

**Observatorio Permanente de la Imagen Exterior de España
en la Prensa Internacional (OPIEX),
segundo trimestre de 2010**

OPIEX

Área: Imagen Exterior de España y Opinión Pública
Documento de Trabajo 38/2010
24/11/2010

Observatorio Permanente de la Imagen Exterior de España en la Prensa Internacional (OPIEX), segundo trimestre de 2010

OPIEX

Introducción

En esta segunda entrega del año 2010 del Observatorio Permanente de la Imagen Exterior de España en la Prensa Internacional (OPIEX) nos encontramos con un informe en el que la economía continua acaparando la mayor parte de la atención en los medios internacionales, debido a la crisis, pero con un aumento notable si lo comparamos con los trimestres anteriores, siendo en esta ocasión la sociedad española el segundo tema que más atención recibe, aunque a una distancia bastante considerable.

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 abril y el 31 de julio de 2010, 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 qué se trata determinado tema.

¹ [Http://www.la-moncloa/ServiciosdePrensa/BoletinesPrensaInternacional/default.htm](http://www.la-moncloa/ServiciosdePrensa/BoletinesPrensaInternacional/default.htm).

¿A quién le interesa España?

Durante los tres meses que analizan, el servicio de prensa de Moncloa recogió información sobre España en un total de 24 países y 145 publicaciones, unas cifras muy parecidas a las del trimestre anterior.² Entre los países con mayor número de publicaciones periódicas que mencionan a España durante este segundo trimestre de 2010, mantenemos algunas de las sorpresas del trimestre pasado. Entre los habituales de nuestro entorno más cercano: Italia (con 13 publicaciones), Francia, Alemania y el Reino Unido (con 11), Marruecos (con 10), Bélgica (con nueve) y los Países Bajos y Portugal (con siete), encontramos no solamente a EEUU y China (con 10 publicaciones), sino también a Rusia y Polonia (con nueve). La presencia destacada de referencias a España en los medios de EEUU viene siendo habitual desde el principio de los Opiex, pero no así en los medios de China, Rusia y Polonia.

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 en 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.

Gráfico 1. Número de medios por países, abril-junio 2010

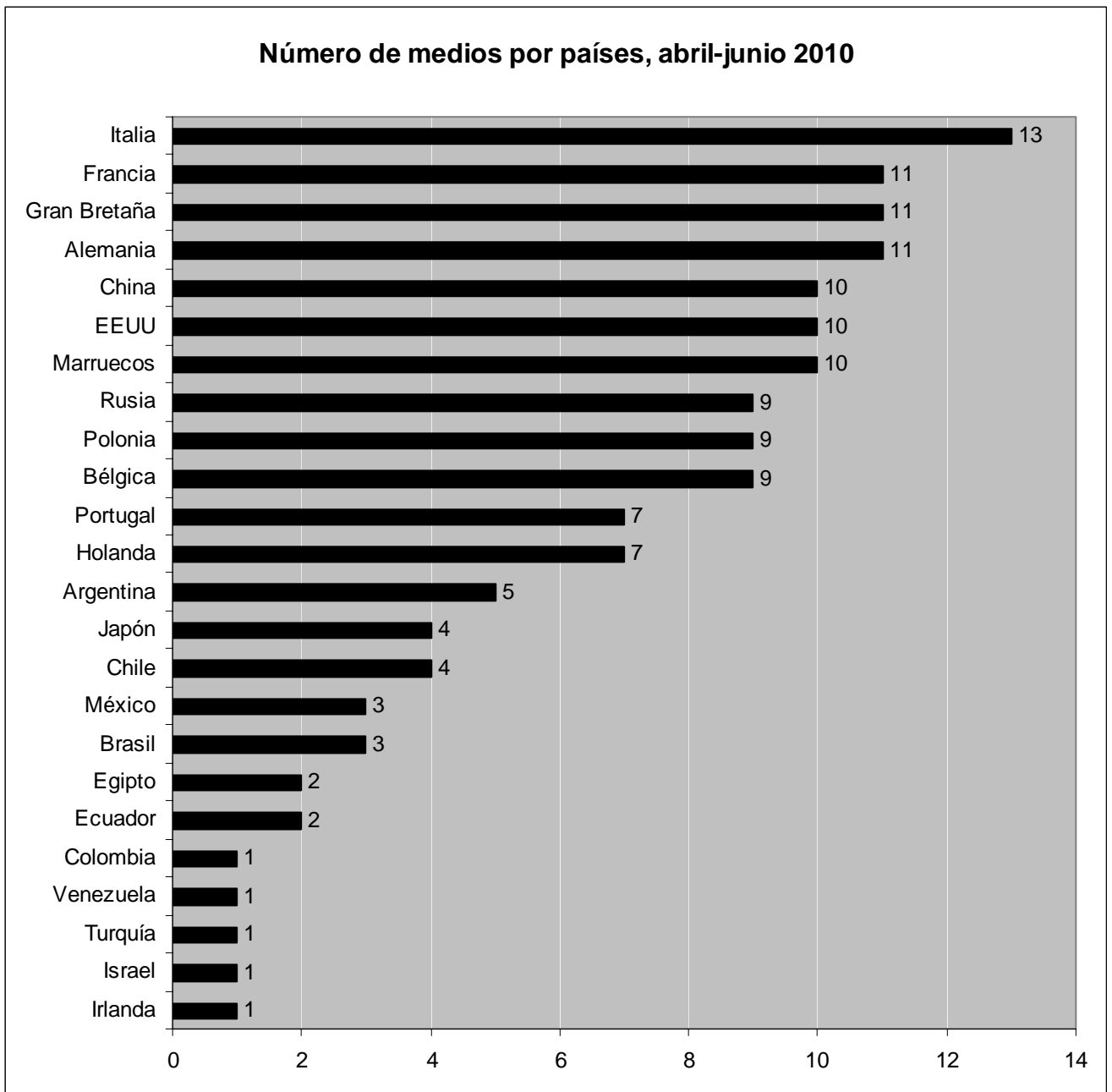
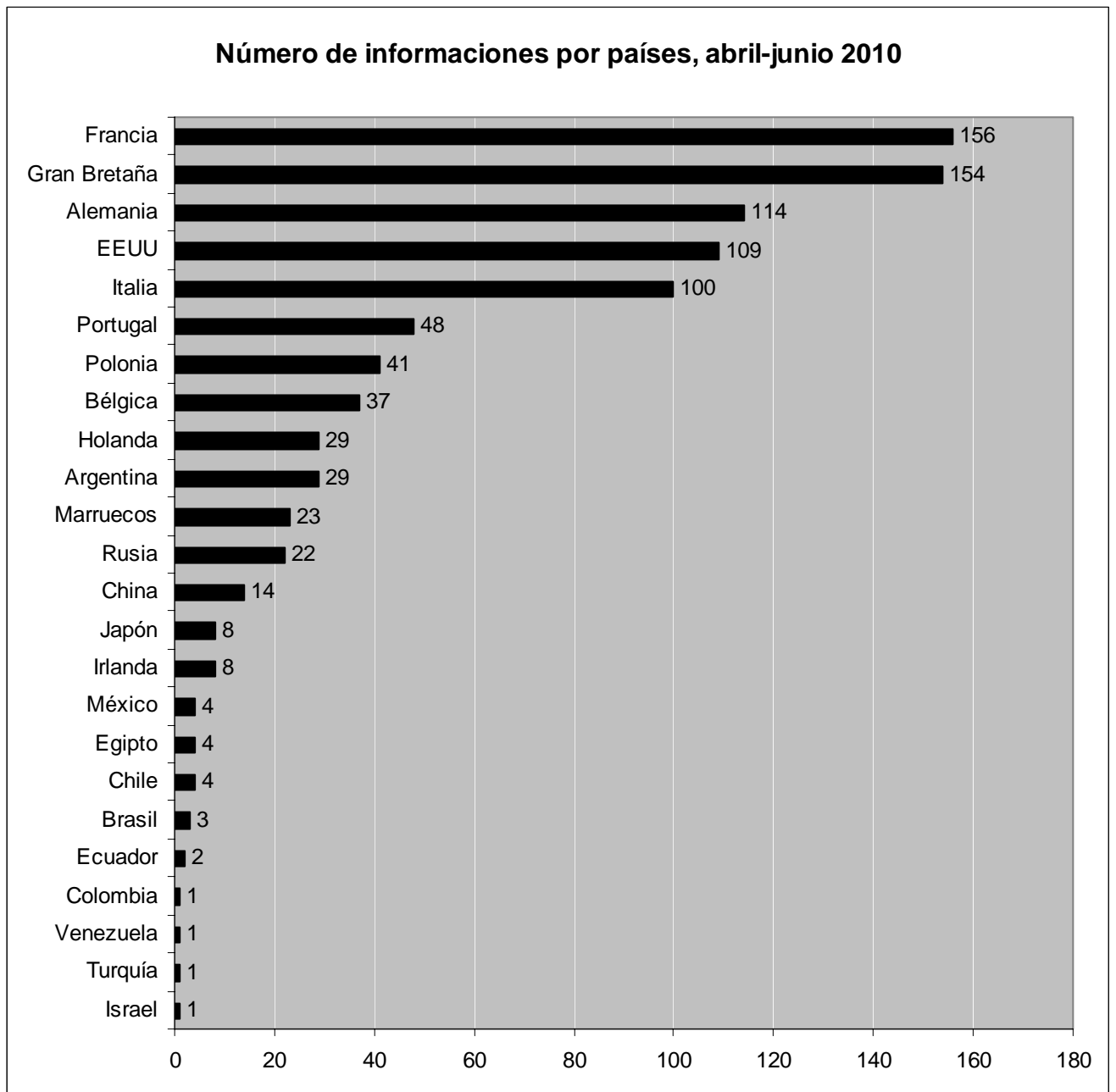


Gráfico 2. Número de informaciones por países, abril-junio 2010



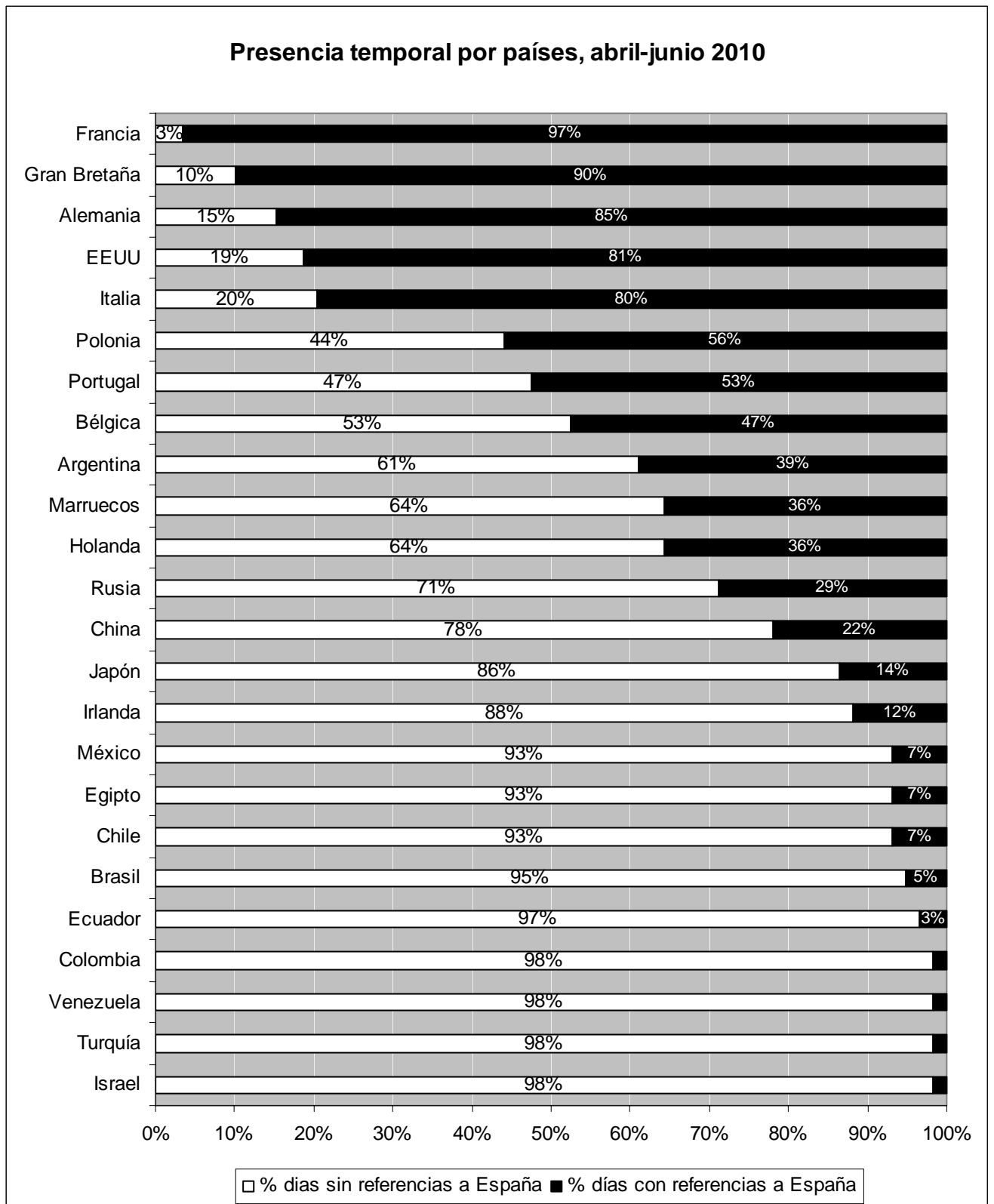
No obstante, si atendemos al número de informaciones y el número de días en que aparecen noticias sobre España, podemos establecer la visibilidad de España en estos países con mayor fiabilidad. Atendiendo al número de días, observamos que sólo los países geográficamente más cercanos a España, junto a EEUU, 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, alemanes, estadounidenses e italianos, donde aparecen informaciones relacionadas con nuestro país prácticamente a diario, el 97% de los días analizados en Francia, el 90% en el Reino Unido, el 85% en Alemania, el 81% en EEUU y el 80% en Italia. La visibilidad de

España es un poco inferior en los medios polacos y portugueses, donde aparecen informaciones relacionadas con nuestro país el 56% de los días analizados en Polonia y el 53% en Portugal. A partir de este grupo de cabeza los porcentajes son sensiblemente menores: Bélgica, con un 47%, Argentina, con un 39%, y Marruecos y los Países Bajos, con un 36%. En el resto de países 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 156 informaciones. Le siguen el Reino Unido (con 154), Alemania (con 114), EEUU (con 109) e Italia (con 100). En el resto de países analizados se observan frecuencias mucho menores de informaciones sobre España: únicamente Portugal (con 48 informaciones), Polonia (con 41) y Bélgica (con 37) pueden ser destacadas. En el resto de países aparecen menos de 30 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 Francia y el Reino Unido vuelven a ocupar las primeras posiciones, en primer lugar Francia, con un valor de 0,24, y el Reino Unido en segundo, con 0,23; en tercer lugar encontramos a EEUU, con un 0,18, seguido de Alemania (0,17), Italia (0,13), Portugal (0,11), Argentina (0,09), Polonia (0,08) y los Países Bajos y Bélgica con un índice del 0,07.

