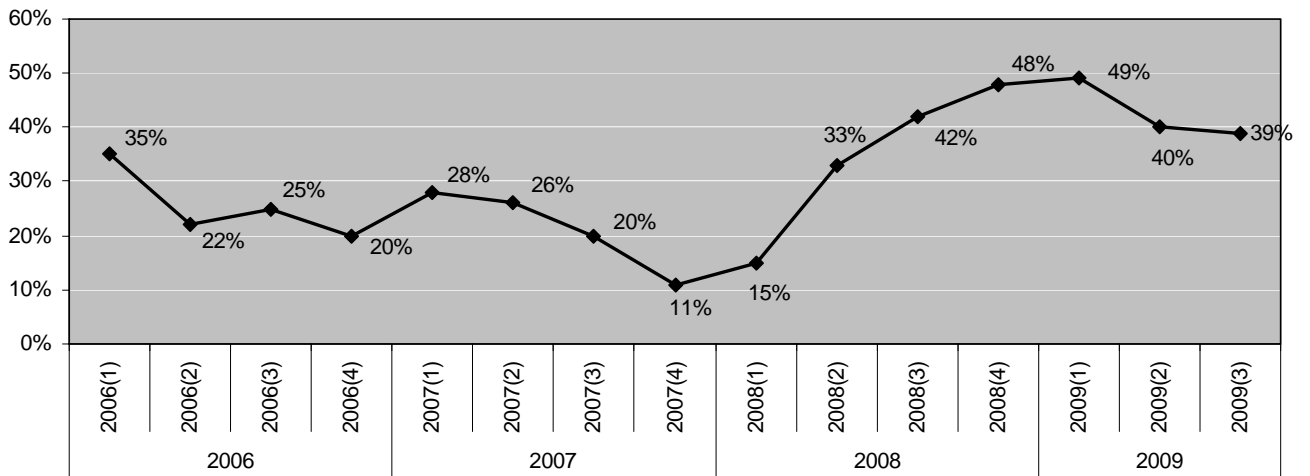
Gráfico 13. Temas en los medios internacionales, julio-septiembre de 2009



Economía española

Las informaciones relacionadas con la economía española durante este tercer trimestre de 2009 descienden (por segunda vez desde el cuarto trimestre de 2007), alcanzando un 39% del total de referencias a España en los medios internacionales, un 10% menos que durante el primer trimestre de 2009.

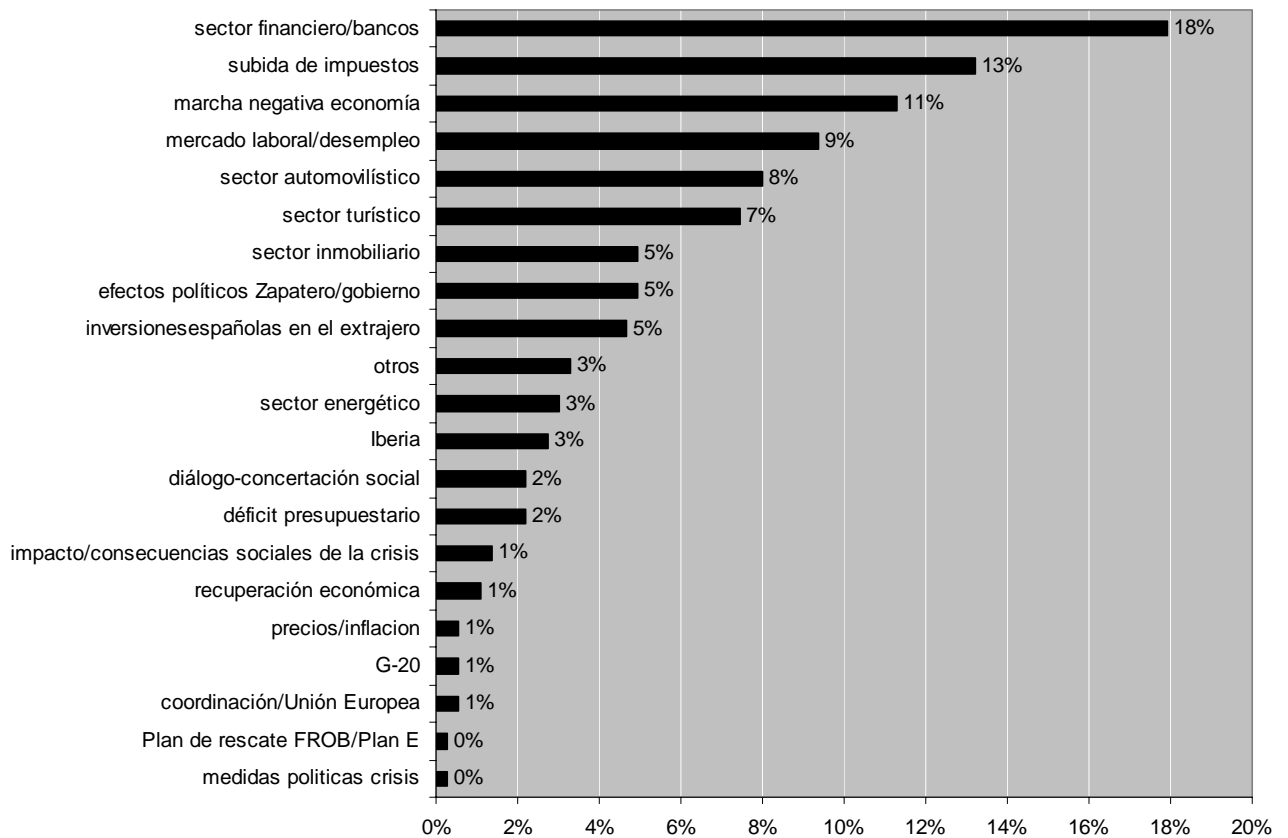
Gráfico 14. Evolución de las referencias a “economía española”, 2006-2009



En este informe hemos optado por seguir manteniendo la desagregación de subtemas dentro de las referencias a “marcha negativa de la economía”.⁴ De este modo, damos una información más precisa sobre cuáles son los aspectos comentados en los medios internacionales. Es posible observar una leve mejoría en la imagen de nuestro país dentro de este tema en los medios internacionales. Vemos así que no sólo desciende el número de referencias a la economía española, sino que las informaciones explícitas sobre su marcha negativa dejan de situarse en el primer lugar y pasan a ocupar el tercero (descendiendo del 24% del segundo trimestre al 11% del total de las referencias a la economía española en el presente informe). Estas referencias explícitamente negativas aparecen concentradas temporalmente alrededor de fechas concretas en las que se publican datos oficiales, por ejemplo, la marcha del PIB, número de desempleados, etc.

⁴ Hemos conservado el código de marcha negativa de la economía para aquellas informaciones que bien comentan este tema de forma general, bien tocan conjuntamente diferentes aspectos de los que han sido desagregados (informaciones que se refieren simultáneamente, por ejemplo, al sector inmobiliario, bancario y a la inflación).

Gráfico 15. La economía española en los medios internacionales, julio-septiembre de 2009



El primer lugar, en volumen de informaciones en los medios internacionales, lo ocupa el sector financiero/bancos, con un 18% del total, y comentarios más positivos que los referidos al resto de sectores. Como se ha venido mencionando también en informes anteriores, destacan los comentarios sobre la buena marcha de los principales bancos españoles, especialmente en comparación con la situación de la banca en otros países. Entre los comentarios positivos se menciona también el relativo bajo índice de morosidad en España.

Por otro lado, el anuncio de una subida de impuestos en España ocupa el segundo lugar en volumen de noticias relacionadas con la economía española en los medios internacionales, con un 13%. En cuarto lugar encontramos las informaciones centradas en el mercado laboral y el desempleo (con un 9%). Respecto a este tema, la imagen de España sigue siendo muy negativa dentro del contexto europeo. Aunque las disminuciones puntuales del desempleo que se producen en España merecen comentarios en la prensa internacional, se suelen apuntar el carácter coyuntural de dichos descensos y las debilidades del mercado laboral español. Es respecto al mercado laboral donde se sigue manteniendo la imagen más negativa respecto a la economía de España, especialmente cuando se analizan las consecuencias sociales de las elevadas tasas de desempleo.

“La suerte de los trabajadores españoles es una historia de contrastes. Algunos nunca lo tuvieron mejor; otro, jamás tan mal. España tiene la mayor tasa de desempleo de la Unión Europea y uno de los sistemas de beneficios sociales menos generosos. Ha destruido 1,2 millones de empleos en un año; en breve tendrá más parados que Italia y Francia juntas” (*The Economist*, 10/VII/2009).

“Crece la desesperanza en España a medida que falla el empleo. (...) Los hogares en los que ninguno de sus miembros tiene trabajo superan el millón” (*The Wall Street Journal*, 27/VI/2009).

En quinto, sexto y séptimo lugar encontramos noticias centradas en los sectores automovilístico, turístico e inmobiliario, con un 8%, 7% y 5% del total de informaciones sobre economía española, respectivamente. Otra evidencia de cierta mejoría en la imagen de España es la aparición de algunos comentarios positivos en lo que se refiere al sector inmobiliario. No aparecen noticias de grandes quiebras, por ejemplo, como ocurría en los trimestres anteriores.

“Respiro financiero para los promotores españoles” (*Les Echos*, 5/VIII/2009).

“Los constructores españoles, salvados por los beneficios excepcionales” (*Liberation*, 4/VIII/2009).

En la mejora de la imagen de España en lo que a su economía se refiere, debemos destacar también el aumento de las noticias sobre las inversiones españolas en el extranjero, que pasan del 1% del trimestre anterior, al 5% en este tercer trimestre de 2009. Entre ellas, tienen una visibilidad destacada en los medios internacionales la participación de España en la ampliación del Canal de Panamá y la presencia de la industria textil española fuera de nuestras fronteras.

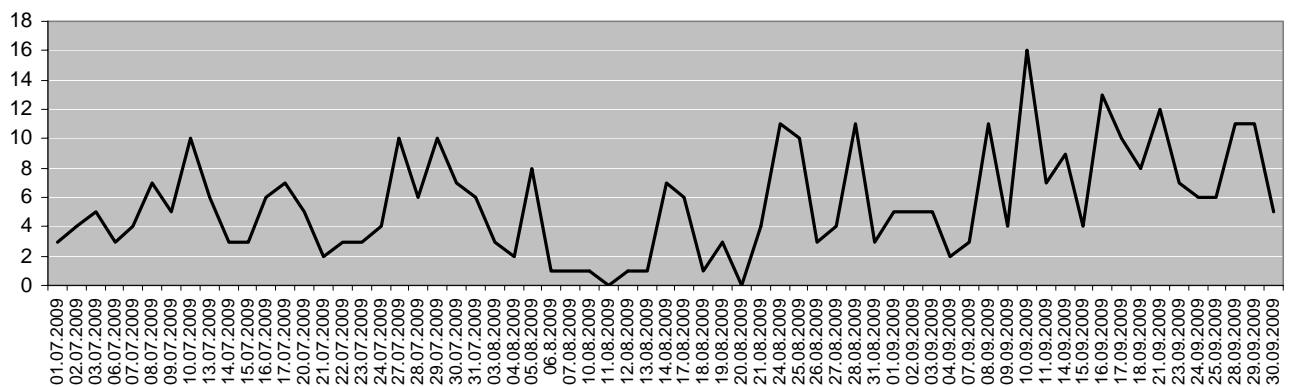
“(…) Mientras que los grandes del sector textil español registraron el año pasado un aumento del 10% en sus cifras de negocios (Inditex), Desigual incrementó sus ventas en casi un 90%. Esta marca atípica se dirige a consumidores entre 25 y 35 años, con un buen poder adquisitivo. Y a esto hay que añadir una política agresiva de ubicaciones de tiendas. Desigual cuenta con tiendas en Regent Street de Londres, en los almacenes Lafayette de París, en Broadway en Nueva York” (*La Croix*, 8/VII/de 2009).

Si observamos la distribución temporal de estas informaciones, las cuestiones relacionadas con la economía española mantienen una presencia moderada en los medios internacionales de forma prácticamente continuada a lo largo de todo el trimestre, aunque existen varios de picos destacables que podemos comentar. Diferentes temas se entrelazan en el primero de los picos que se observa entre el 8 y el 10 de junio (comentarios sobre el desempleo, la posible fusión de Iberia y BA, la participación de España en la ampliación de Canal de Panamá...). Lo mismo ocurre con el segundo de los picos, en torno al 27-29 de julio de 2009 y son varios los temas que inciden en la visibilidad de España durante estos días: los beneficios del BBVA dentro del sector bancario, las dificultades de Rodríguez Zapatero en la negociación con la patronal, el anuncio de ayudas para el sector

turístico en España, informaciones relacionadas con el mercado laboral, etc.