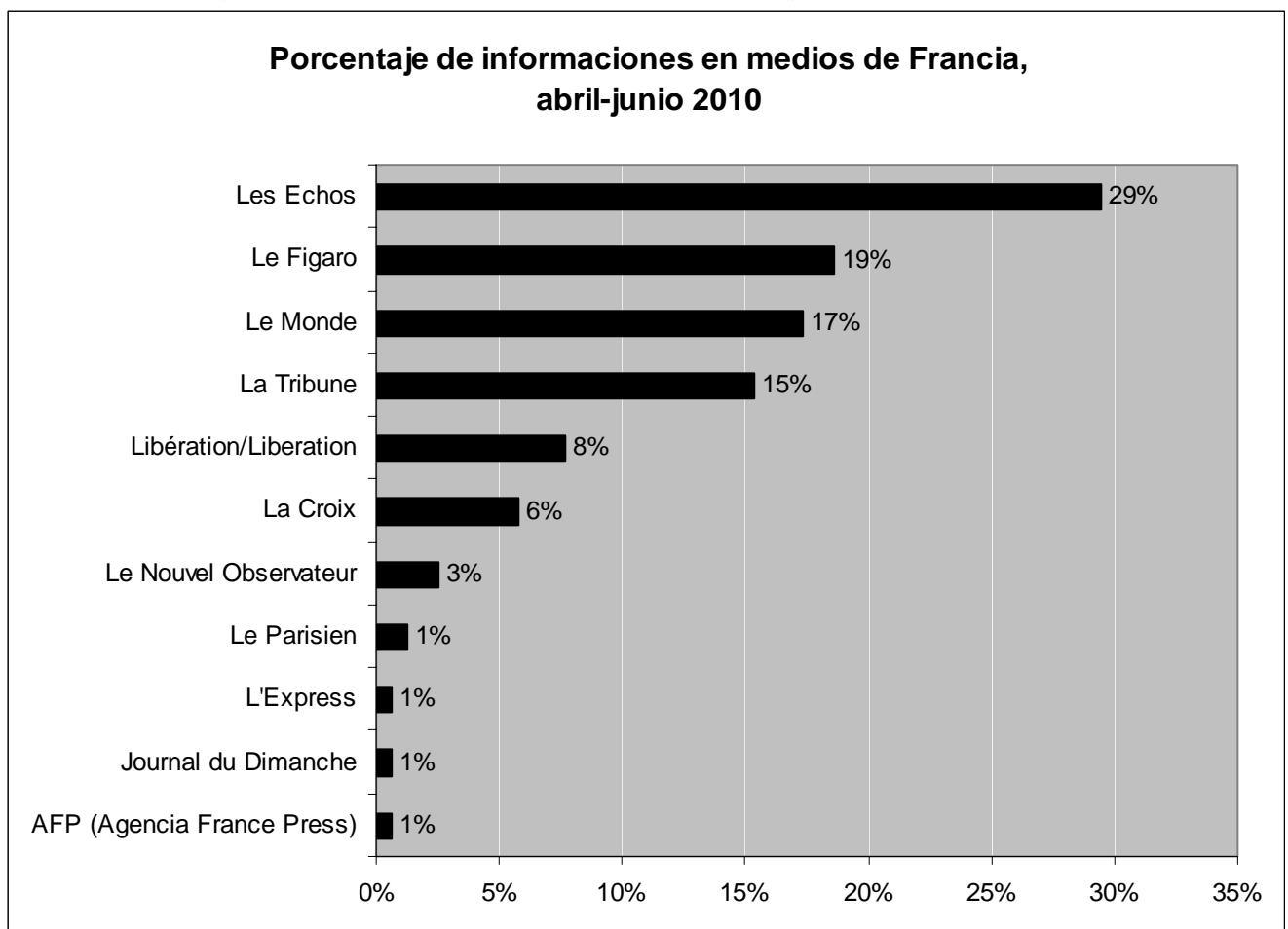
Gráfico 3. Presencia temporal por países, abril-junio 2010



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.

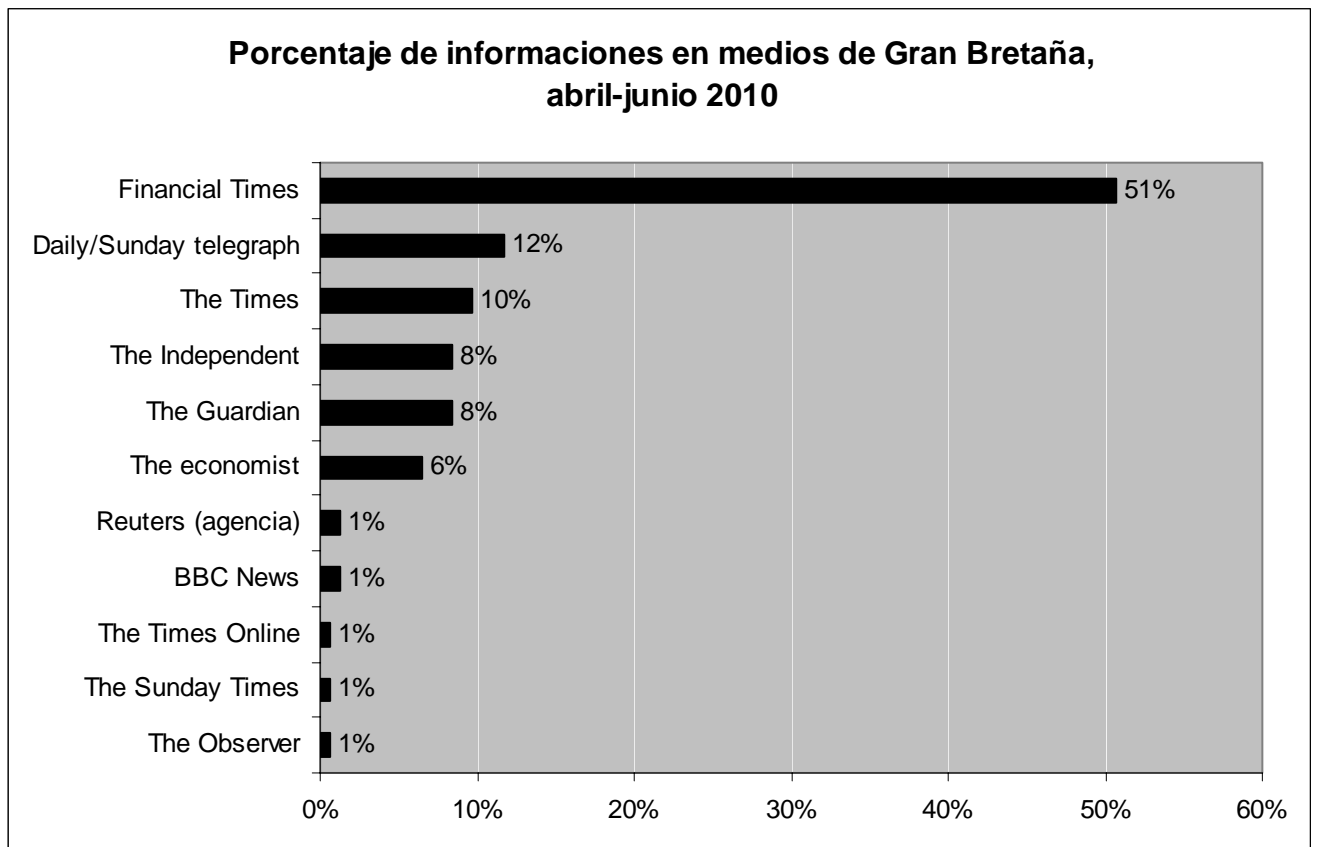
En Francia, *Les Echos*, *Le Figaro* y *Le Monde* ocupan los primeros puestos. *Les Echos* se coloca en primer lugar, con un 29% de las referencias, seguido por *Le Figaro*, con un 19%, y por *Le Monde* en tercer lugar (incluyendo un 17% del total de referencias a nuestro país en los medios franceses durante este segundo trimestre de 2010). El cuarto lugar lo ocupa, de nuevo, *La Tribune* (con un 15% del total de las informaciones). A una distancia considerable se encuentran *Libération* (en quinto lugar con un 8%), *La Croix* (en sexto lugar con el 6% de las informaciones) y *Le Nouvel Observateur* (en séptimo, con un 3% del total de informaciones sobre España publicadas en Francia durante el segundo trimestre). En el resto de publicaciones francesas, la presencia de España es mucho menor, prácticamente anecdótica.

Gráfico 4. Porcentaje de informaciones en medios de Francia, abril-junio 2010



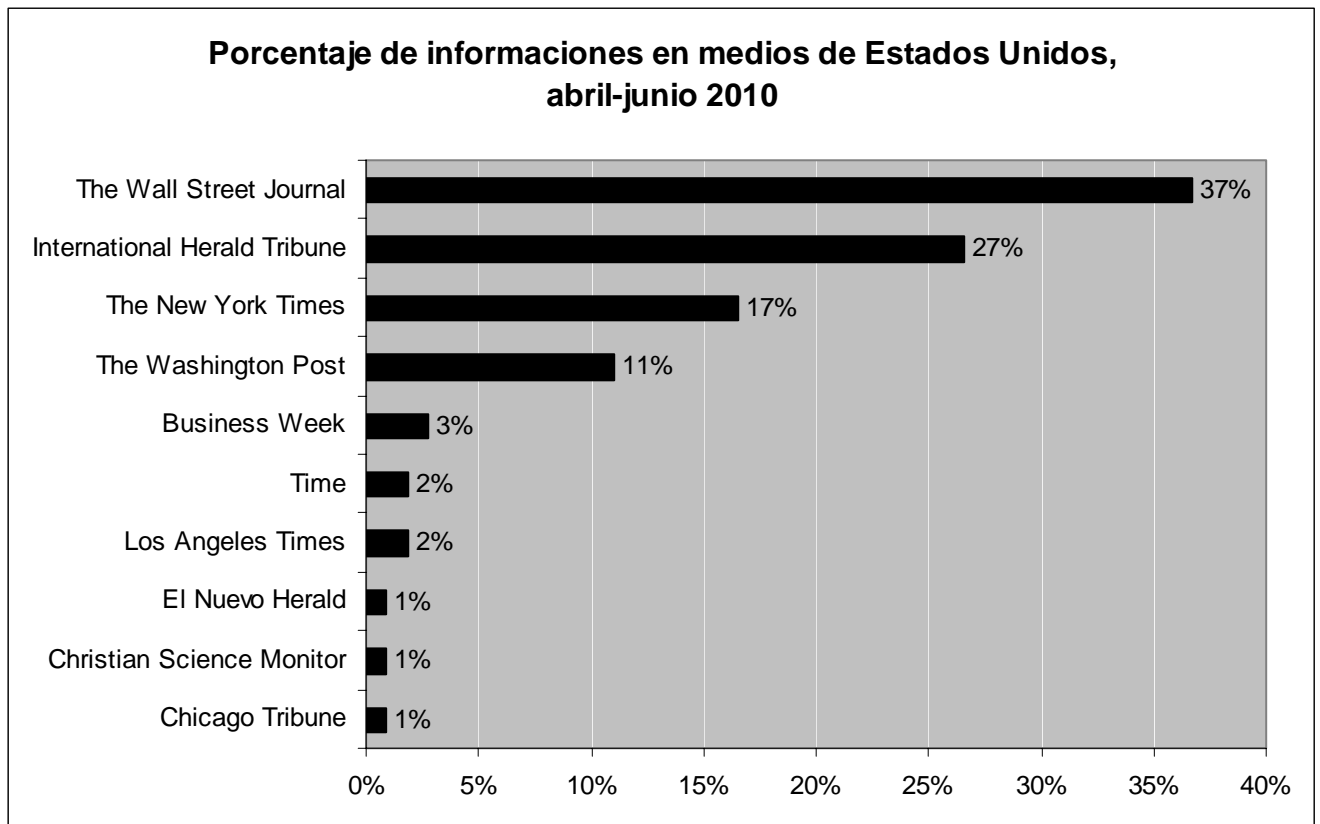
En el caso del Reino Unido, se continúa la tónica que hemos observado repetidamente en informes anteriores. Es mucho más probable encontrar informaciones sobre España si se hojeara el *Financial Times* que si se hojeara cualquier otro periódico. Esta publicación, ofrece el 51% de todas las informaciones sobre España que aparecen en los medios británicos durante este segundo trimestre de 2010. El resto de medios presenta frecuencias más modestas: *The Daily Telegraph* es el segundo en volumen de informaciones, con un 12%; le siguen *The Times* (con un 10% de las informaciones) y *The Independent* y *The Guardian* con un 8% ambos medios. En el resto de medios la presencia de España es mucho más modesta. Las referencias a nuestro país en *The Economist* representan únicamente un 6% de total del Reino Unido y en el resto de medios la presencia es anecdótica.

Gráfico 5. Porcentaje de informaciones en medios del Reino Unido, abril-junio 2010



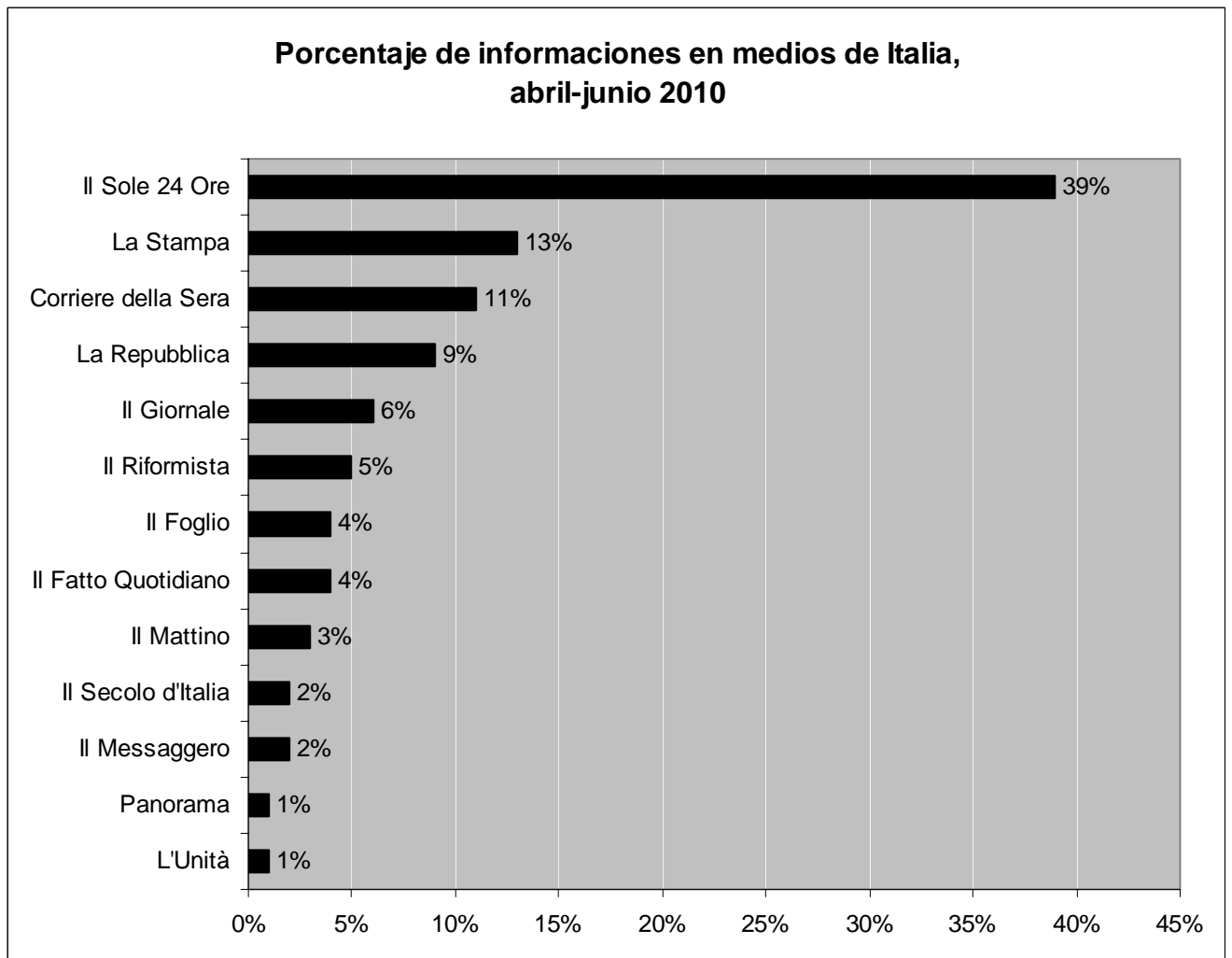
En cuanto a EEUU, sigue manteniendo su tónica habitual: las informaciones sobre España aparecen con una gran diferencia en el *Wall Street Journal*, que abarca más de un tercio de las referencias a España (un 37%). Le siguen el *International Herald Tribune* (con un 27%), el *New York Times* (con un 17%) y el *Washington Post* (con un 11%). En el resto de medios norteamericanos la presencia de informaciones sobre España puede calificarse como anecdótica o marginal.

Gráfico 6. Porcentaje de informaciones en medios de EEUU, abril-junio 2010



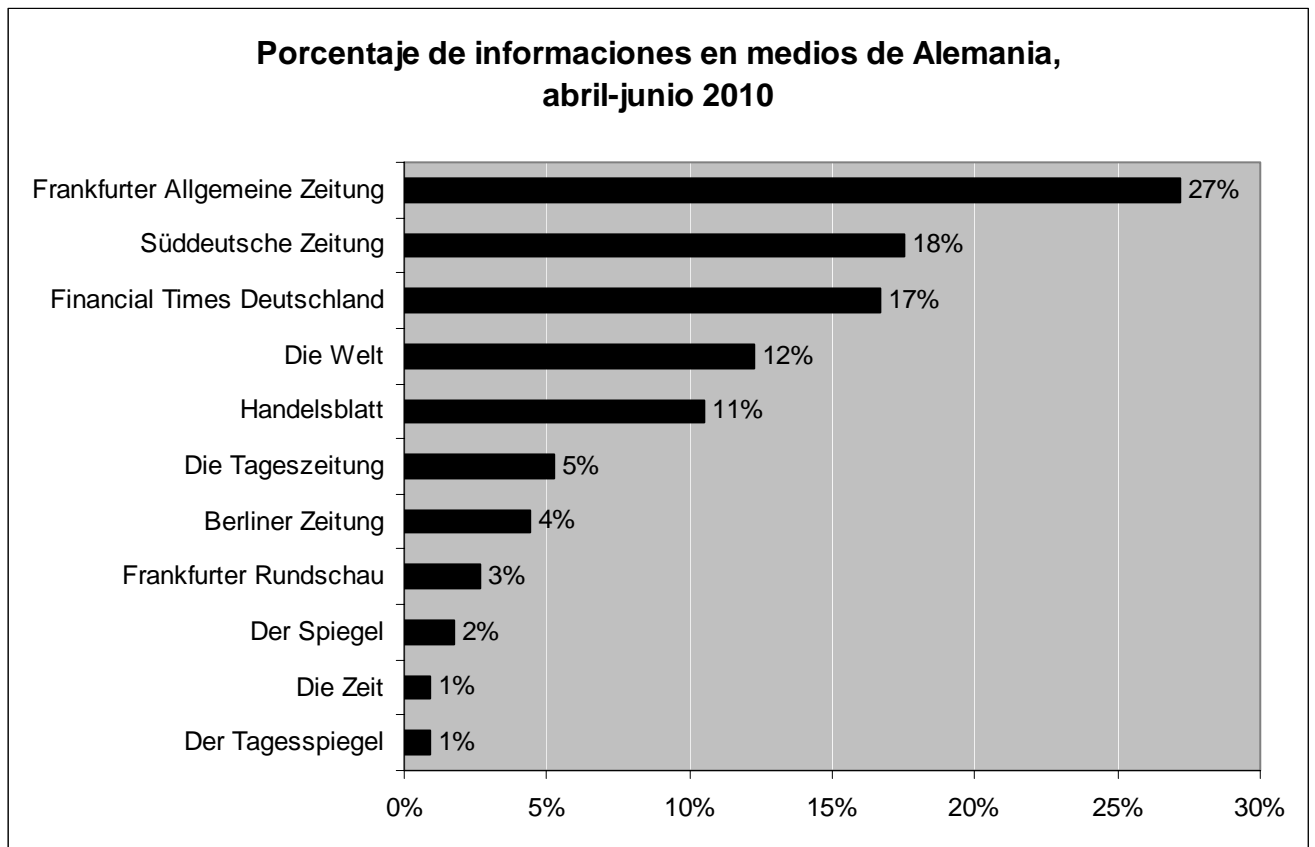
También en Italia podemos hablar básicamente de continuidad en cuanto a las publicaciones que más interés muestran por nuestro país. Respecto al trimestre anterior, *Il Sole 24 Ore* sigue ocupando el primer lugar, con un porcentaje del 39% de referencias a España. En segundo lugar encontramos a *La Stampa*, con un porcentaje ligeramente menor al del OPIEX anterior, un 13%, frente al 20%. En tercer y cuarto lugar encontramos a *Corriere della Sera* y a *La Repubblica* con unos porcentajes del 11% y el 9% de las referencias a España en los medios italianos respectivamente. *Il Giornale* ocupa el quinto lugar, con un 6% de las referencias. En el resto de medios la presencia de España es marginal, con un 5% (*Il Riformista*) o menos del total de informaciones sobre España en los medios de este país.

Gráfico 7. Porcentaje de informaciones en medios de Italia, abril-junio 2010



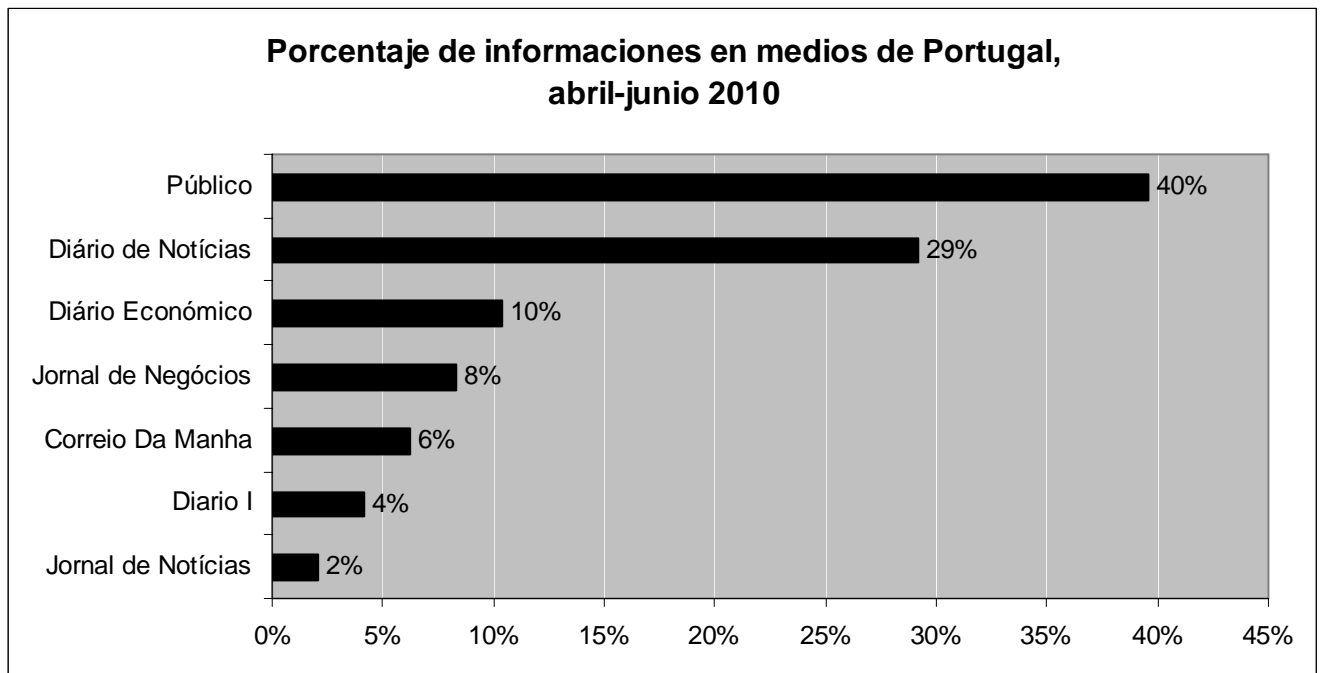
En Alemania destaca, como en los trimestres anteriores, la visibilidad de España en el *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, donde aparece un poco más de la cuarta parte de las informaciones sobre nuestro país (27%) en todos los medios alemanes durante este segundo trimestre de 2010. El *Süddeutsche Zeitung* se eleva al segundo puesto en cuanto a referencias a España, con el 18% del total, y en tercer lugar se encuentra el *Financial Times Deutschland*, con el 17%, (un porcentaje un poco más elevado que en trimestre anterior, en el que tenía un 13% del total de informaciones). A poca distancia encontramos un segundo grupo de medios en los que España tiene una presencia moderada: *Die Welt* (con un 12%) y *Handelsblatt* (con el 11%). En el resto de medios la presencia de España mínima, con un 5% o menos del total de las informaciones sobre España incluidas en los medios alemanes durante este segundo trimestre de 2010.

Gráfico 8. Porcentaje de informaciones en medios de Alemania, abril-junio 2010



En Portugal, la situación vuelve a oscilar notablemente respecto a trimestres analizados en informes anteriores. En esta ocasión, el primer puesto es ocupado por *Público*, con un 40% del total de referencias a España en los medios portugueses durante este segundo trimestre de 2010. Con una diferencia notable, en segundo lugar, encontramos el *Diário de Notícias*, con un 29% de las referencias. En tercer lugar encontramos el *Diário Económico*, con el 10%, y en cuarto el *Jornal de Negócios*, con un 8% del total de referencias a España. El resto de medios portugueses incluye un 6% (*Correio da Manhã*) o menos de informaciones sobre nuestro país.

Gráfico 9. Porcentaje de informaciones en medios de Portugal, abril-junio 2010



¿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 también 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 segundo trimestre de 2010, 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

³ En este informe y el siguiente (OPIEX 2010 primer y segundo trimestre) retornamos la metodología de codificación del OPIEX del cuarto trimestre de 2007. Es decir, hay informaciones que pueden recibir más de un código. Este procedimiento responde a que algunas noticias pueden hacer referencia a la Presidencia de la UE en relación a otro tema; aunque, la aplicación más común de dobles códigos se ha producido dentro de los relacionados con la economía. Ha sido frecuente que las informaciones relacionadas con los planes de austeridad del gobierno recibieran códigos adicionales relacionados con las consecuencias y efectos sociales que han generado. Para el análisis se aplica el procedimiento de respuestas múltiples en SPSS.

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.

Observamos que en este trimestre la economía aumenta su notoriedad con respecto al trimestre anterior y continúa siendo el tema que más preocupa al resto de países. Este aumento puede deberse a la ausencia de otros temas puntuales que adquieren cierta visibilidad, que en trimestres anteriores han tenido una repercusión mediática importante en los medios internacionales. No obstante, el porcentaje de referencias ocupado por las cuestiones económicas, del 66%, es el más alto con diferencia. Durante este segundo trimestre de 2010 el segundo tema que más informaciones acapara en los medios internacionales (un 20% de las referencias) es la sociedad española, centrada en aspectos relacionados con el juez Garzón. Como viene siendo habitual, a una distancia bastante importante, encontramos en tercer lugar (con un 4% de total de noticias sobre España en los medios internacionales) los aspectos relacionados con el terrorismo, especialmente ETA, y próximo (con el 3%) se encuentran las referencias a las relaciones exteriores de España, especialmente por la proximidad de la cumbre hispano-marroquí y por las cuestiones relacionadas con la soberanía sobre Ceuta y Melilla. Entre los siguientes temas que despiertan la atención internacional, todos con porcentajes menores, destacan los relacionados con Aznar/Rajoy/PP, los relacionados con las autonomías y nacionalismos de España y las que tocan otros aspectos (todos ellos con un 2% de las referencias). Aunque aparecen otros temas, su presencia puede ser calificada como meramente anecdótica. Curiosamente, entre estos temas debemos mencionar la Presidencia española de la UE, que apenas recibe atención alguna en los medios.⁴ Otros temas que normalmente venían recibiendo porcentajes pequeños de cobertura aún lo disminuyen más, como las políticas del gobierno, inmigración, etc.

⁴ No quiere decir que los medios internacionales no traten las cuestiones relacionadas con la UE en el marco de la Presidencia española, sino que en las informaciones sobre España ésta no cobra especial protagonismo (no analizamos las noticias sobre la UE en las que posiblemente aparecería la Presidencia española).