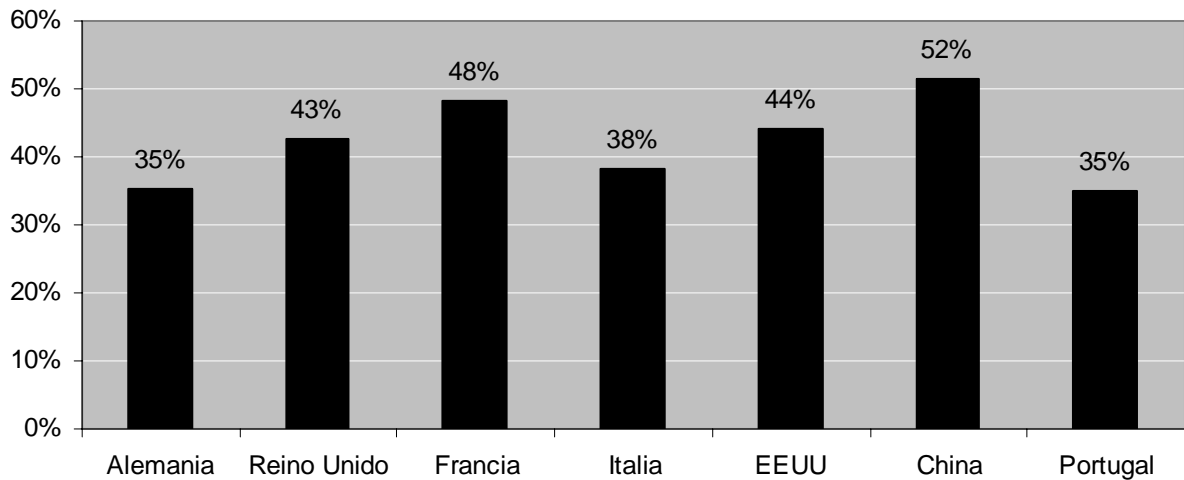
El aumento en la visibilidad de la economía española que se produce hacia finales de agosto (los días 24, 25 y 28) se debe, de nuevo, a la presencia de temas diversos en los medios internacionales. No obstante, destacan las referencias al anuncio y la posible subida de impuestos en España. Finalmente, este anuncio es también el responsable del último aumento brusco que se observa en septiembre, entre el día 8 y el 10. Entre los temas que mantienen elevadas las frecuencias hasta finales de éste último mes, se encuentran la salida de Solbes del equipo de gobierno de Rodríguez Zapatero.

Gráfico 16. Frecuencias diarias: referencias a “economía española”, julio-septiembre de 2009



Finalmente, cabe señalar que las cuestiones relacionadas con la economía española se sitúan entre las que mayor atención acaparan de forma sistemática en todos los países seleccionados. Sobre el total de informaciones sobre España que los medios de cada país incluyen en sus páginas durante este tercer trimestre de 2009, entre un 35% y un 52% se centran en la economía española, con porcentajes muy semejantes a los reflejados en el informe anterior. En esta ocasión, destaca China, con un 52% de noticias relacionadas con la economía española (recordemos, no obstante, el número limitado de referencias en que se basan los cálculos para este país). También destacan de forma especial Francia, EEUU y el Reino Unido, países en los que más del 40% de las informaciones sobre España que aparecieron en sus medios durante este tercer trimestre se centraron en la economía. Finalmente, más de un tercio del total de las informaciones sobre España aparecidas en los medios italianos, alemanes y portugueses se centraron, también, en temas económicos.

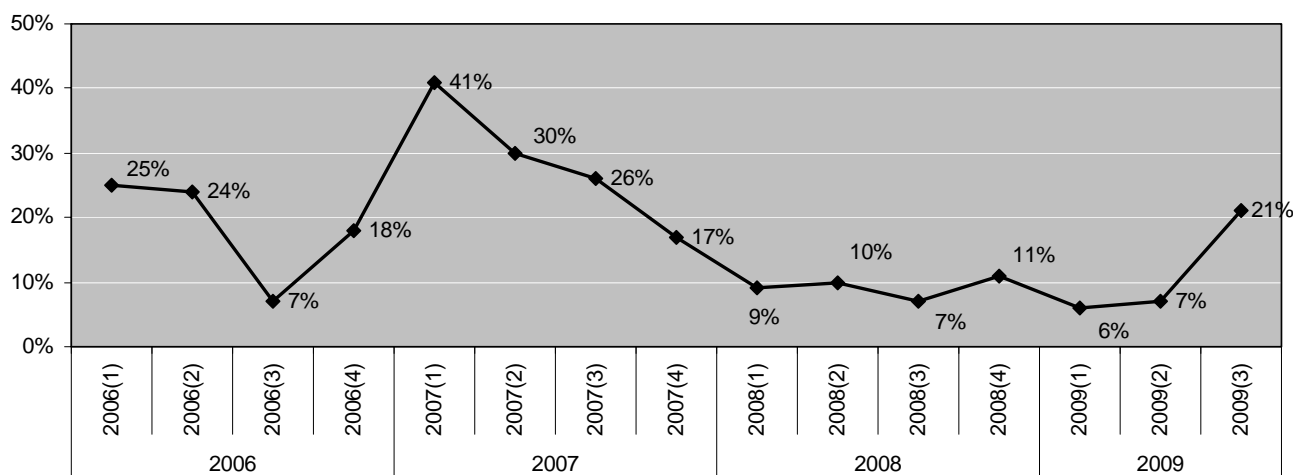
Gráfico 17. Visibilidad del tema “economía española” en diferentes países, julio-septiembre de 2009



El terrorismo

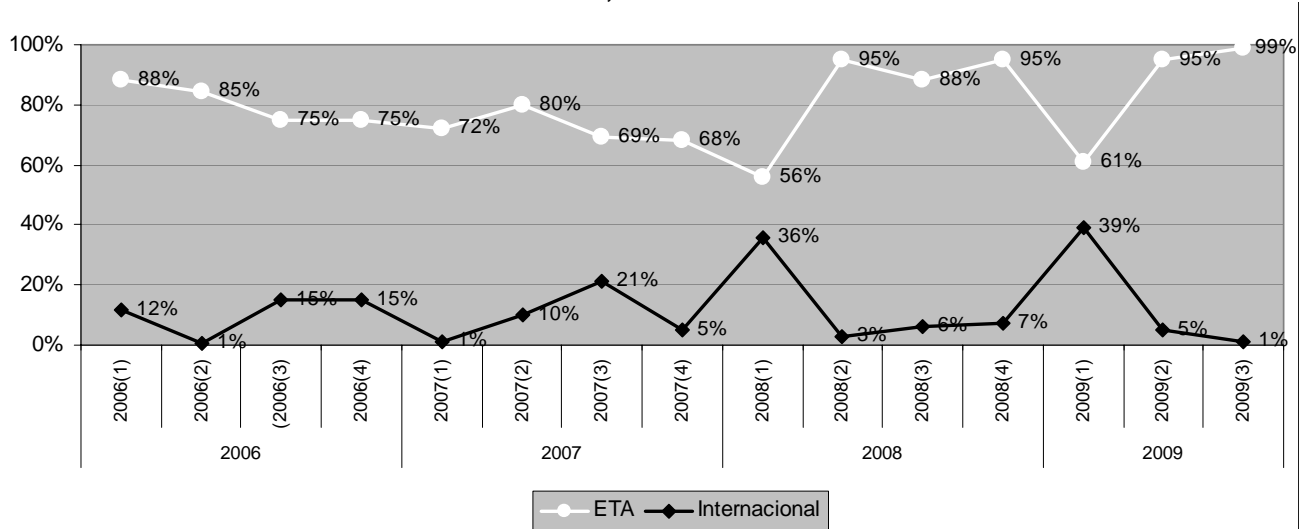
Las cuestiones relacionadas con el terrorismo en España aumentan su visibilidad de forma notable con respecto a trimestres anteriores. Con un 21% del total de las referencias a España en los medios internacionales durante este tercer trimestre de 2009, el tema alcanza su mayor visibilidad desde el cuarto trimestre de 2007.

Gráfico 18. Evolución de las referencias a “terrorismo”, 2006-2009



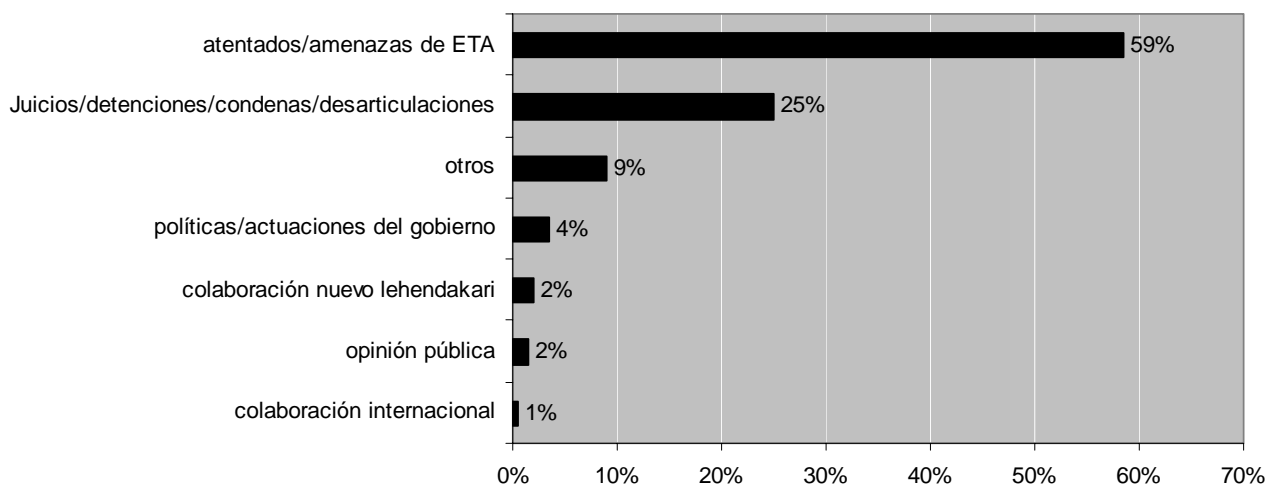
Como en el informe anterior, son las cuestiones relacionadas con el terrorismo de ETA las que mayor atención continúan recabando en los medios internacionales, aumentando incluso con respecto al segundo trimestre de 2009: un 99% de las referencias en los medios internacionales se concentran en aspectos relacionados con ETA.

Gráfico 19. Evolución de las referencias al terrorismo, 2006-2009



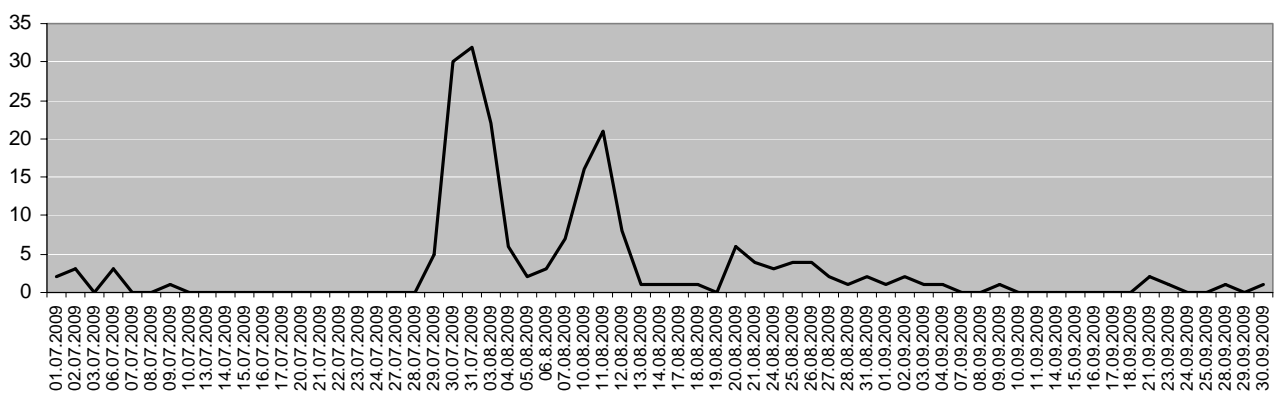
Durante este tercer trimestre de 2009 se acentúa aún más la tendencia apuntada en OPIEX anteriores: de nuevo vuelven a aumentar las referencias a la amenaza (atentados, etc.) de ETA, que representan el 56% del total de las referencias a ETA en los medios internacionales; además, disminuyen las informaciones centradas en los éxitos de la lucha contra la banda armada (que representan sólo un 25% frente al 40% del trimestre anterior). A pesar de ello, no puede afirmarse que la imagen de España, o del gobierno (en lo que a la efectividad de su lucha contra el terrorismo de ETA se refiere) se haya deteriorado. No nos encontramos con una imagen de España más insegura por la amenaza de ETA. Lo que ocurre es que algunos de los atentados, realizados en enclaves turísticos importantes (Mallorca en este caso) encuentran un eco especial en los medios de ciertos países con colonias importantes de turistas o residentes en dichas zonas. Así ocurre con los medios del Reino Unido y, especialmente, con los medios alemanes.