Gráfico 10. Evolución de las referencias a "terrorismo", "economía española", "sociedad española" e "inmigración", 2006-2010

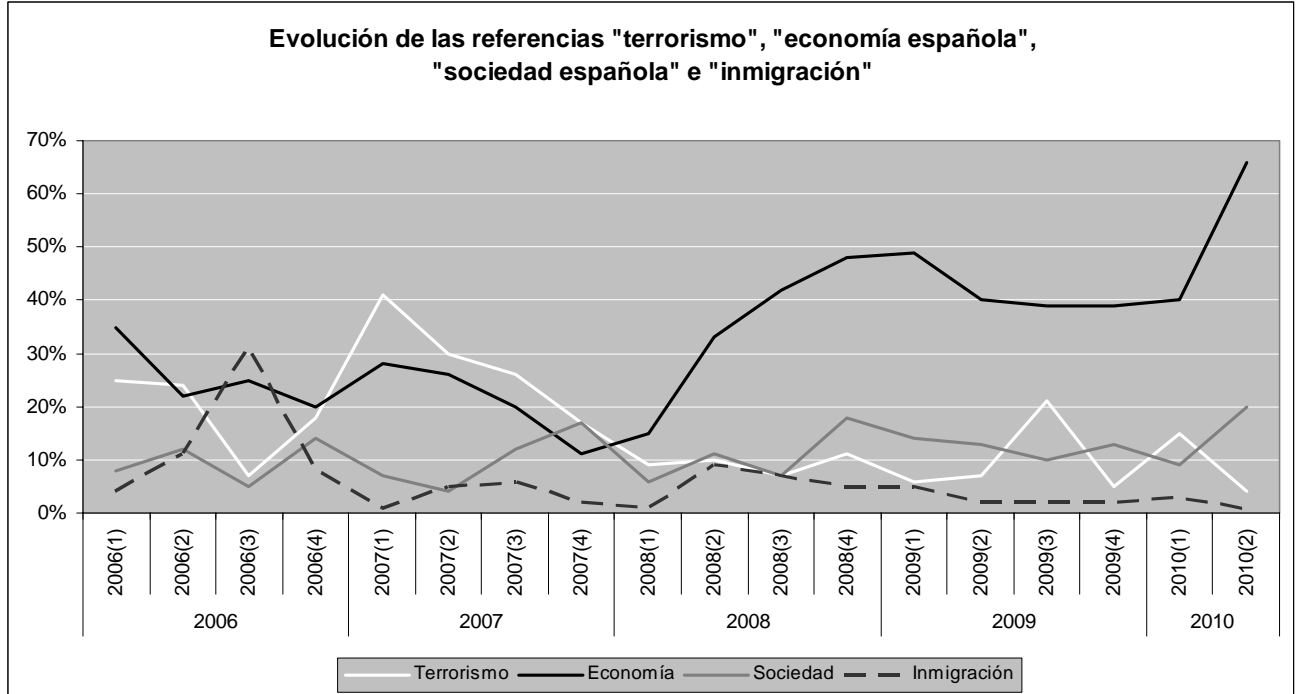


Gráfico 11. Evolución de las referencias "autonomías/nacionalismos", "políticas de gobierno" y "relaciones exteriores", 2007-2010

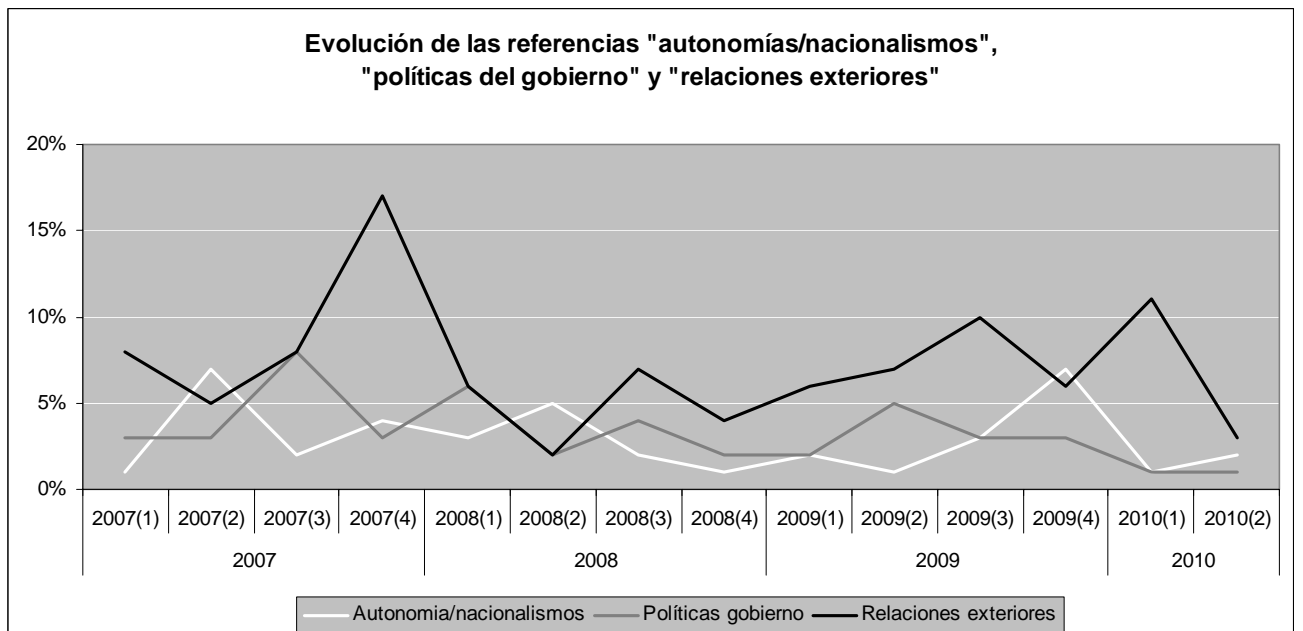
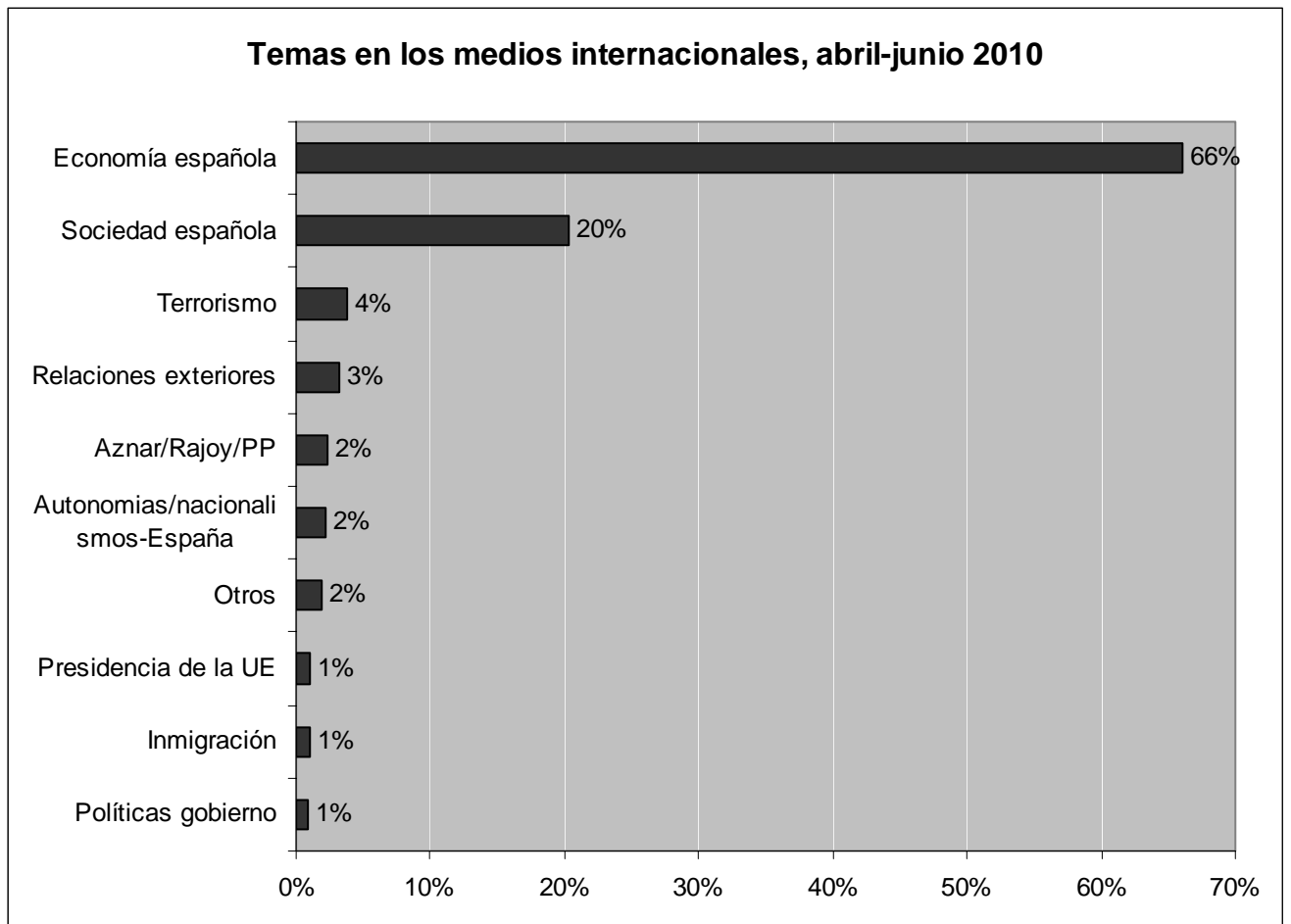


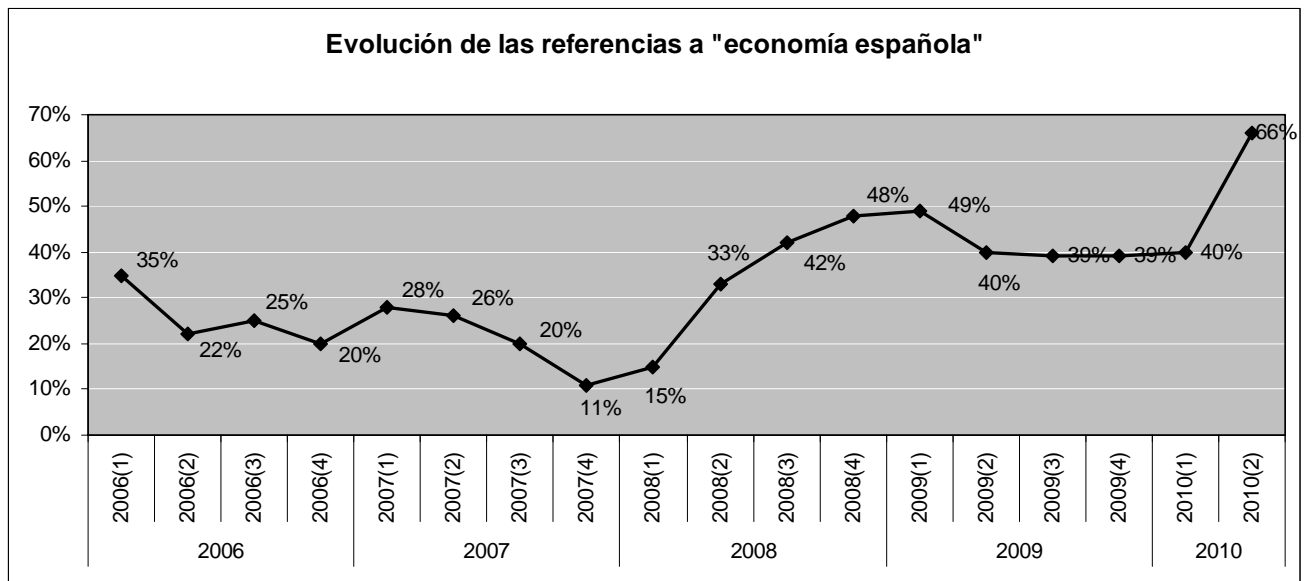
Gráfico 12. Temas en los medios internacionales, abril-junio 2010



Economía española

En las informaciones relacionadas con la economía española durante este segundo trimestre de 2010 se ha producido un aumento importante: en este trimestre han ocupado un 66% del total de referencias a España en los medios internacionales, llegando así al porcentaje más alto desde el principio de los OPIEX y superando en más de una cuarta parte los porcentajes que se mantenían desde el segundo trimestre de 2009.

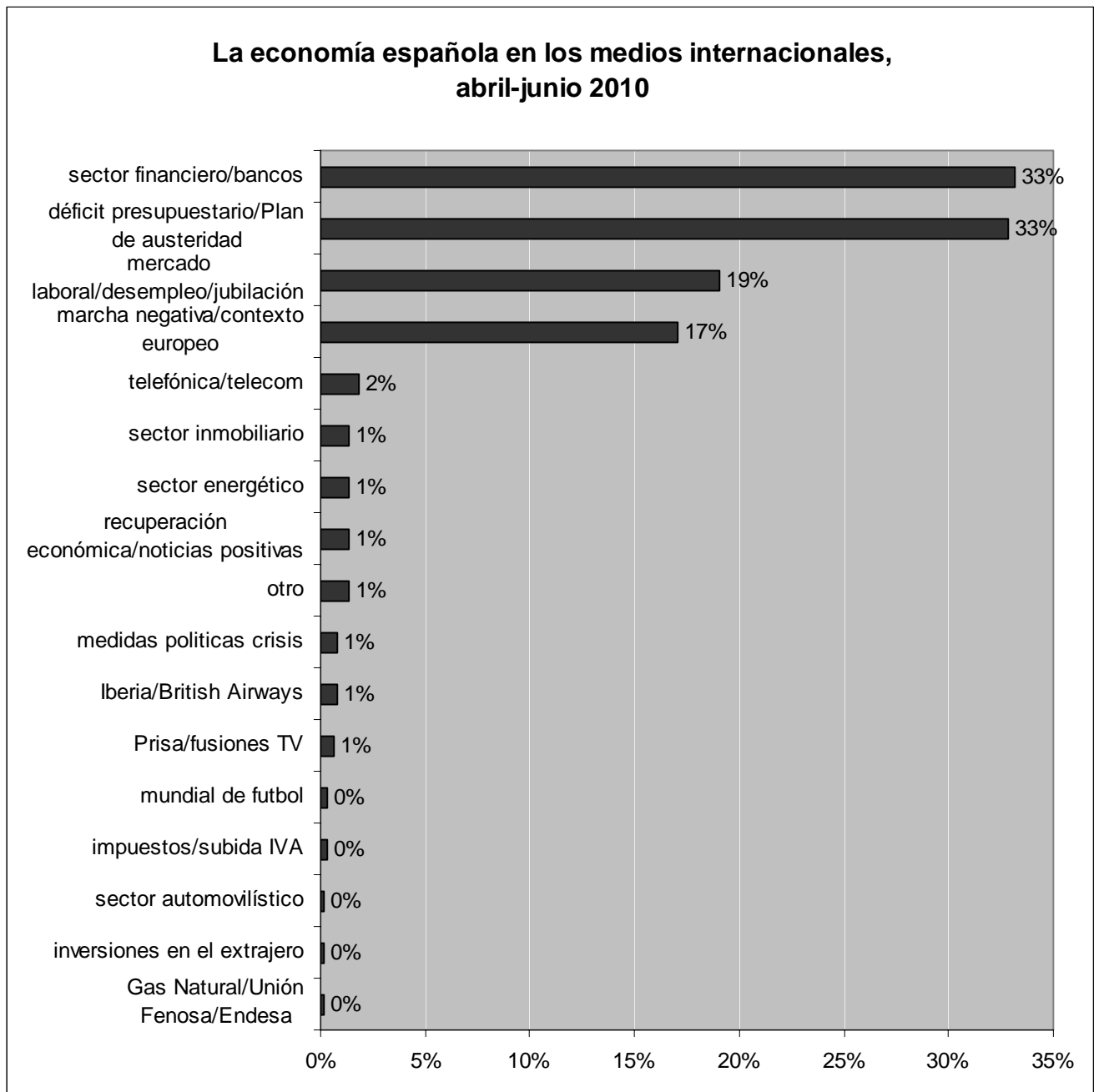
Gráfico 13. Evolución de las referencias a "economía española", 2006-2010



En este informe hemos optado por seguir manteniendo la desagregación de subtemas dentro de las referencias a la "marcha negativa de la economía".⁵ 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. Las informaciones explícitas sobre su marcha negativa han disminuido con respecto al trimestre anterior (del 30% del primer trimestre al 17% del total de las referencias a la economía española en el presente informe). Al igual que en trimestres anteriores, estas referencias explícitamente negativas aparecen concentradas temporalmente alrededor de fechas concretas en las que se publican datos oficiales, por ejemplo, la marcha del PIB, el número de desempleados, etc. Dentro de este grupo de noticias abundan también las comparaciones entre España y Grecia en este segundo trimestre del año.