Gráfico 20. ETA en los medios internacionales, julio-septiembre de 2009



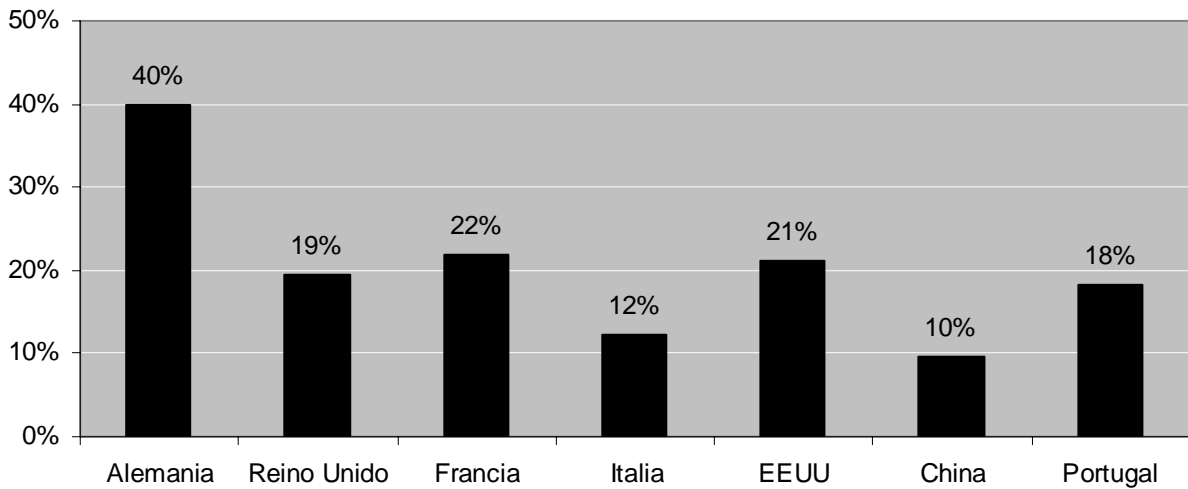
Durante este segundo trimestre de 2009, la distribución temporal de las informaciones sobre el terrorismo refleja una tendencia ya familiar, con varios picos muy altos seguidos de períodos en los que las informaciones sobre el terrorismo están casi ausentes. Todos los picos coinciden, en esta ocasión, con atentados de ETA. El primero de ellos, el 30 y 31 de julio refleja el eco que se hace la prensa internacional de los atentados contra sendos cuarteles de la Guardia Civil: uno de ellos en Burgos, con varios heridos pero sin muertos, y el otro en Mallorca, en el que resultaron muertos dos guardias civiles. El segundo pico, en torno al 10 y 11 de agosto, refleja los nuevos atentados que tienen lugar en Mallorca.

Gráfico 21. Frecuencias diarias: referencias a “terrorismo”, julio-septiembre de 2009



Por las razones apuntadas, la importancia de la colonia alemana en Mallorca, encontramos que es en los medios alemanes en los que más visibilidad adquiere el tema del terrorismo. Hasta el 40% del total de informaciones sobre España que aparecen en los medios de este país durante el tercer trimestre de 2009 se refieren al terrorismo en España (a los atentados de ETA, básicamente). Francia (con el 22% de las referencias), EEUU (con el 21%), el Reino Unido (con el 19%) y Portugal (con el 18%) le siguen en cuanto a la visibilidad que adquiere el terrorismo en sus medios. En Italia y China la relevancia de este tema es sensiblemente menor, con un 12% y 10% del total sobre las referencias a España respectivamente.

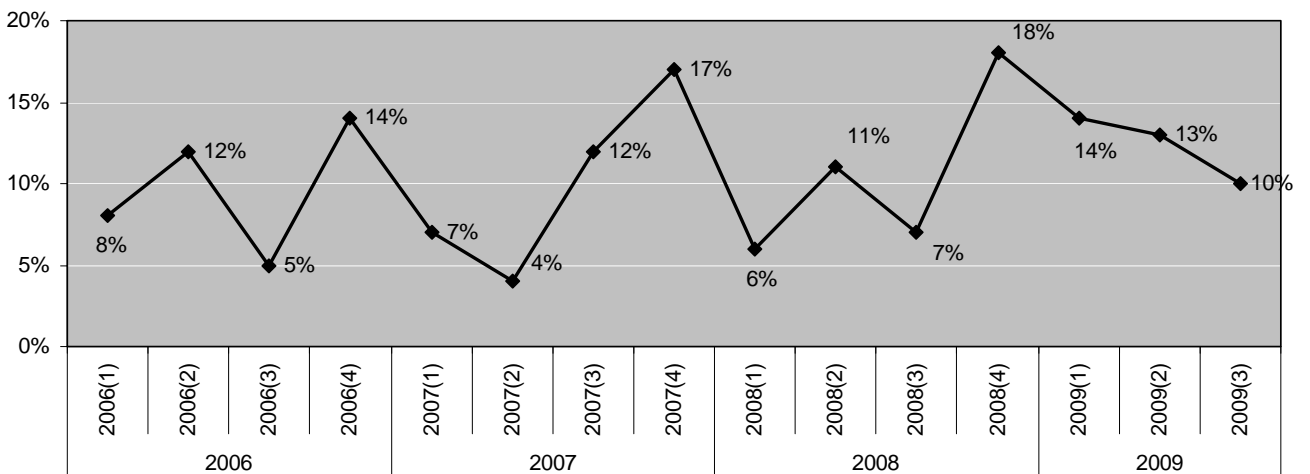
Gráfico 22. Visibilidad del tema “terrorismo” en diferentes países, julio-septiembre de 2009



Sociedad española

La visibilidad de la sociedad española en los medios internacionales desciende levemente por segundo trimestre consecutivo, situándose en un 10% del total de referencias a España en los medios internacionales, el porcentaje más bajo desde el cuarto trimestre de 2008.

Gráfico 23. Evolución de las referencias a “sociedad española”, 2006-2009



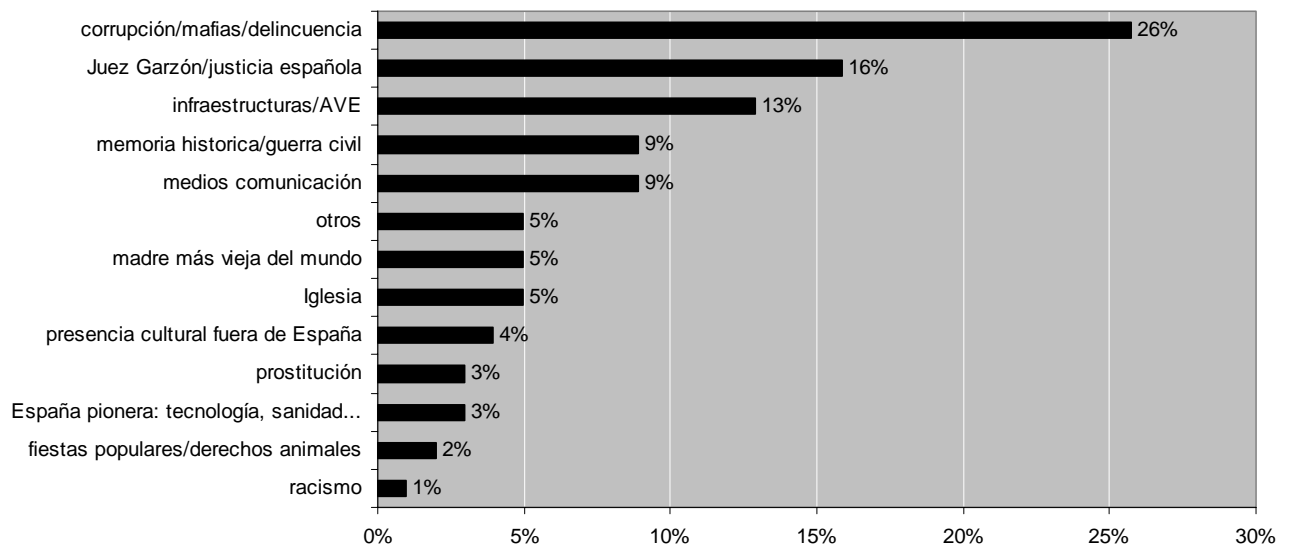
Entre las cuestiones de las que se hace eco la prensa internacional destacan, durante este tercer trimestre, las relacionadas con la delincuencia, las mafias y la corrupción de forma general, con un 26% del total de las referencias a la sociedad española. Entre las noticias que podemos encontrar en los medios internacionales se encuentran la dimisión del director del CNI, el juicio contra el presidente de Telefónica, César Alierta, los supuestos casos de corrupción del PP (casos Gürtel y Camps), así como las acusaciones del PP al gobierno por supuestas escuchas ilegales. Al margen de la mala imagen que queda reflejada en estos temas, los comentarios en los medios internacionales llegan más allá. Aparece de nuevo la cuestión de la sociedad dividida, enfrentada e ineficiente; de ello se

hace responsable a los partidos políticos españoles, especialmente, cuya imagen de este modo aparece muy deteriorada.

“La política española prefiere el barullo al diálogo (...) Socialistas y conservadores prefieren los altercados ordinarios y duras acusaciones, tanto cuando se trata de los planes para combatir los frecuentes incendios forestales, como cuando se trata de los planes para combatir la crisis económica. Las propuestas de la parte contraria, por norma suelen ser rechazadas con fuertes protestas y abucheos. A ser posible el protagonista del plan es acusado de oportunista y tramposo. Y cuando no se tiene un plan que puedan echar abajo o un adversario político para ofender, se busca otra alternativa” (*De Volkskrant*, 26/VIII/2009).

“La política estilo corrida de toros (...). Los conservadores del Partido Popular, sin aportar pruebas, dicen estar siendo espiados por los servicios secretos gubernamentales. Denuncian un ‘estado policial’ y una ‘persecución inquisitorial’. El gobierno de Zapatero replica que se trata de ‘delirios paranoicos’ estas invectivas estivales ahora se han convertido en pugilato político en la Cámara de Diputados” (*Liberation*, 28/VIII/2009).

Gráfico 24. La sociedad española en los medios internacionales, julio-septiembre de 2009



Las informaciones sobre temas relacionados con el juez Garzón⁵ y la justicia española continúan ocupando un lugar destacado, aunque con mucha menor visibilidad que en informes pasados. Estas cuestiones ocupan el 16% del total de referencias a la sociedad española en los medios internacionales durante este tercer trimestre de 2009, frente al 31% que representaban en el trimestre anterior. En lo que respecta al juez, su imputación por prevaricación es quizá el tema más destacable. Como se ha comentado en informes anteriores, en el tratamiento que recibe este tema afloran las contradicciones de la justicia española, que a la vez que persigue a dictadores y criminales fuera de sus fronteras es

⁵ Dada la reiterada aparición del juez en los medios, y que estos suelen resaltar la figura, personalidad y actitudes del juez, hemos optado por crear un nuevo código específico.

incapaz de hacer lo propio dentro de nuestro propio país.

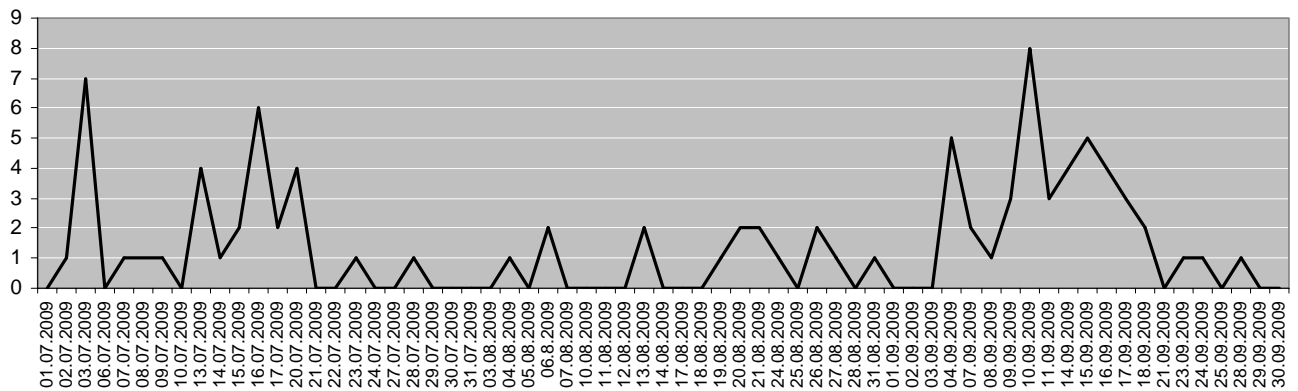
“El juez que acusó a Pinochet y Bin Laden, acusado de excederse en el ejercicio de sus competencias en un caso sobre Franco. (...) En mayo, el Tribunal Supremo admitió a trámite la demanda presentada por un grupo ultraconservador que acusa a Garzón de haberse excedido conscientemente en sus competencias ordenando una investigación sobre las ejecuciones y otros abusos a civiles, cometidos por el ejército del General Francisco Franco durante la Guerra Civil de 1936-1939 y en los primeros años del franquismo” (*The Washington Post*, 11/IX/2009).