⁵ 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, a los sectores inmobiliario y bancario y a la inflación). También hemos utilizado el código en esta ocasión para agrupar las noticias que hablan del contexto europeo de crisis (Grecia, Irlanda, y Portugal de forma específica), en el que se sitúan las referencias que se hacen a España.

Gráfico 14. La economía española en los medios internacionales, abril-junio 2010



El primer y segundo lugar en volumen de informaciones en los medios internacionales lo ocupan el sector financiero/bancos y el déficit presupuestario/plan de austeridad, ambos con un 33% del total. Dentro del sector financiero/bancos encontramos comentarios más negativos que en OPIEX anteriores, destacando noticias como que Standard and Poor's rebaja la categoría de España de "AAA" a "AA", rumores sobre un recurso inminente de España a pedir una ayuda al FMI y sus consecuencias (desplome de las bolsas europeas, desmentidos de dicha petición de ayuda, etc.), y los graves problemas que atraviesan las cajas de ahorro y sus fusiones, etc. Como ya hemos dicho anteriormente, podemos

comprobar que la visibilidad del tema ha adquirido una notoriedad bastante más importante pero por motivos muy negativos. Es difícil encontrar una noticia positiva dentro de este sector, al contrario de lo que ocurría en trimestres anteriores.

“Los temores a que la crisis griega se extienda a otros países de la eurozona se intensificó ayer cuando España sufrió la bajada de categoría de su deuda realizada por Standard and Poor’s. Esta rebaja, de una nota de ‘AAA’ a ‘AA’ echa un jarro de agua fría a los desesperados esfuerzos de España para evitar contagiarse de Grecia” (*Financial Times*, 29/IV/2010).

“Rumores sobre España, los mercados tiemblan” (*Le Figaro*, 5/V/2010).

“El gobierno español acordó el miércoles cooperar con el principal partido de la oposición y exigir a las debilitadas cajas de ahorros que se fusionen antes de que finalice junio ante el incremento en el impago de préstamos relacionado con el hundimiento del sector inmobiliario” (*International Herald Tribune*, 6/V/2010).

“Otra nueva fusión de tres cajas de ahorro en España” (*Nikkei Shimbun*, 23/VI/2010).

Por otro lado, las informaciones sobre el déficit presupuestario y el plan de austeridad para disminuirlo siguen aumentando, tomando cada vez más notoriedad, en gran parte debido a la reforma del mercado laboral. Aunque el tono valorativo suele ser neutro, el mero aumento de este tipo de informaciones en medios internacionales podría interpretarse como cierto grado de mejora en la imagen de España.

“Treinta medidas para relanzar la economía” (*L’Echo*, 12/IV/2010).

“España anuncia nuevo plan de austeridad para cortar el déficit” (*The Times*, 13/V/2010).

“Los planes de austeridad empiezan a tomar forma... España propone una reforma del mercado laboral mientras Francia retrasa la edad de jubilación” (*International Herald Tribune*, 17/VI/2010).

“Las huelgas contra las medidas de austeridad causaron un colapso en el transporte el martes en Madrid y produjeron enfrentamientos entre la policía y los piquetes en el País Vasco” (*The Washington Post*, 30/VI/2010).

En tercer lugar, encontramos las informaciones centradas en el mercado laboral y el desempleo (con un 19%). Respecto a este tema, la imagen de España sigue siendo muy negativa dentro del contexto europeo. En este segundo trimestre de 2010 las noticias que más atención atraen son las relacionadas con la reforma del mercado laboral que se llevara a cabo para disminuir el déficit presupuestario y la subida de la tasa de desempleados.

“En marzo el desempleo ascendió a casi 4,2 millones de personas, su octava subida mensual consecutiva y el mayor nivel en 14 años” (*Financial Times*, 7/IV/2010).

“Los sindicatos españoles dijeron ayer que lucharían contra las medidas de austeridad en los tribunales, tras el anuncio del gobierno socialista de llevar a cabo recortes en los salarios de los funcionarios mediante real decreto, tras la aprobación parlamentaria” (*The Independent*, 21/V/2010).

“El gobierno español ha acordado una reforma del mercado laboral. Los empresarios y empleados la rechazan” (*Frankfurter Rundschau*, 17/VI/2010).

“Medio millón de despidos sin justa causa en 2009” (*Diario Económico*, 29/VI/2010).

En cuarto lugar se encuentran las noticias relacionadas con la marcha negativa/contexto europeo, acaparando casi la totalidad de referencias las noticias sobre los problemas económicos de los países del sur de Europa, y las comparaciones que se hacen de ellos con España. Al referirnos a la mejora de la imagen de España, mencionamos el descenso en el número de noticias negativas respecto al trimestre anterior. No obstante los cambios, la mejora de imagen se observa también en el plano cualitativo: España no es Grecia para los medios internacionales.

“España corre riesgos, pero no es Grecia” (*International Herald Tribune*, 15/IV/2010).

“Aunque España aparece como uno de los puntos débiles de la zona euro, su situación financiera no es en absoluto comparable a la de Grecia” (*Le Parisien*, 6/V/2010).

“España no necesita la austeridad griega” (*La Repubblica*, 24/VI/2010).

En quinto lugar (con un 2%) encontramos las noticias relacionadas con Telefónica y Telecom.

“La compañía española de telefonía se encuentra atrapada desde hace bastante tiempo en un incómodo abrazo con Portugal Telecom, con la que comparte el control de la compañía de telefonía móvil Vivo” (*Financial Times*, 20/IV/2010).

“Portugal Telecom cuestionó el jueves la validez de la medida tomada por Telefónica, con el fin de conseguir el apoyo de la junta de accionistas para su oferta de compra de la participación de PT en la empresa brasileña Vivo...” (*Financial Times*, 25/VI/2010).

A continuación encontramos un grupo de temas con una visibilidad reducida en los medios internacionales: el sector inmobiliario, el sector energético, algunas noticias

positivas o de recuperación económica, medidas políticas para mejorar la crisis, referencias a Iberia y noticias referidas al grupo Prisa u otras fusiones de televisiones.

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 picos destacables que podemos comentar. El primero de los picos que se observa, el 29 de abril, es debido al conjunto de varios temas; la rebaja de Standard and Poor's de la categoría de España hasta "AA" y sus consecuencias en los mercados bursátiles así como diferentes comparaciones entre España y Grecia, Portugal, etc. El segundo pico que observamos, el 5 de mayo, refleja el acuerdo entre el presidente del gobierno y el líder de la oposición para cooperar en la recuperación del sector bancario (exigiendo a las cajas de ahorro que se fusionen y cuidando las referencias a España en sus declaraciones). Encontramos un nuevo pico del 13 al 17 de mayo, originado por el eco del plan de austeridad para reducir el déficit presupuestario en los medios internacionales.

Más adelante, el 25 de mayo, observamos otro pico, en el que de nuevo se entrelazan varios temas: un nuevo informe del FMI, la intervención del Banco de España en Cajasur y los planes de reducción del déficit público. Otro pico un poco más adelante, el 28 de mayo, es generado por dos temas centrales: la aprobación de las medidas para la reducción del déficit público y por la exigencia del Banco de España para que las cajas de ahorros se reestructuren. El interés por el nuevo al plan de austeridad español genera también el siguiente pico, el 9 de junio.

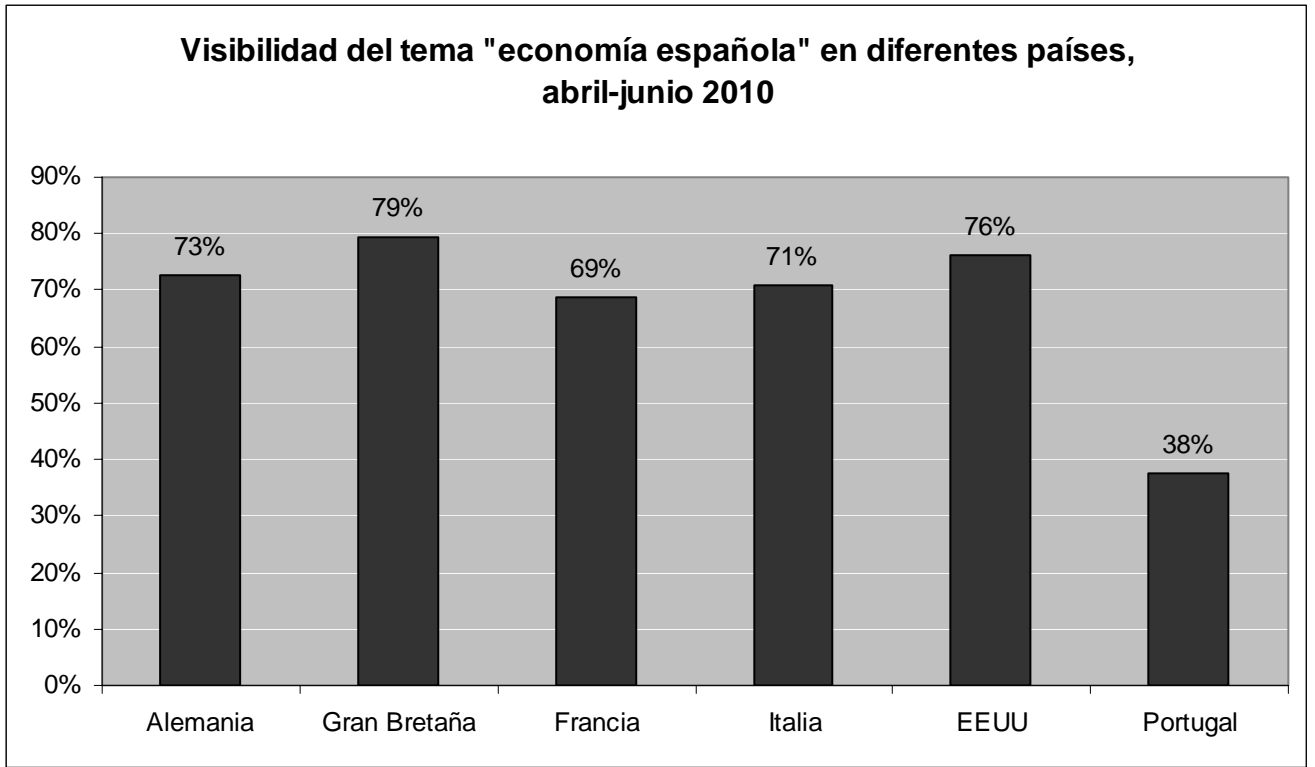
El último pico, que es el más visible, se produce el 17 de junio y podemos destacar como noticias más importantes la publicación de los *stress test* del sector financiero español y nuevamente el plan de austeridad, especialmente las medidas para reformar el mercado laboral.

Gráfico 15. Frecuencias diarias: referencias a "economía española", abril-junio 2010



Finalmente, cabe señalar que las cuestiones relacionadas con la economía española se sitúan entre las que mayor atención acaparan de forma sistemática casi todos los países seleccionados. Sobre el total de informaciones sobre España que los medios de cada país incluyen en sus páginas durante este segundo trimestre de 2010, más de un 60% se centran en la economía española (exceptuando a Portugal, donde la visibilidad de este tema es algo más baja). En esta ocasión, destaca el Reino Unido, con un 79% de noticias relacionadas con la economía española, al igual que EEUU, Alemania, Italia y Francia, países en los que alrededor del 70% de las informaciones sobre España que aparecieron en sus medios durante este segundo trimestre se centraron en la economía.

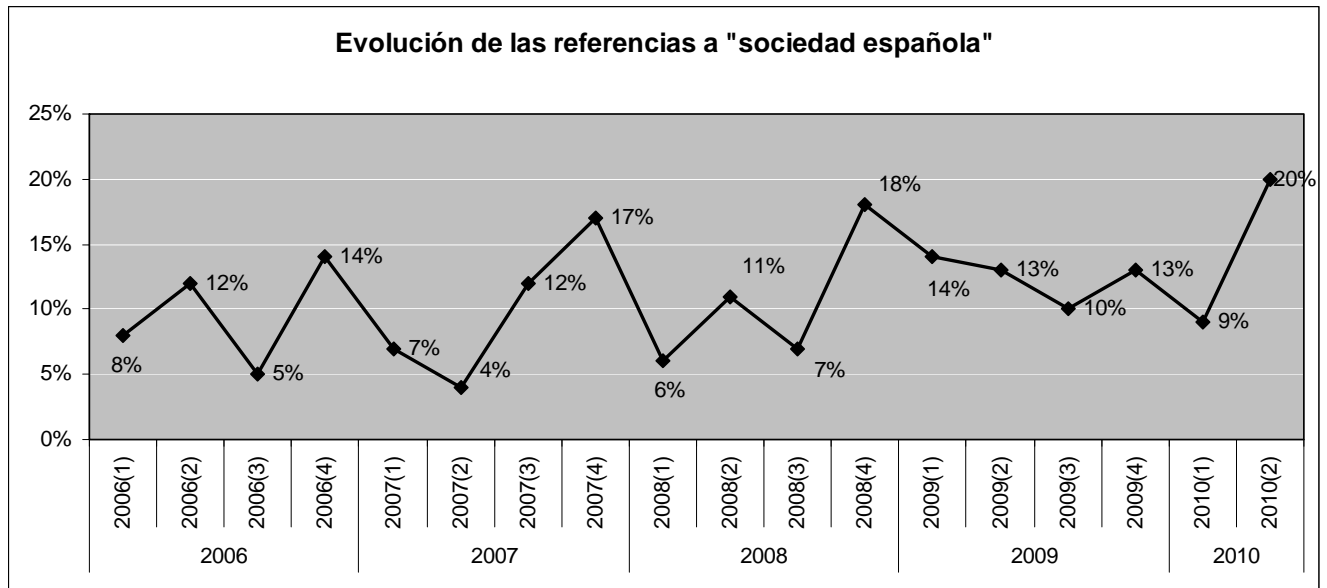
Gráfico 16. Visibilidad del tema "economía española" en diferentes países, abril-junio 2010



Sociedad española

La visibilidad de la sociedad española en los medios internacionales ha aumentado de una forma especialmente notable en este segundo trimestre de 2010, situándose en un 20% del total de referencias a España en los medios internacionales, el porcentaje más alto para este tema desde el inicio de la serie del OPIEX, y muy parecido al de los últimos trimestres tanto de 2007 como de 2008.

Gráfico 17. Evolución de las referencias a “sociedad española”, 2006-2010



Entre las cuestiones de las que se hace eco la prensa internacional destacan, durante este segundo trimestre de 2010, los que se refieren al juez Garzón, con casi la mitad del total de las referencias a la sociedad española (45%). Concretamente, estos medios se hacen eco de la denuncia producida por investigar las desapariciones y ejecuciones durante el régimen franquista y su posible suspensión cautelar; noticias sobre el apoyo que recibe de los españoles y diversas manifestaciones en su apoyo; aparecen igualmente informaciones sobre la solicitud de traslado temporal al Tribunal Penal Internacional de la Haya y la posterior autorización ha dicho traslado.

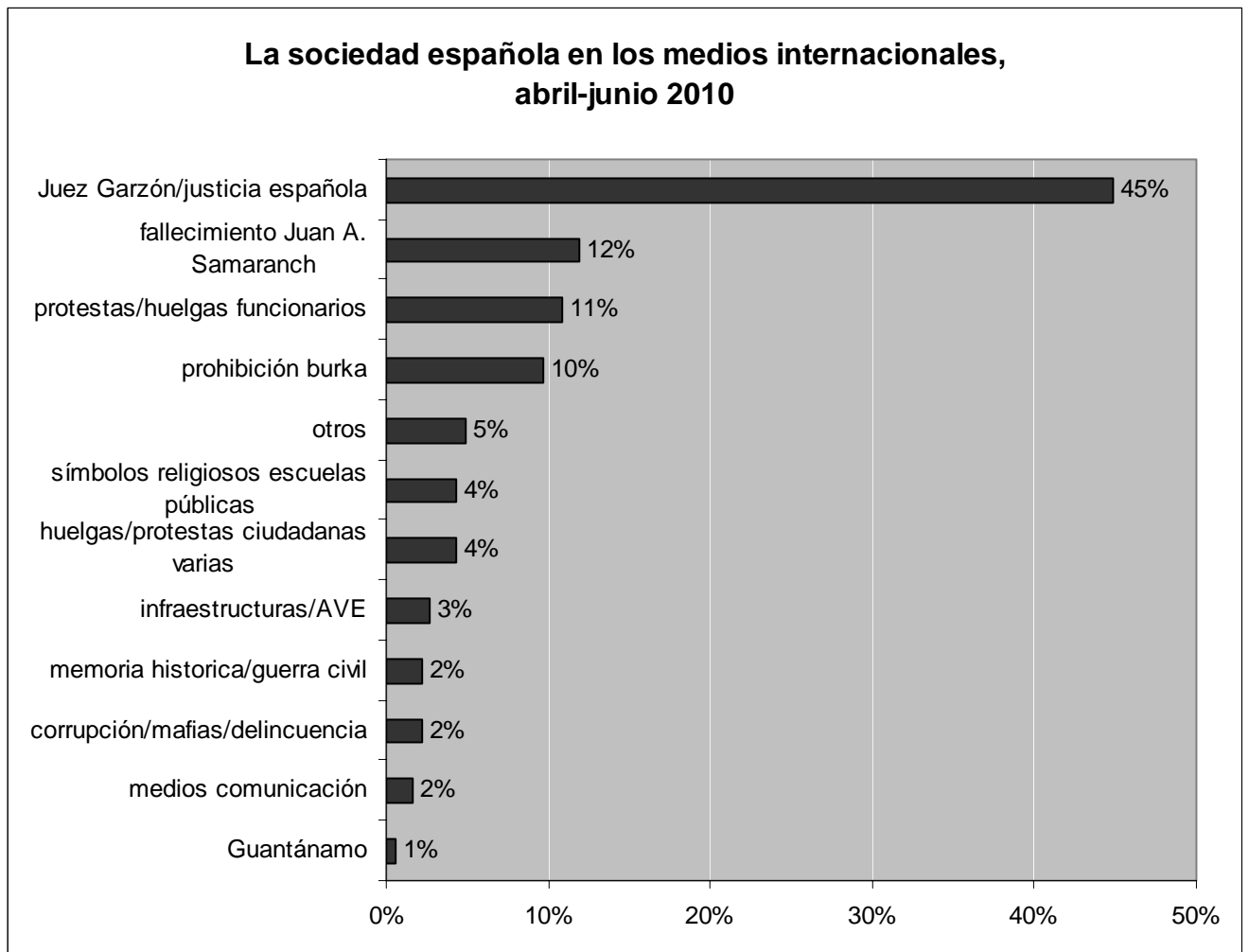
“Juez acusado por sus investigaciones de la época franquista” (*International Herald Tribune*, 8/IV/2010).

“La oleada de apoyo internacional al juez conocido por sus investigaciones en casos de crímenes contra la humanidad se vuelve más fuerte a medida que se acerca el momento de acusarle de abuso de autoridad” (*Gazeta Wyborcza*, 26/IV/2010).

“El juez español Baltasar Garzón ha sido suspendido... El poder judicial le reprocha haber iniciado un procedimiento contra los crímenes del franquismo” (*Le Monde*, 17/V/2010).

“El juez Garzón autorizado a trabajar para el Tribunal Penal Internacional” (*Le Monde*, 20/V/2010).

Gráfico 18. La sociedad española en los medios internacionales, abril-junio 2010



Las informaciones sobre la muerte del presidente de honor del Comité Olímpico Internacional, Juan Antonio Samaranch, han ocupado en este segundo trimestre de 2010 un lugar destacado en los medios internacionales. Estas cuestiones ocupan el 12% del total de referencias a la sociedad española en los medios internacionales durante este trimestre con referencias positivas sobre su persona que en general ofrecen también una imagen positiva de nuestro país.

“Fallece Samaranch, presidente honorífico del COI” (*Die Welt*, 22/IV/2010).

“Muere a los 89 años Juan Antonio Samaranch, que transformó los Juegos Olímpicos” (*The New York Times*, 23/IV/2010).

En tercer lugar, en visibilidad por volumen de informaciones (11% del total), encontramos las referencias a las protestas y huelgas de los funcionarios a causa de la reducción de sueldo prevista en el plan de austeridad del gobierno.

“Madrid en revuelta contra la austeridad... Huelga de funcionarios contra el gobierno socialista” (*La Repubblica*, 14/V/2010).

“El sector público español ha salido a la calle” (*Rzeczpospolita*, 9/VI/2010).

A continuación, con un 10% del total de referencias a la sociedad española en los medios internacionales encontramos las noticias relacionadas con la prohibición del *burka*. Si unimos a este debate el 4% que refleja cuestiones relacionadas con los símbolos religiosos en las escuelas, vemos que casi un sexto de las noticias sobre la sociedad española se refieren a estas nuevas cuestiones multiculturales y religiosas. No obstante, el tono, en general, es bastante neutro, limitándose a reflejar el debate pero sin que España aparezca como un país especialmente difícil en esta cuestión.

“La prohibición del *burka* se abre paso en España” (*La Croix*, 16/VI/2010).

“El debate sobre el *burka* cruza los Pirineos... En España cada vez más municipios adoptan decretos contra el velo integral” (*Le Figaro*, 29/VI/2010).

En sexto lugar en cuanto a número de informaciones están las menciones relativas a las huelgas y protestas de los ciudadanos (en general, excluyendo la de los funcionarios, que han recibido su propio código), con un 4% de los comentarios sobre la sociedad española.

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, algunas noticias relacionadas con el nuevo plan de infraestructuras o con el AVE España-Portugal, algunas alusiones a la “memoria histórica”,⁶ ciertas informaciones sobre temas de corrupción, las que hablan de la ausencia de la publicidad en la televisión pública o alguna referencia a la acogida en España de los presos de Guantánamo, alcanzando todas ellas unos porcentajes muy bajos, del 3% del total de las referencias a la sociedad española o menos.

En la distribución temporal de las referencias a la sociedad española observamos solo algunos de picos significativos. El primero de ellos (8 de abril), responde a la demanda interpuesta al juez Garzón por investigar sobre las desapariciones y ejecuciones durante el régimen franquista. Encontramos el pico más significativo el 22 de abril, generado por la noticias del fallecimiento de Juan Antonio Samaranch. Y por último, del 25 de junio, en el que se entrelazan varios temas: noticias sobre el debate acerca de la prohibición del *burka* en los espacios públicos, referencias a las investigaciones realizadas a las grandes fortunas españolas y, por último, alusiones al accidente ferroviario producido en Castelldefels.

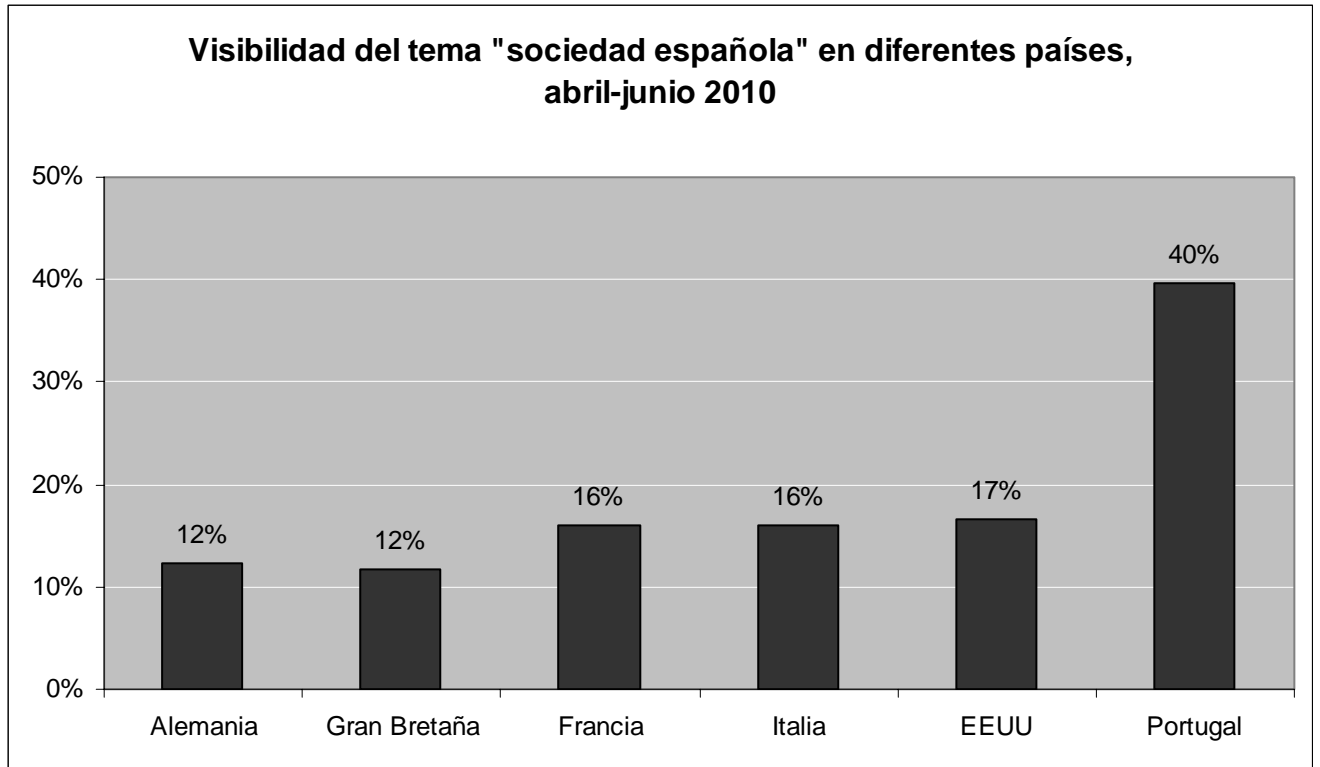
⁶ La “memoria histórica” que en OPIEX anteriores ha tenido porcentajes importantes de la sociedad española ve reducido su espacio, en parte por la personalización de noticias en la figura del juez Garzón, que va siendo cada vez más notoria.

Gráfico 19. Frecuencias diarias: referencias a "sociedad española", abril-junio 2010



Teniendo en cuenta los países con más de 50 noticias, observamos que la cobertura ha aumentado considerablemente en prácticamente todos los países. En esta ocasión es Portugal el país en que la sociedad española recibe una atención más alta, con un 40% de las informaciones. Le siguen EEUU (con un 17%), Italia y Francia (ambas con un 16%) y el Reino Unido y Alemania (ambas con el 12% de las informaciones).

Gráfico 20. Visibilidad del tema "sociedad española" en diferentes países, abril-junio 2010



El terrorismo

Las cuestiones relacionadas con el terrorismo en España disminuyen su visibilidad de forma notable con respecto al trimestre anterior. Con solo un 4% del total de las referencias a España en los medios internacionales durante este segundo trimestre de 2010, frente el 15% del período pasado, llegando así a su porcentaje más bajo desde el principio de la serie de los OPIEX. Y son las cuestiones relacionadas con el terrorismo de ETA las que se llevan toda la atención (el 100% de las referencias sobre terrorismo en los medios internacionales).