En tercer lugar encontramos las referencias a infraestructuras y el AVE, con el 13% del total de referencias a la sociedad española en los medios internacionales. En esta ocasión, lo que llama la atención son los problemas con nuestros vecinos portugueses en lo que a la comunicación a través del tren de alta velocidad se refiere. Los lugares cuarto y quinto en visibilidad por volumen de informaciones (9% del total en ambos casos), lo ocupan la “memoria histórica” y la Guerra Civil (aunque éste en realidad podría considerarse el segundo, junto con las referencias al Juez Garzón y la justicia española, ya que las temáticas aparecen muy correlacionadas) y los medios de comunicación. Respecto a éstos últimos destacan los problemas del grupo Prisa, así como el enfrentamiento (críticas) de *El País* con el gobierno de Rodríguez Zapatero.

Por último, cabe destacar el reflejo en los medios internacionales de noticias particulares y, hasta cierto punto, meramente anecdóticas que llegan a alcanzar cierto eco internacional. Por ejemplo, las referidas al fallecimiento de la “madre más vieja del mundo” (5% del total de referencias), que había concebido por inseminación artificial mintiendo sobre su edad, o las redadas y detenciones de prostitutas en la ciudad de Barcelona, que alcanzan un 3% del total de referencias.

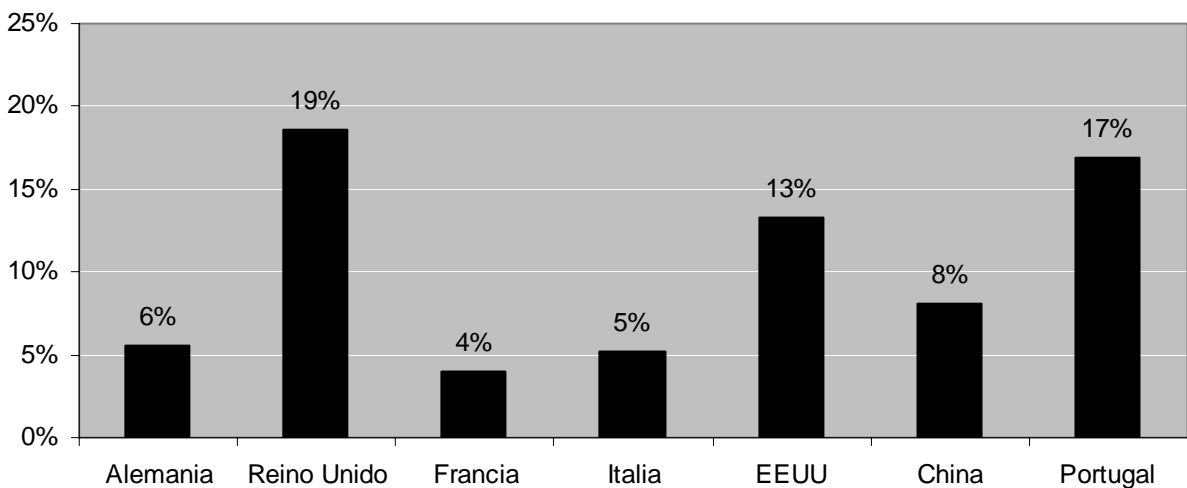
En la distribución temporal de las referencias a la sociedad española observamos varios picos significativos. Los más importantes responden a la dimisión del director de la CNI (3 de julio), la muerte de “la madre más vieja del mundo” (16 de julio), la presencia de España en la feria del libro de Pekín (4 de septiembre), la imputación del juez Garzón (10 de septiembre) y la polémica por el tren de alta velocidad entre España y Portugal (14 y 15 de septiembre).

Gráfico 25. Frecuencias diarias: referencias a “sociedad española”, julio-septiembre de 2009



Por países, observamos que la cobertura ha disminuido con respecto al segundo trimestre de 2009 en prácticamente todos los países de nuestro entorno más cercano. En esta ocasión, es el Reino Unido el país en que la sociedad española recibe una atención relativa más alta, con casi una quinta parte de las referencias aparecidas en sus medios (19%). Le siguen Portugal (17%) y EEUU (13%). En el resto de países el porcentaje que representan las informaciones sobre la sociedad española, sobre el total de las referencias a España, durante este tercer trimestre de 2009 es sensiblemente inferior: entre el 8% de China y el 4% de Francia.

Gráfico 26. Visibilidad del tema “sociedad española” en diferentes países, julio-septiembre de 2009



Relaciones exteriores

Las relaciones exteriores de España aumentan notablemente su visibilidad en los medios internacionales analizados durante este tercer trimestre de 2009. Con un 10% del total de las referencias a nuestro país, alcanzan el segundo mayor volumen de informaciones en todo el período analizado, superado únicamente durante el cuarto trimestre de 2007. El aumento se debe a la visita del ministro Miguel Ángel Moratinos a Gibraltar. Las informaciones comentan una visita que es considerada histórica, pues es la primera vez

que un ministro de Asuntos Exteriores español visita el Peñón, así como diversas informaciones y especulaciones sobre el futuro de la soberanía de la colonia británica. Gibraltar ocupa un 38% del total de las referencias a las relaciones exteriores de España, ocupando el primer lugar. Le siguen Israel/Oriente Medio, Italia, Venezuela y Portugal, todas a bastante distancia.

Gráfico 27. Evolución de las referencias a “relaciones exteriores”, 2007-2009

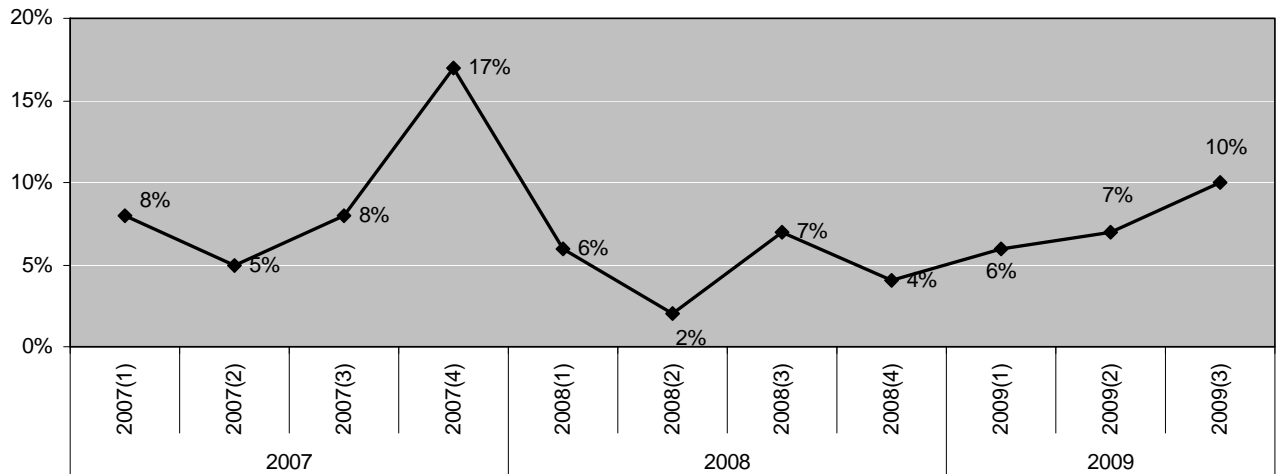
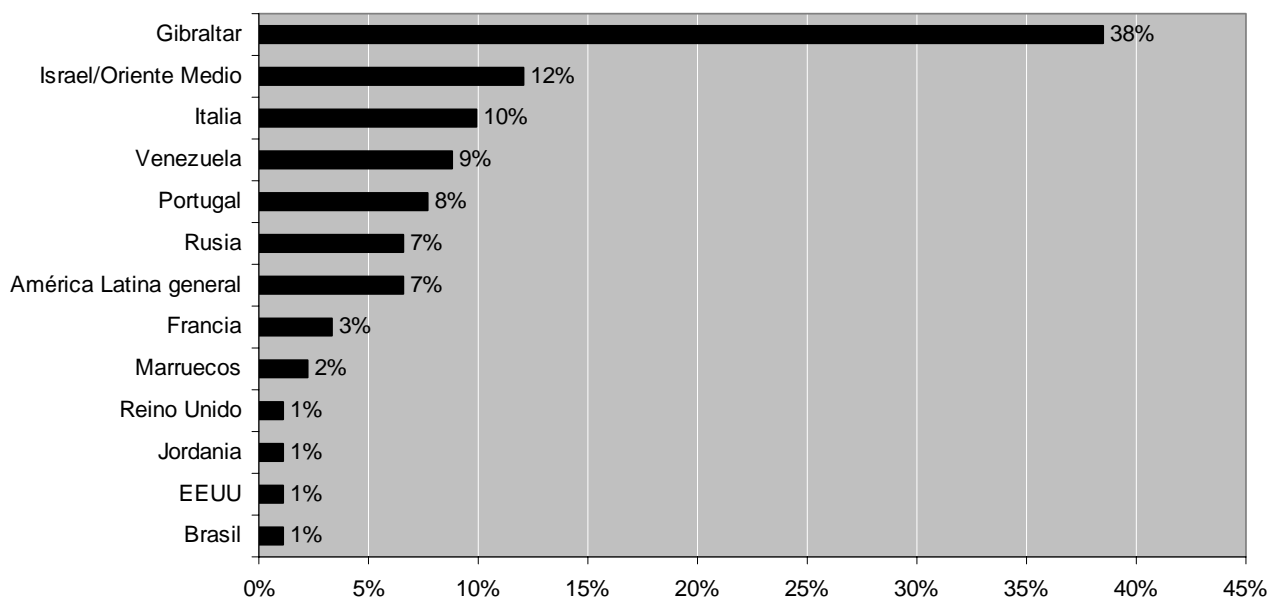
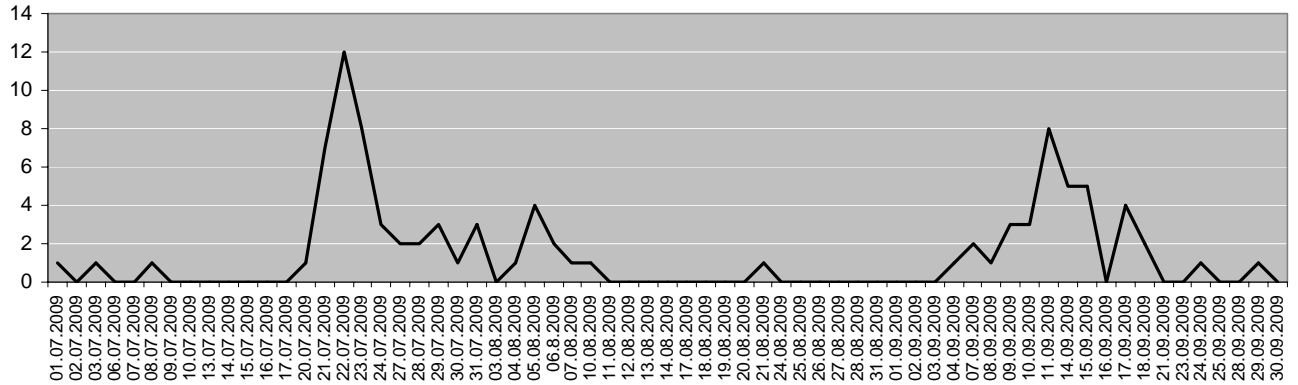


Gráfico 28. Las relaciones exteriores de España en los medios internacionales, julio-septiembre de 2009



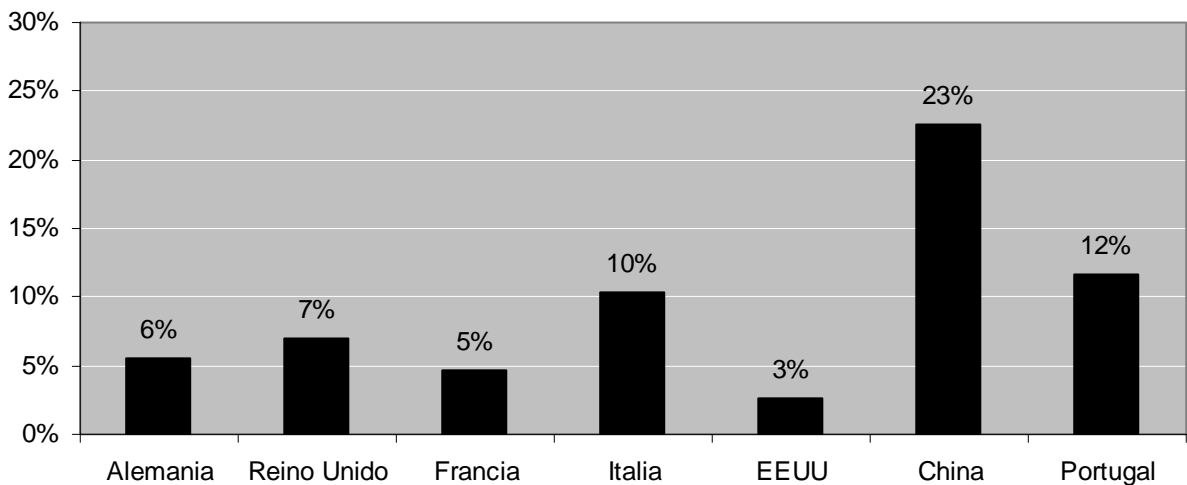
Temporalmente, las informaciones centradas en la visita de Moratinos a Gibraltar se concentran en torno al pico entre el 21 y el 22 de julio de 2009. En el pico que se observa entre el 11 y el 14 de septiembre coinciden varios temas: la visita de Moratinos a Oriente Próximo, la celebración de la cumbre italo-española en Cerdeña, el encuentro entre Sarkozy y Rodríguez Zapatero, y la visita de Hugo Chávez a España.

Gráfico 29. Frecuencias diarias: referencias a “relaciones internacionales”, julio-septiembre de 2009



Aunque incluimos el gráfico sobre la visibilidad de este tema por países, el escaso número de referencias sobre las que se basa el cálculo de forma general, y especialmente en algunos países como China, dificultan su interpretación.

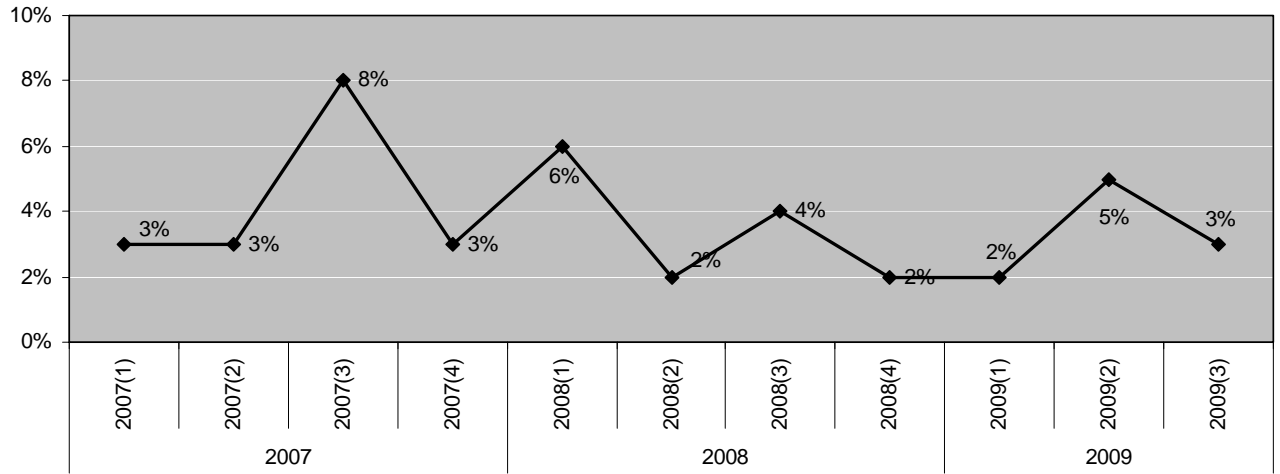
Gráfico 30. Visibilidad del tema “relaciones exteriores” en diferentes países, julio-septiembre de 2009



Políticas del gobierno

Las informaciones sobre las políticas puestas en marcha por el gobierno en España mantienen una visibilidad limitada durante este tercer trimestre de 2009, disminuyendo su porcentaje sobre el total de referencias a España respecto al OPIEX anterior, del 5% al 3%.

Gráfico 31. Evolución de las referencias a “políticas del gobierno”, 2007-2009



A pesar del reducido número de referencias, hemos incluido este apartado por la relevancia que adquiere la propuesta de ampliación de la ley del aborto a una ley de plazos: el 40% del total de las referencias a las políticas del gobierno se centran en este tema. A una gran distancia se encuentran las referencias a la ley sobre la violencia de género, con un 16% del total.

Gráfico 32. Las políticas del gobierno español en los medios internacionales, julio-septiembre de 2009

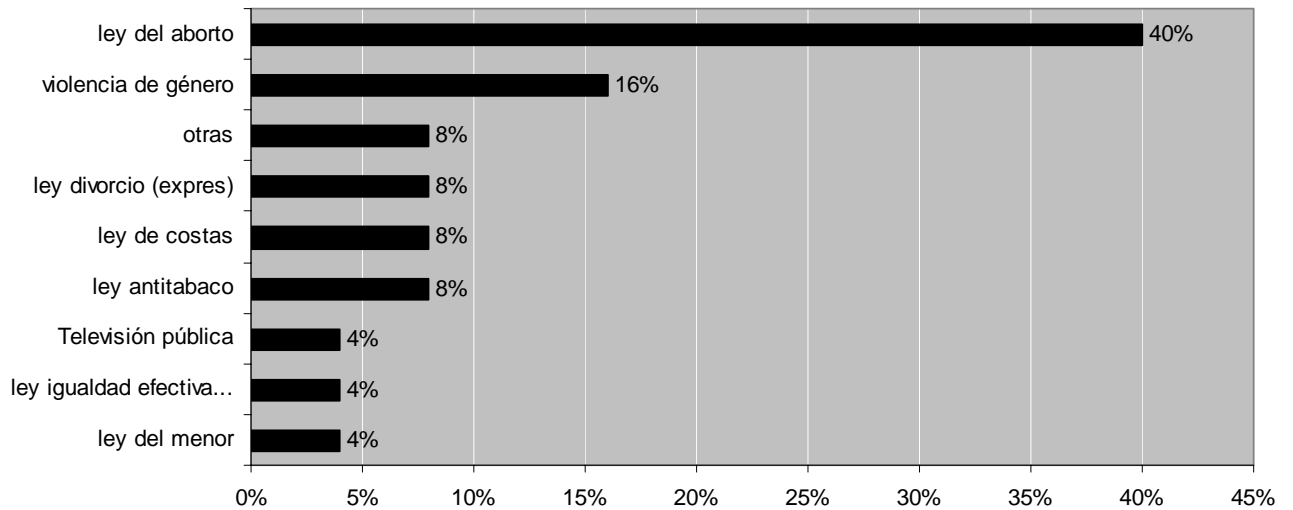
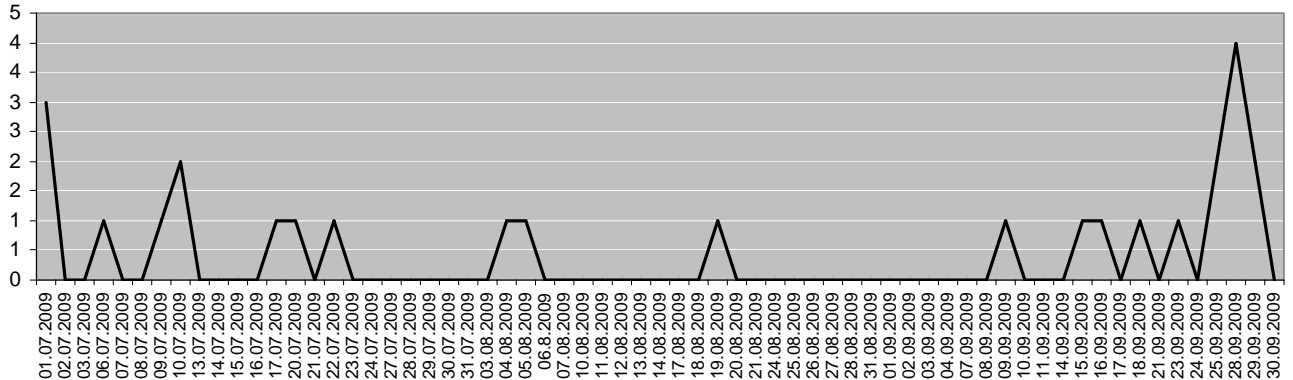
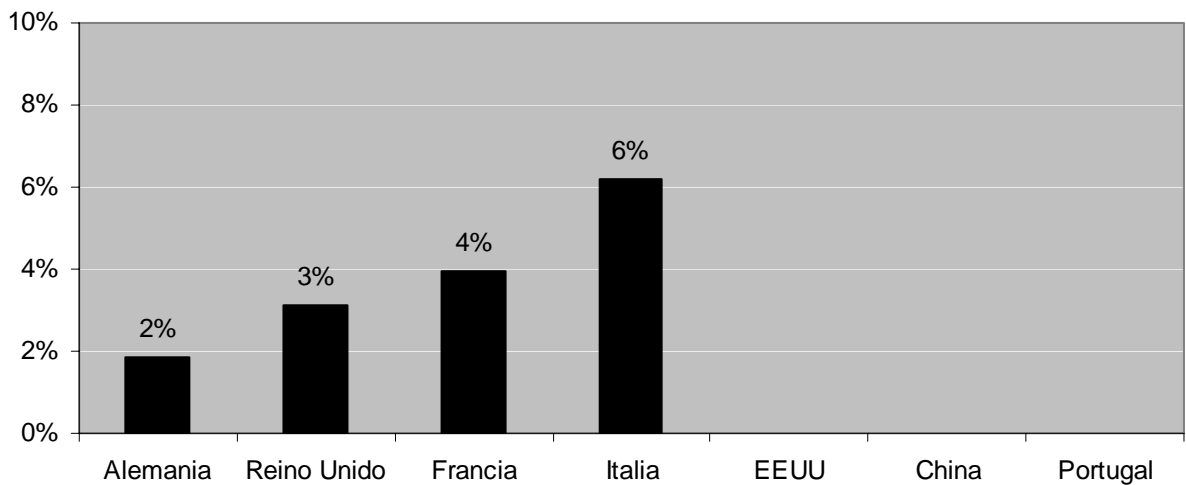


Gráfico 33. Frecuencias diarias: referencias a “políticas del gobierno”, julio-septiembre de 2009



Aunque incluimos el gráfico sobre la visibilidad de este tema por países, es escaso el número de referencias. No obstante, podría destacarse la correlación entre el hecho de que la política que más aparece en los medios internacionales sea la ampliación del aborto y que sean los medios italianos los que en mayor medida de hacen eco de ella.

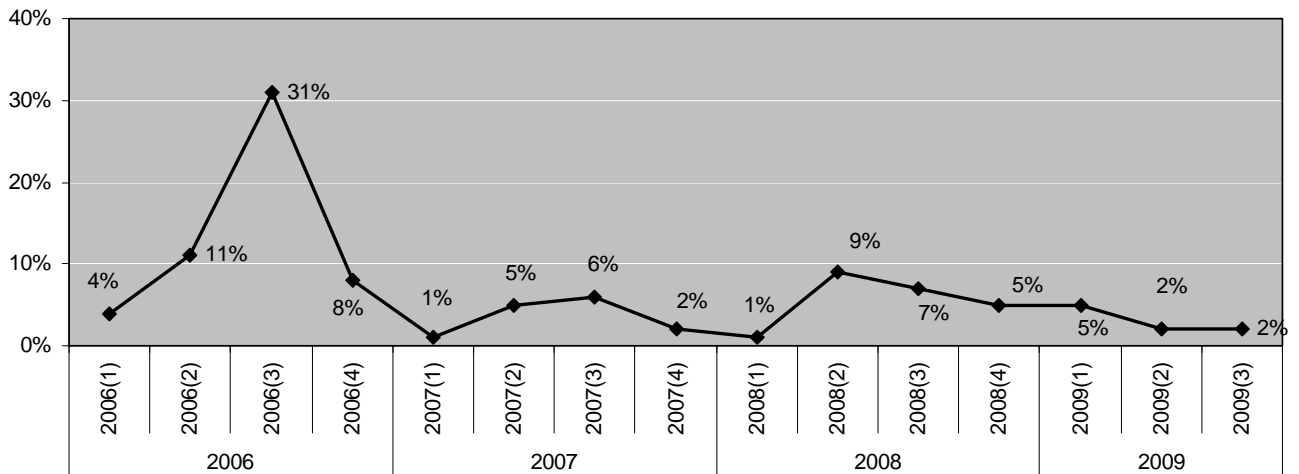
Gráfico 34. Visibilidad del tema “políticas del gobierno” en diferentes países, julio-septiembre de 2009



Inmigración

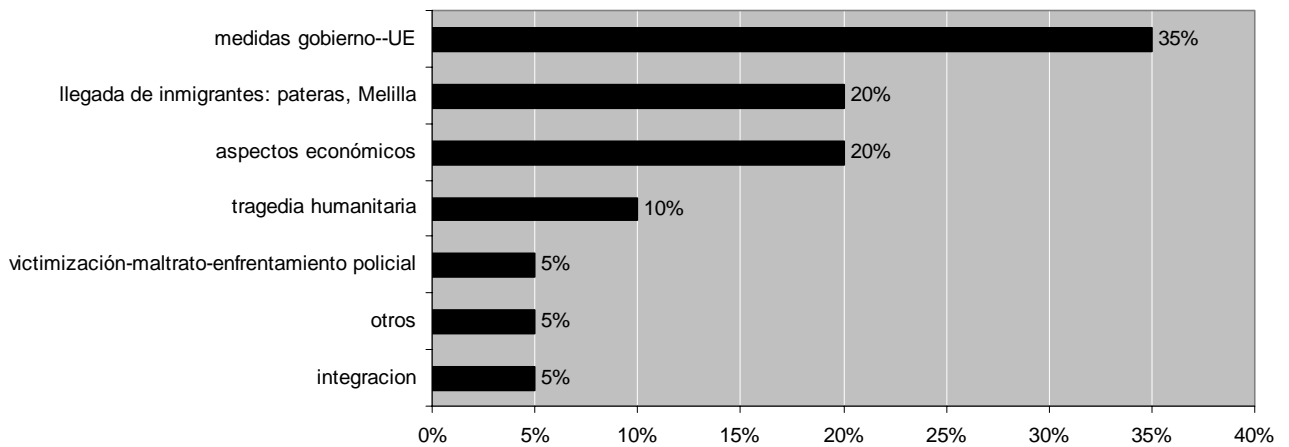
Durante este tercer trimestre de 2009 las cuestiones relacionadas con la inmigración mantienen una visibilidad muy baja en comparación con OPIEX anteriores. Como durante el segundo trimestre, ocupan tan solo un 2% del total de las referencias a España en los medios internacionales.