Gráfico 21. Evolución de las referencias a "terrorismo", 2006-2010

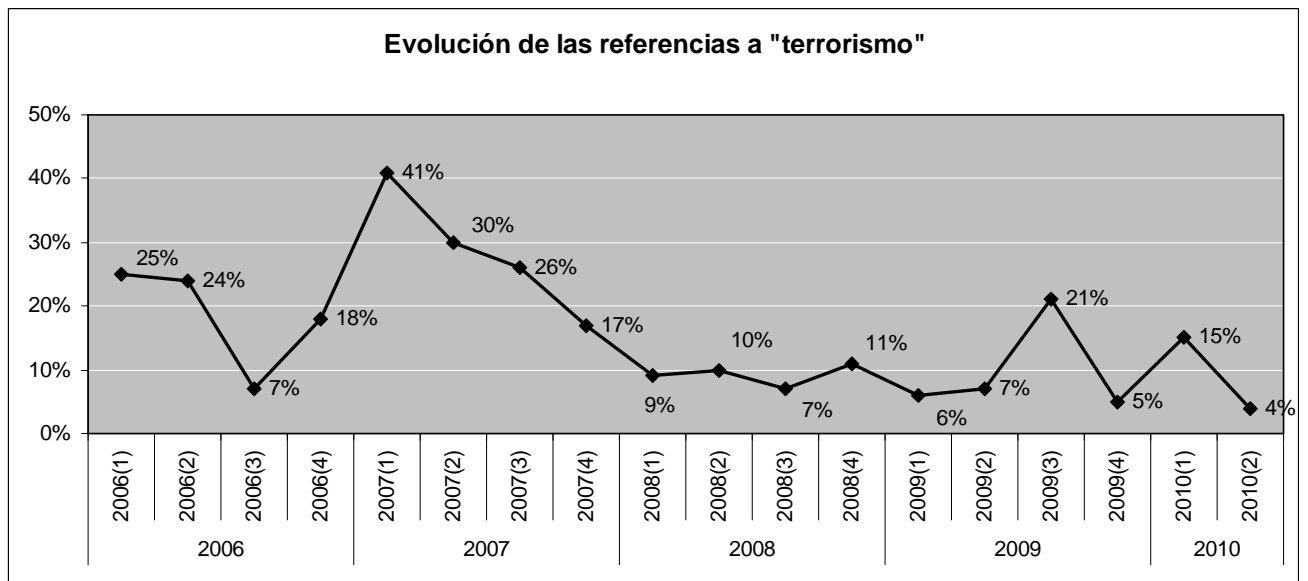
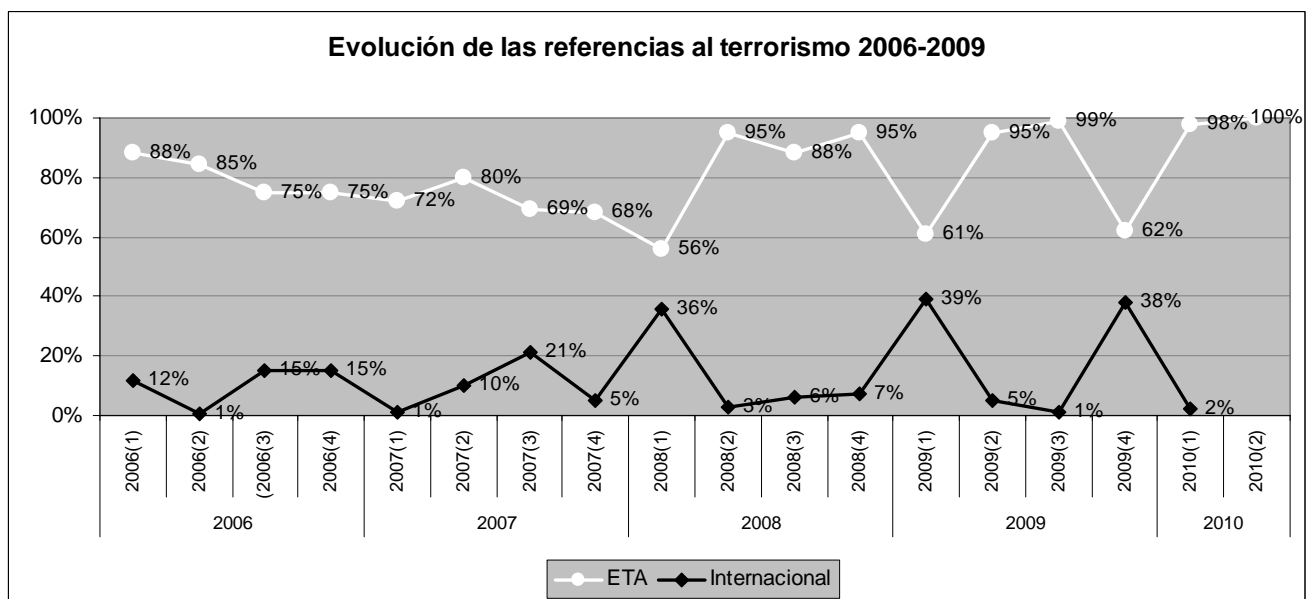
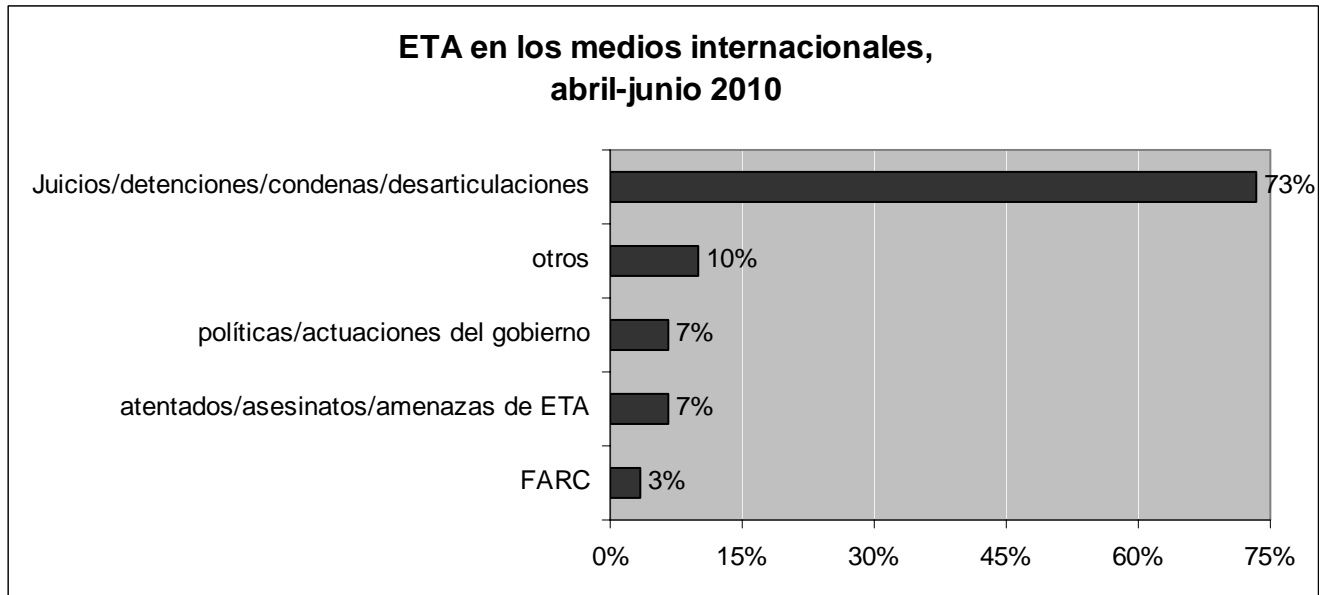


Gráfico 22. Evolución de las referencias a "terrorismo" de ETA e internacional, 2006-2010



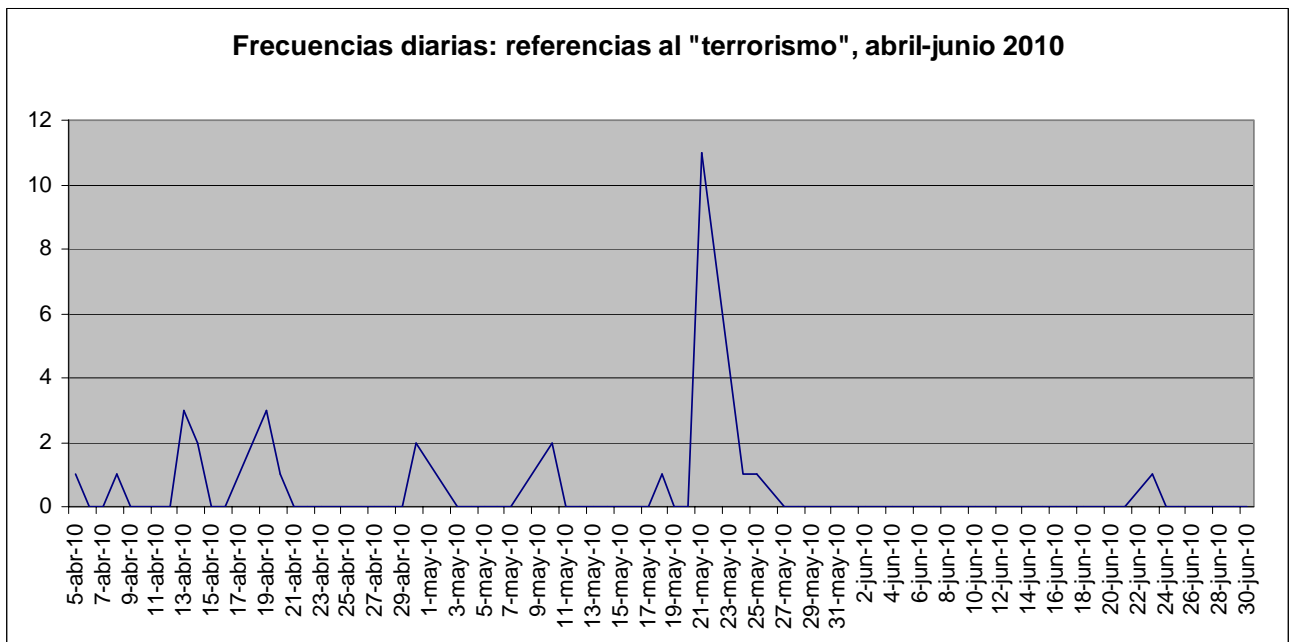
En general, cabe hacer una valoración positiva del significado de esta disminución en la imagen de España en los medios internacionales. A ello se une el hecho de que las informaciones que alcanzan mayor notoriedad están relacionadas con los éxitos de la lucha contra la banda armada (que representan un 73% de las informaciones). En este trimestre dicha notoriedad es debida a la detención del dirigente de ETA más importante y su brazo derecho, sospechosos de estar implicados en la muerte de un policía francés. Aparte de esto, apenas encontramos algunas noticias sobre la desaparición del terrorista Iñaki de Juana Chaos, algunas referencias a las políticas de gobierno, un par de noticias sobre asesinatos de ETA y, por último, una mención a la alianza entre ETA y las FARC.

Gráfico 23. ETA en los medios internacionales, abril-junio 2010



Durante este segundo trimestre de 2010 la distribución temporal de las informaciones sobre el terrorismo refleja un solo pico destacable, el 21 de mayo, que refleja la detención del dirigente más importante de ETA, mencionada anteriormente.

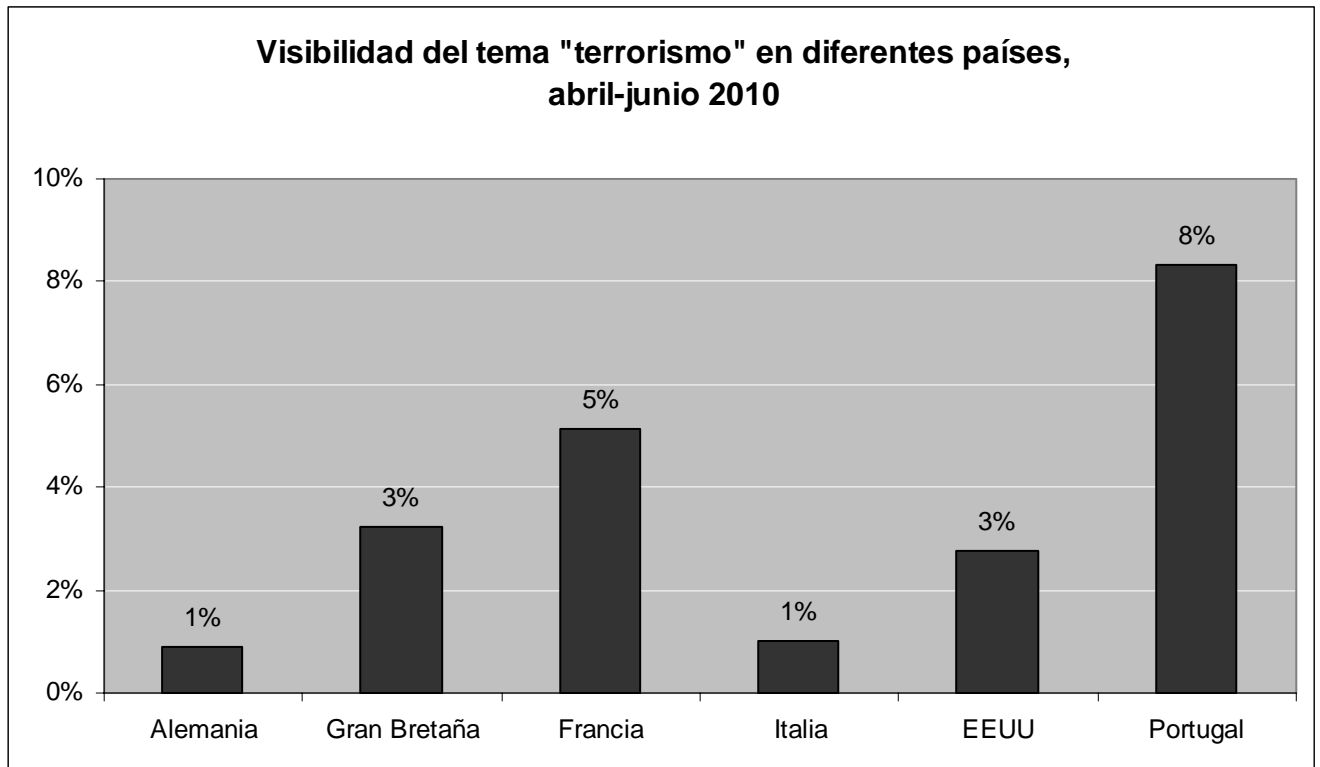
Gráfico 24. Frecuencias diarias: referencias a "terrorismo", abril-junio 2010



Si analizamos por países, podemos observar que en este trimestre el tema del terrorismo ha disminuido su visibilidad en un gran número de noticias en todos los países

analizados. En esta ocasión, como en el primer trimestre del año, es Portugal el país que más noticias abarca, pero con una gran diferencia, sólo un 8% frente al 57% del trimestre pasado. En el resto de países encontramos porcentajes muy reducidos, Francia (con un 5%), EEUU y el Reino Unido (ambos con el 3% de las informaciones) y, por último, Alemania e Italia (con el 1% de las informaciones en ambos casos).

Gráfico 25. Visibilidad del tema "terrorismo" en diferentes países, abril-junio 2010



Presidencia de la UE

Podemos afirmar que en este segundo trimestre de 2010 la imagen internacional de España no ha estado especialmente ligada a su turno de Presidencia de la UE. Este tema ha disminuido considerablemente su visibilidad, ocupando tan solo un 1% del total de referencias.