Gráfico 35. Evolución de las referencias a “inmigración”, 2006-2009



Igualmente, entre las cuestiones relacionadas con la inmigración que tienen mayor visibilidad encontramos las referencias a diferentes medidas adoptadas por el gobierno (35% del total de las informaciones sobre inmigración recogidas en los medios internacionales analizados, un 12% menos que en el trimestre anterior). En segundo lugar, con un aumento notable del volumen de noticias respecto al segundo trimestre de 2009, encontramos las referencias a la llegada ilegal de inmigrantes, con un 20% del total (un 12% más que durante el trimestre anterior). Diferentes aspectos económicos relacionados con la inmigración aumentan también su visibilidad de forma notable, representando otro 20% del total de las referencias a la inmigración en los medios internacionales. En cuarto lugar, y en sintonía con el aumento de informaciones sobre la llegada ilegal de inmigrantes a España, encontramos las referencias a los aspectos de tragedia humanitaria de este fenómeno (10% del total), ya que la llegada de inmigrantes ilegales se suele realizar a través de medios precarios y peligrosos en muchos casos. Las referencias a aspectos relacionados con el maltrato, el enfrentamiento policial o la victimización de los inmigrantes se mantienen en porcentajes similares a los del trimestre anterior, con un 5% de referencias.

Gráfico 36. La inmigración en los medios internacionales, julio-septiembre de 2009



Aunque incluimos los gráficos respecto de la presencia temporal y por países del tema de la inmigración, debemos recordar el escaso número de referencias en los que se basan estos porcentajes, motivo por el que son poco representativos.

Gráfico 37. Frecuencias diarias: referencias a “inmigración”, julio-septiembre de 2009

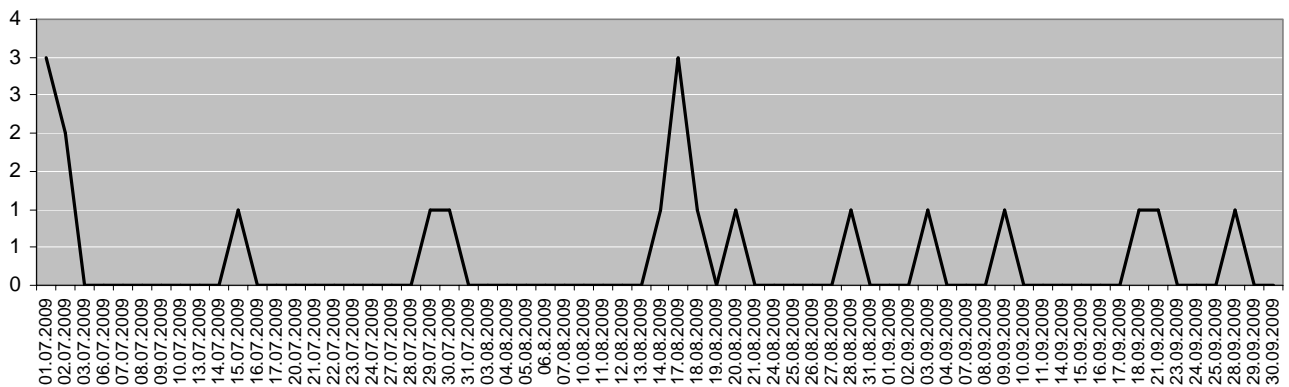
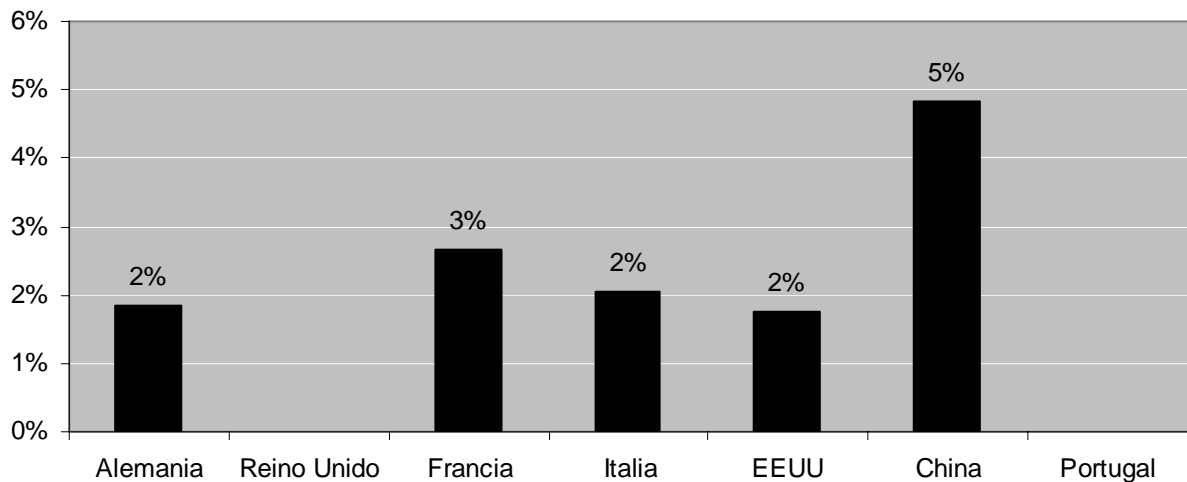


Gráfico 38. Visibilidad del tema “inmigración” en diferentes países, julio-septiembre de 2009



Apéndice: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España en cada país⁶

Gráfico 39. Alemania: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

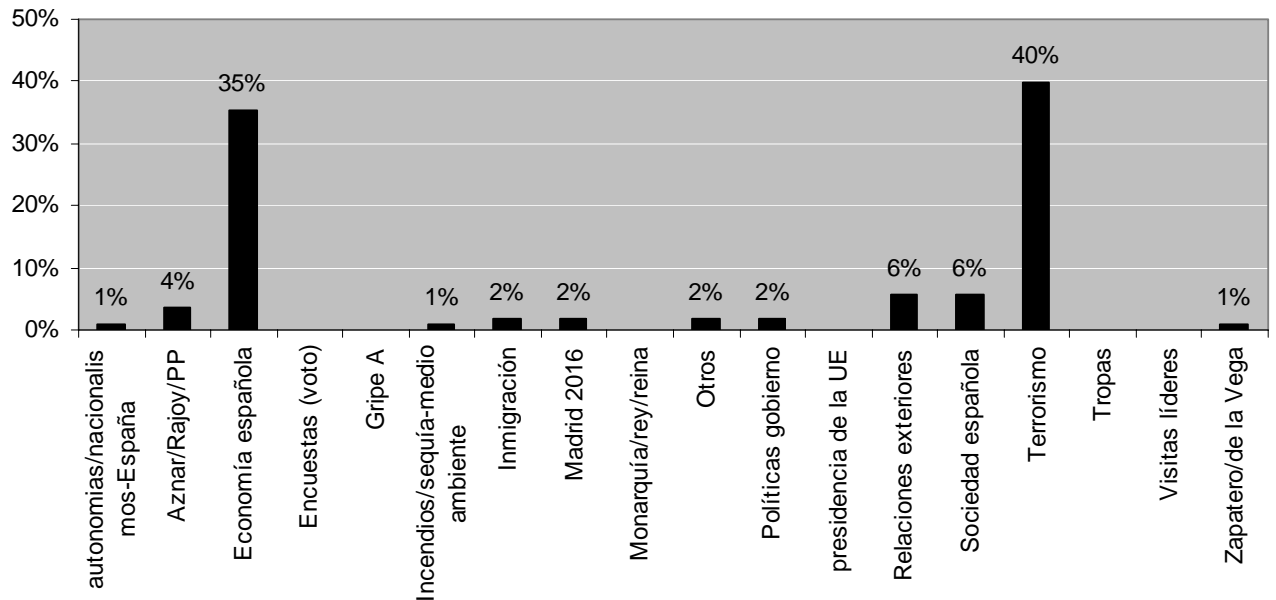
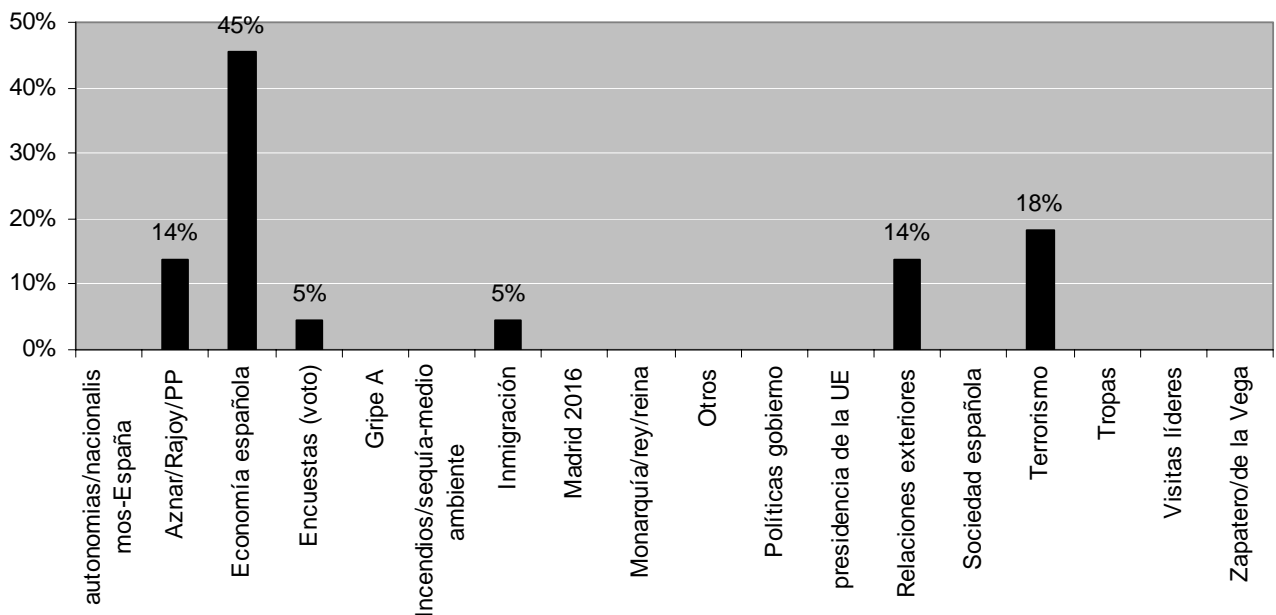


Gráfico 40. Argentina: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España



⁶ Téngase en cuenta el reducido número de noticias en que se basan estas distribuciones en algunos países.

Gráfico 41. Bélgica: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

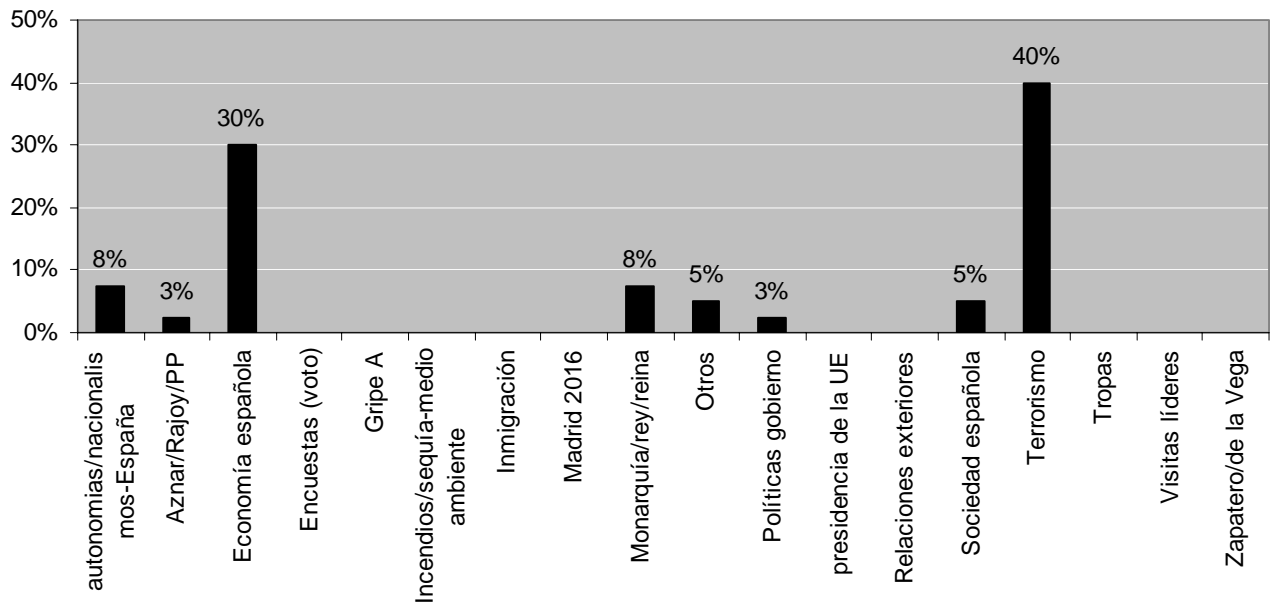


Gráfico 42. China: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

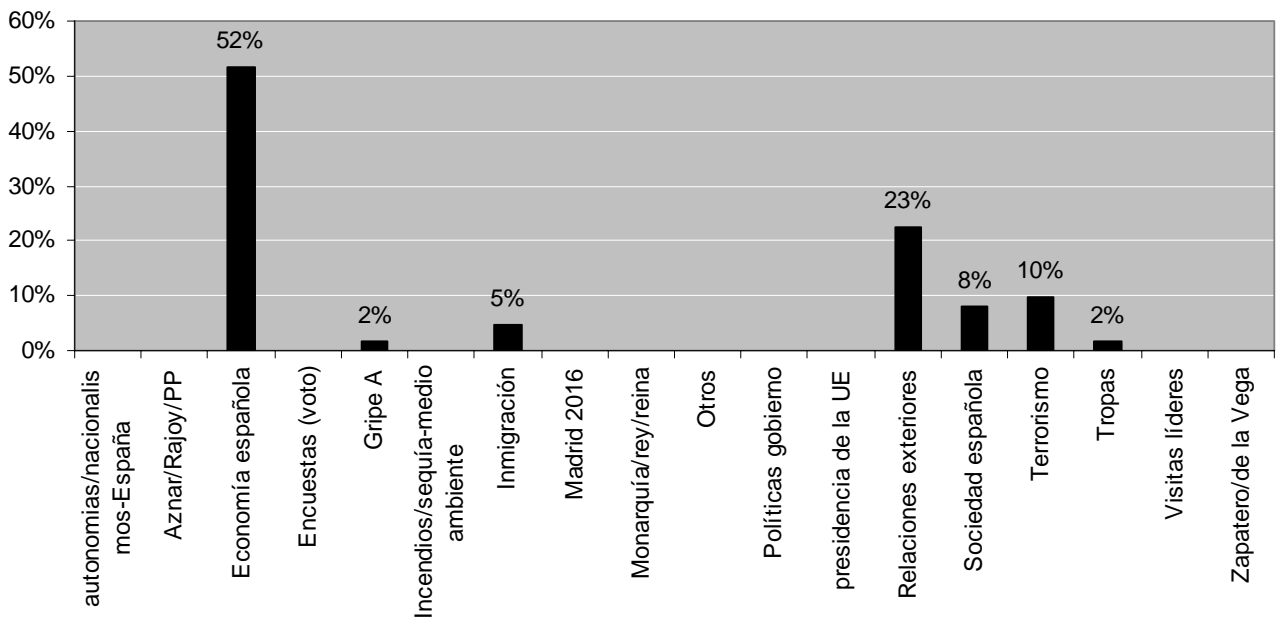


Gráfico 43. EEUU: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

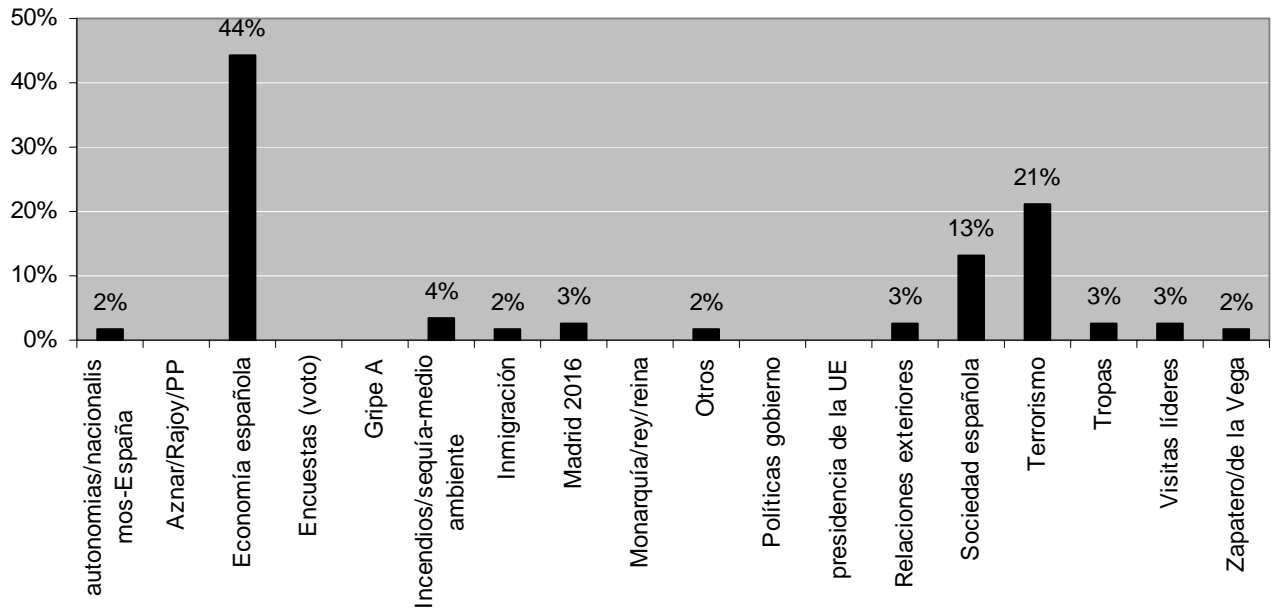


Gráfico 44. Francia: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

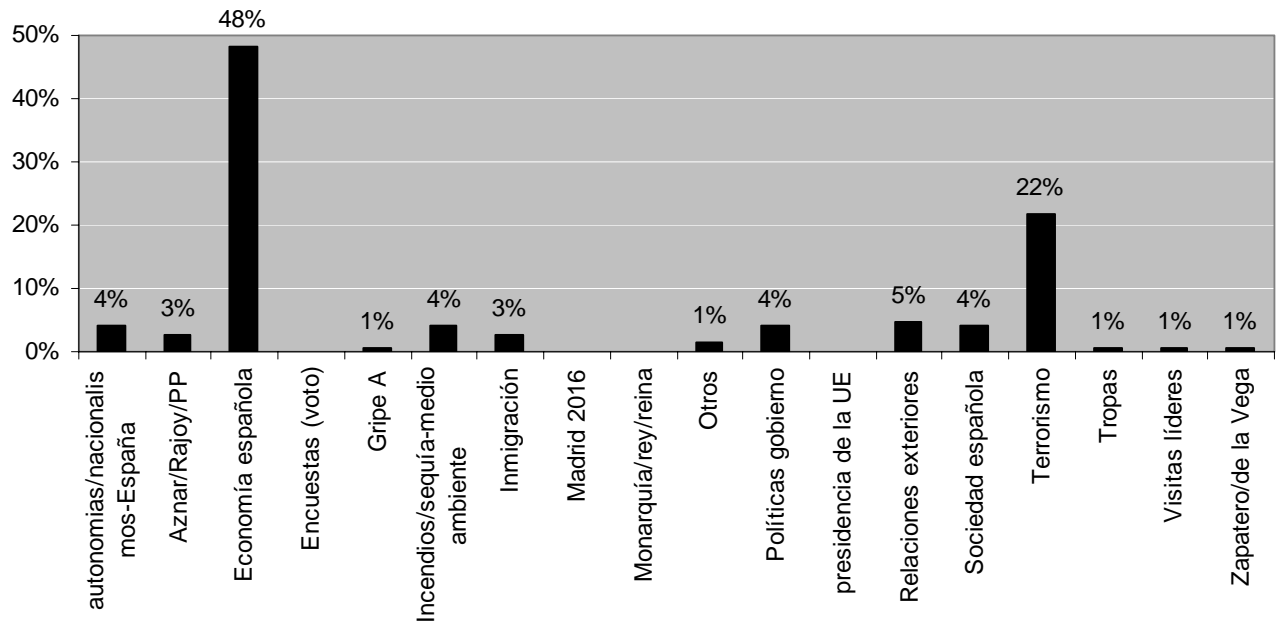


Gráfico 45. Italia: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

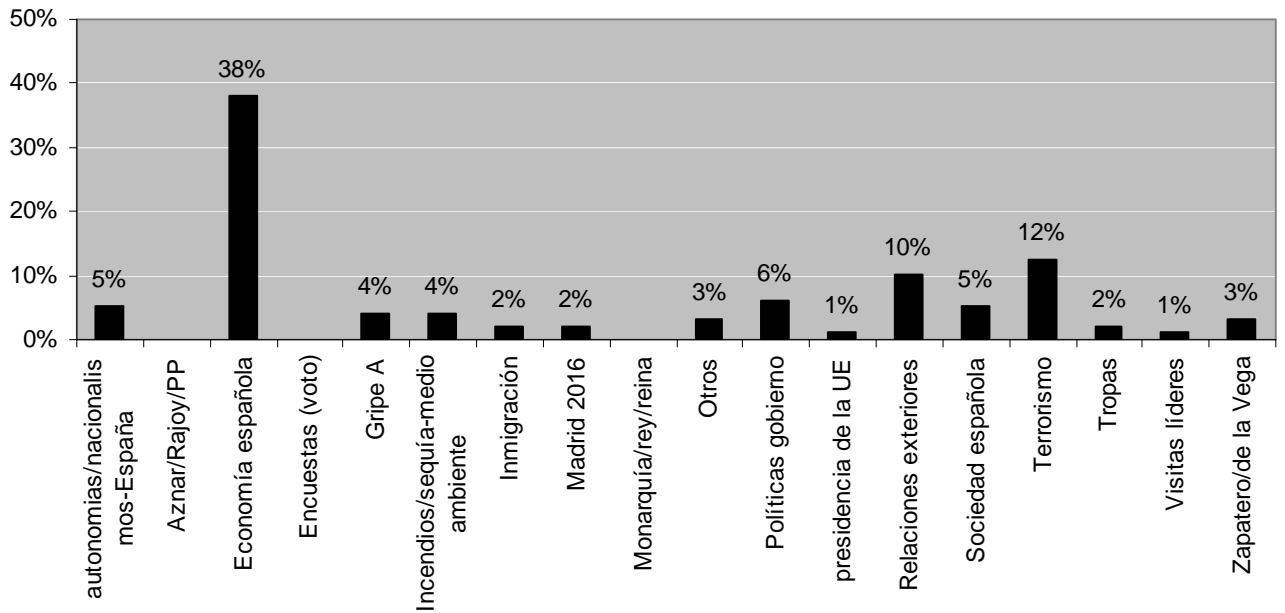


Gráfico 46. Japón: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

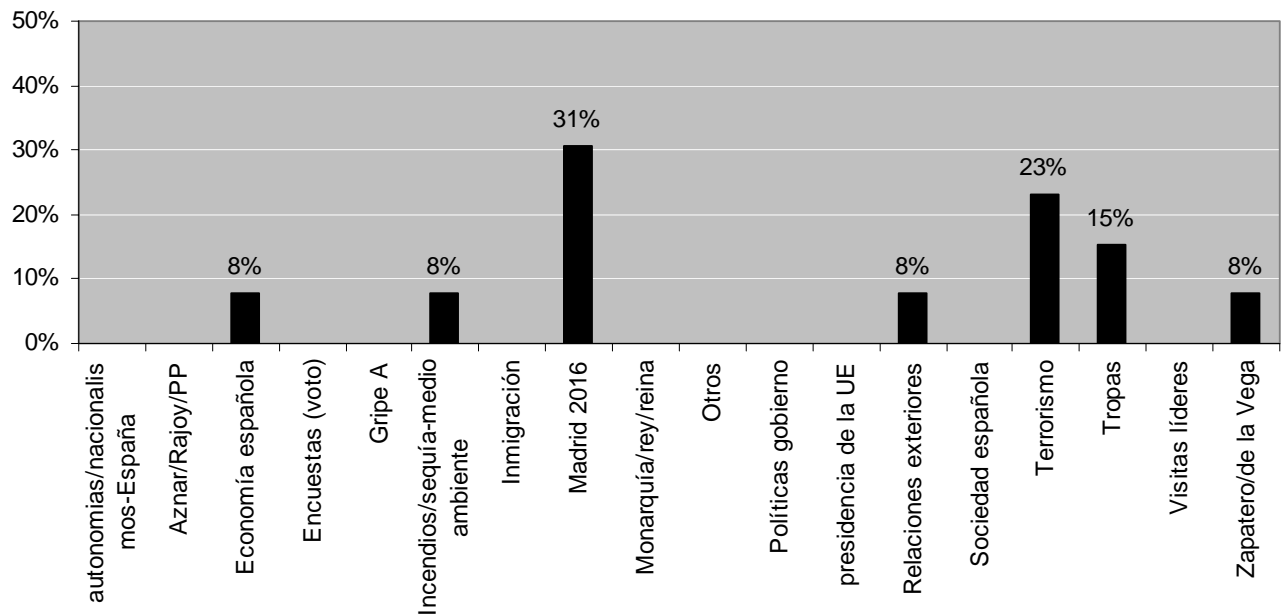


Gráfico 47. Marruecos: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

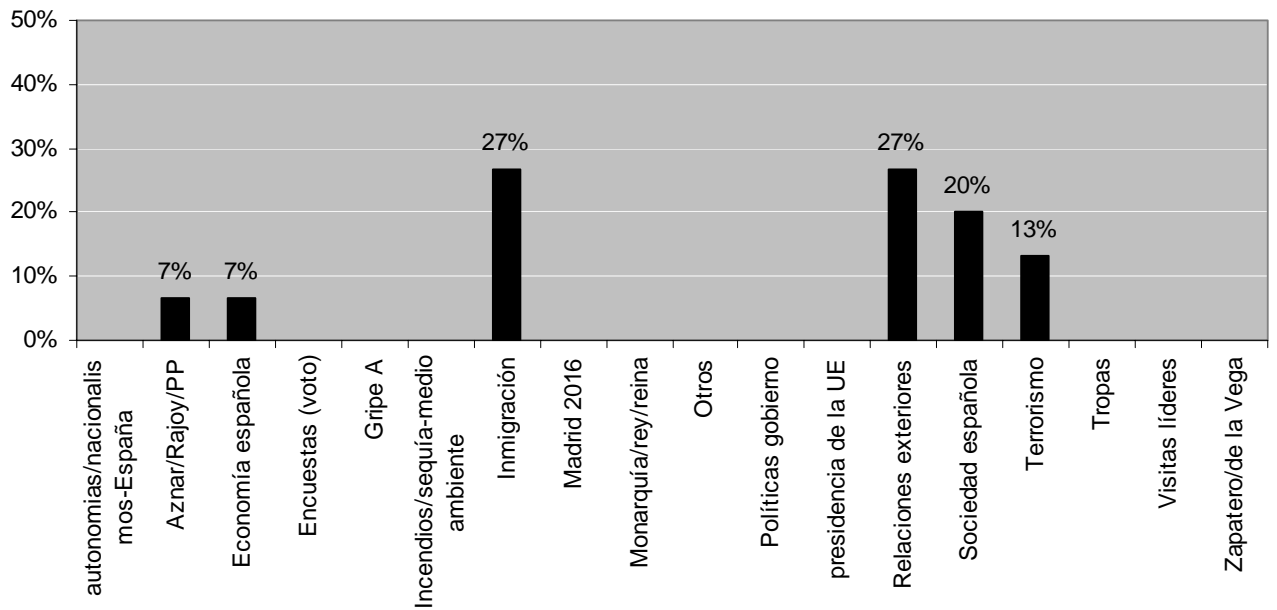


Gráfico 48. Países Bajos: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

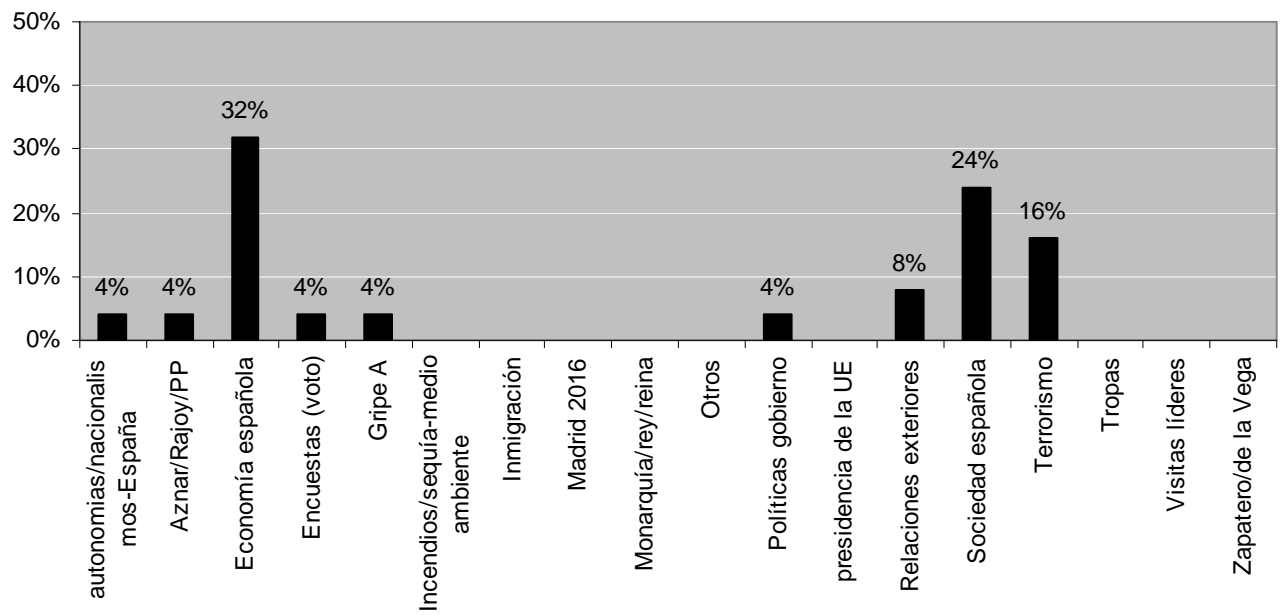


Gráfico 49. Polonia: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

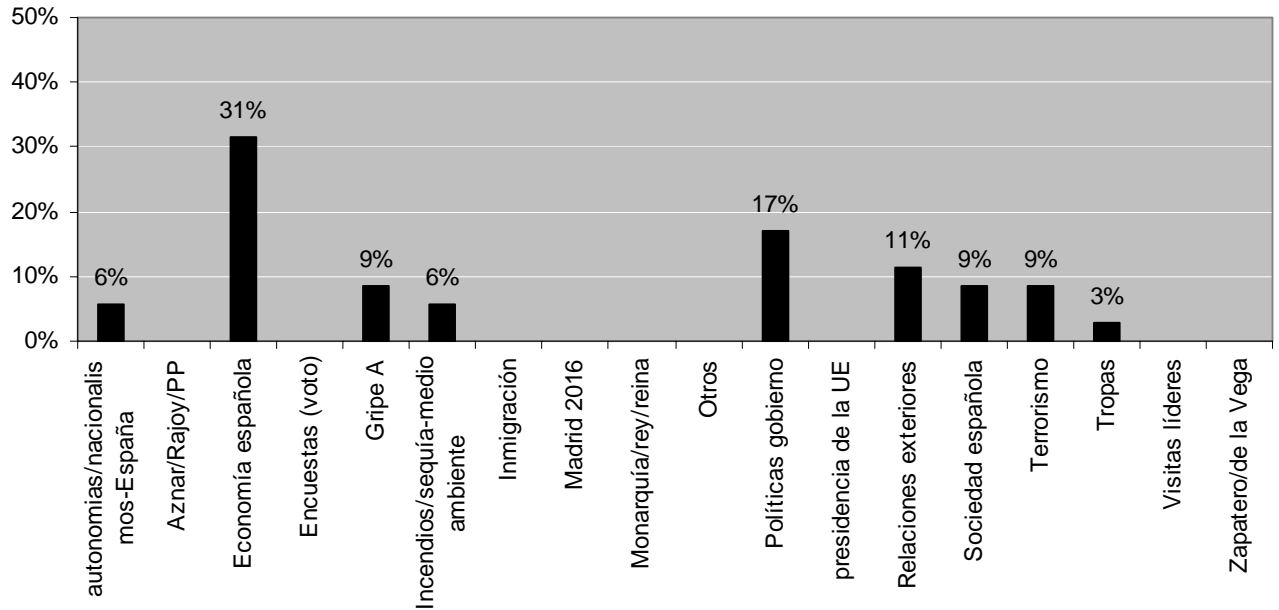


Gráfico 50. Portugal: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

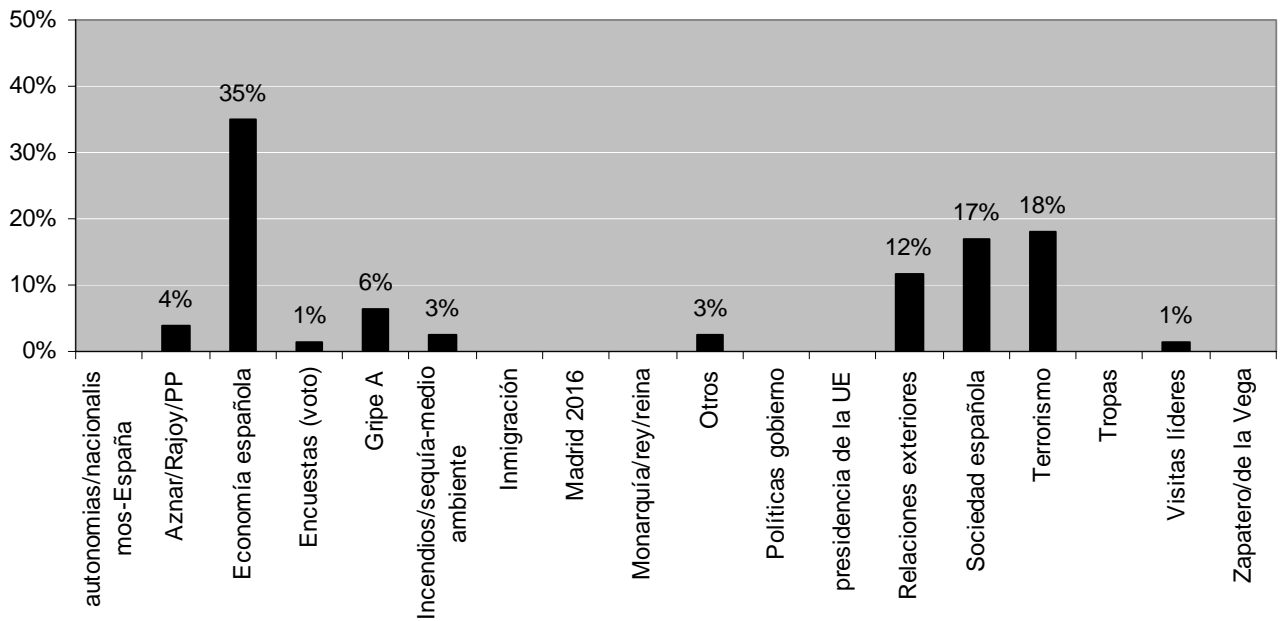


Gráfico 51. Reino Unido: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

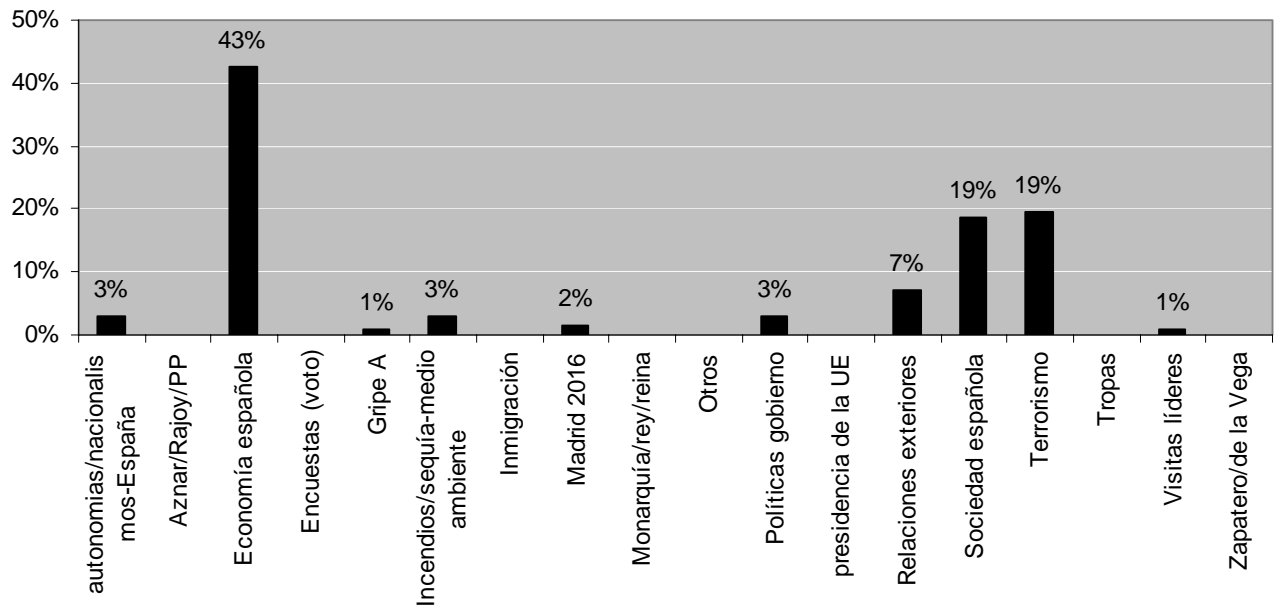


Gráfico 52. Rusia: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