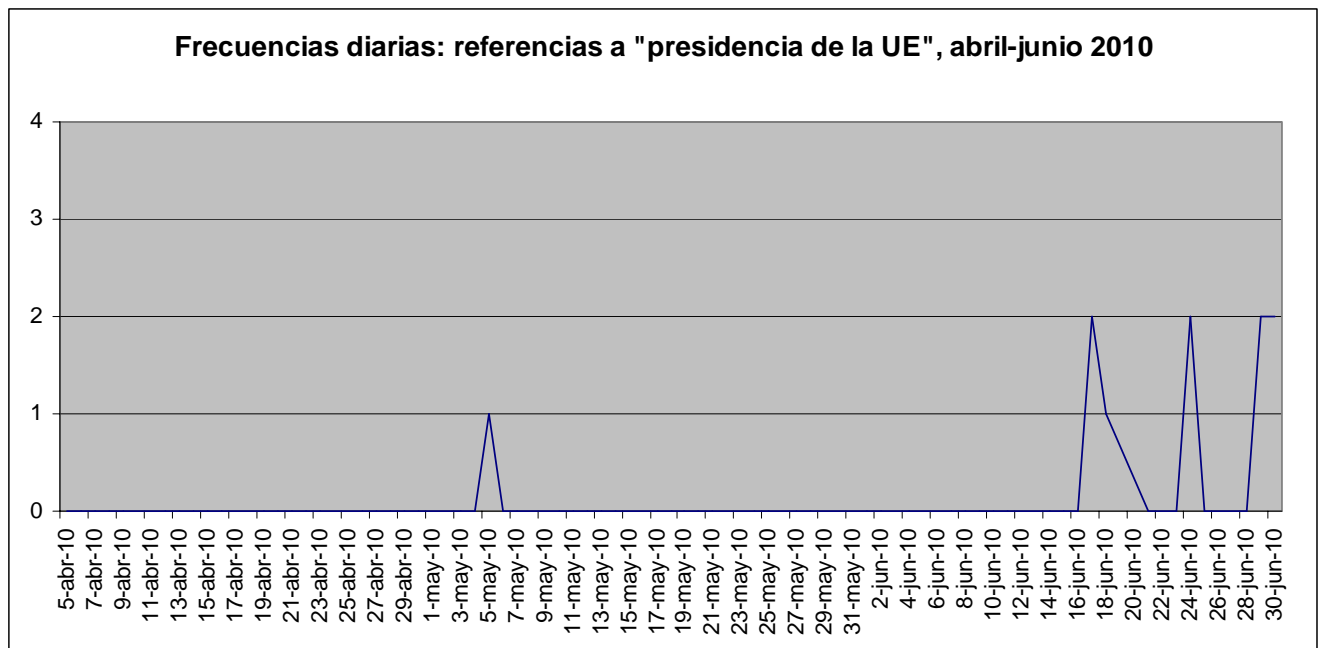
Como cabría esperar, las informaciones que se encuentran son valoraciones acerca de la gestión realizada por José Luis Rodríguez Zapatero durante su mandato de seis meses de dicha Presidencia.

“Zapatero no ha logrado alcanzar las expectativas de su cita europea” (*La Tribune*, 18/VI/2010).

“Gran frustración en España. Termina la primera Presidencia de la UE bajo el Tratado de Lisboa. Y al mismo tiempo una de las Presidencias más débiles en los últimos años...” (*Dziennik Gazeta Prawna*, 30/VI/2010).

Por otro lado, si observamos la distribución temporal, y teniendo en cuenta el poco número de noticias con el que contamos para el análisis, observamos que la mayoría de las informaciones sobre la presidencia de la UE se concentran a finales de junio.

Gráfico 26. Frecuencias diarias: referencias a "Presidencia de la UE", abril-junio 2010



Analizando los países con más de 50 noticias sobre España en este segundo trimestre, únicamente Alemania y Francia le prestan cierta atención, con un 4% y un 2% de sus informaciones sobre España centradas en este tema.

Apéndice: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España en cada país⁷

Gráfico 27. Alemania: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

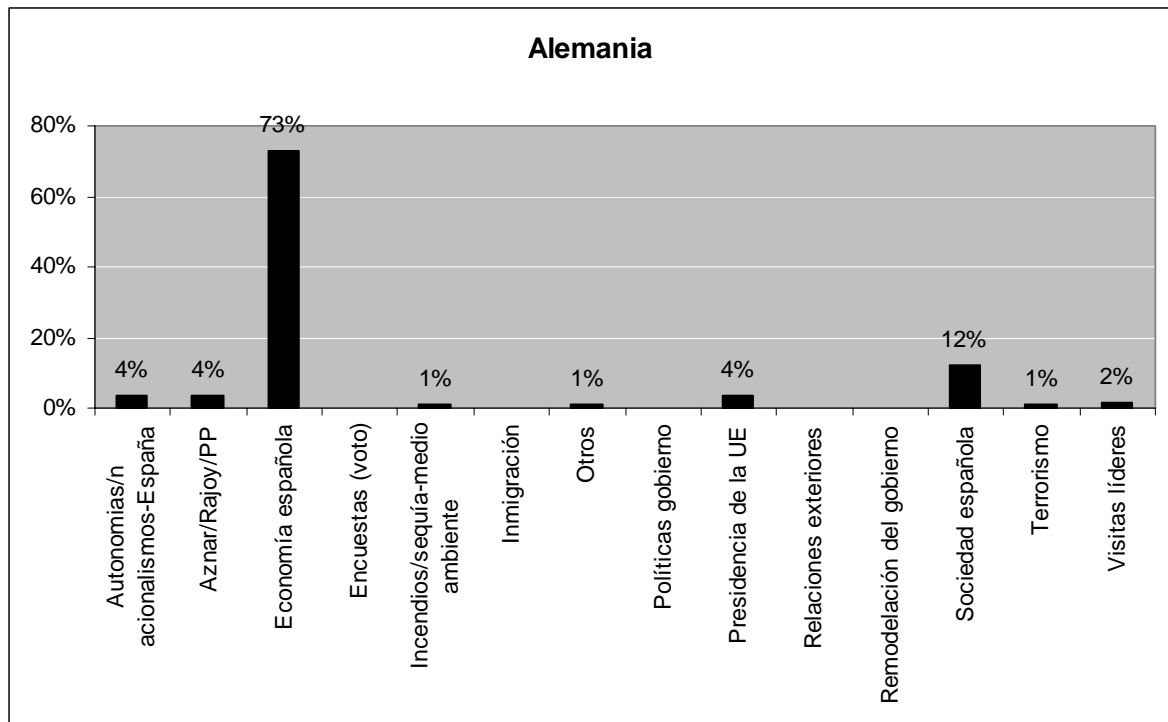
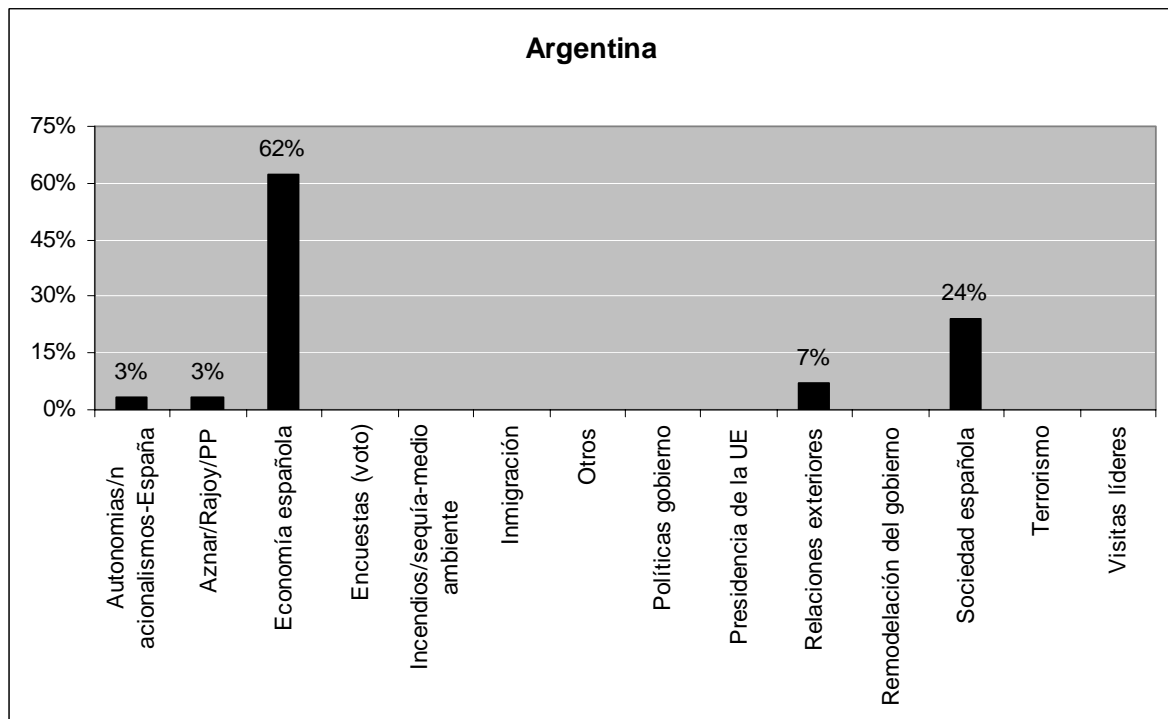


Gráfico 28. Argentina: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España



⁷ Téngase en cuenta el reducido número de noticias en que se basan estas distribuciones en algunos países.

Gráfico 29. Bélgica: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

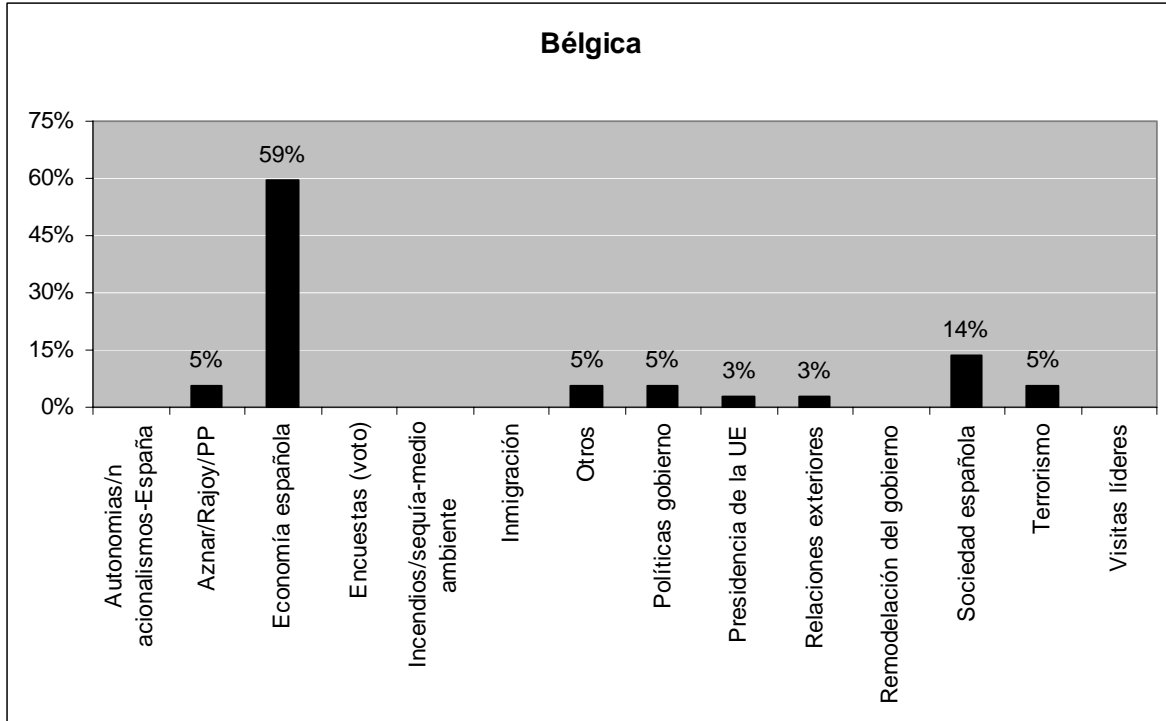


Gráfico 30. Brasil: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

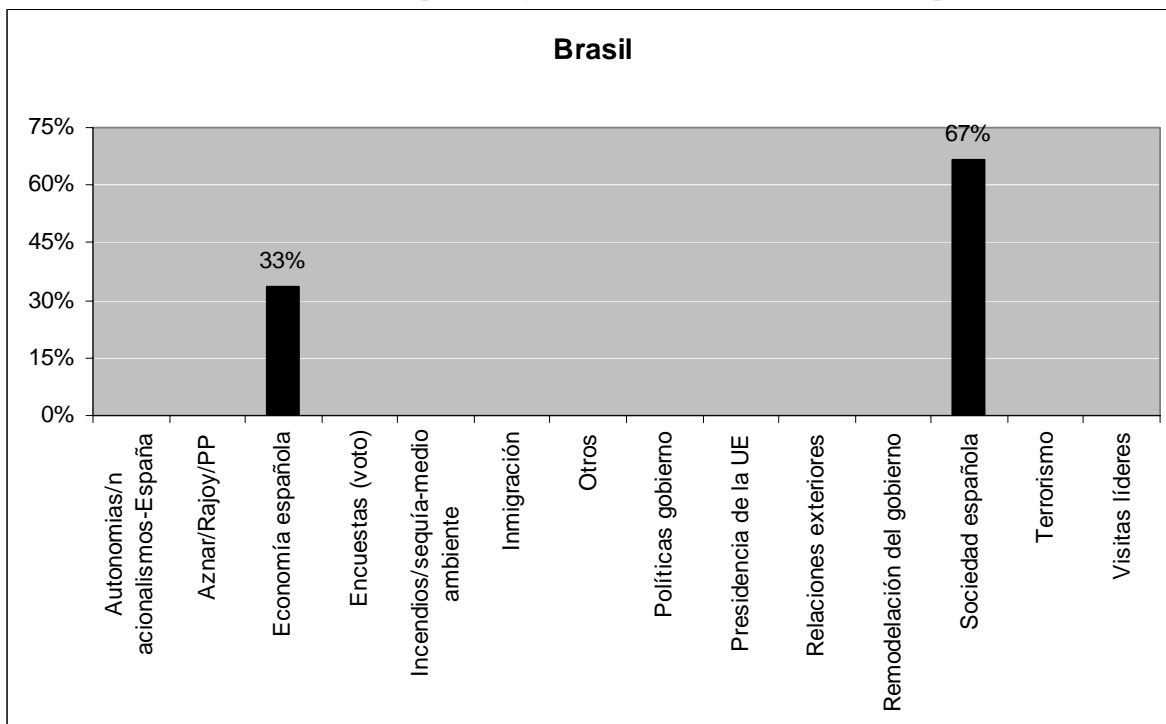


Gráfico 31. Chile: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

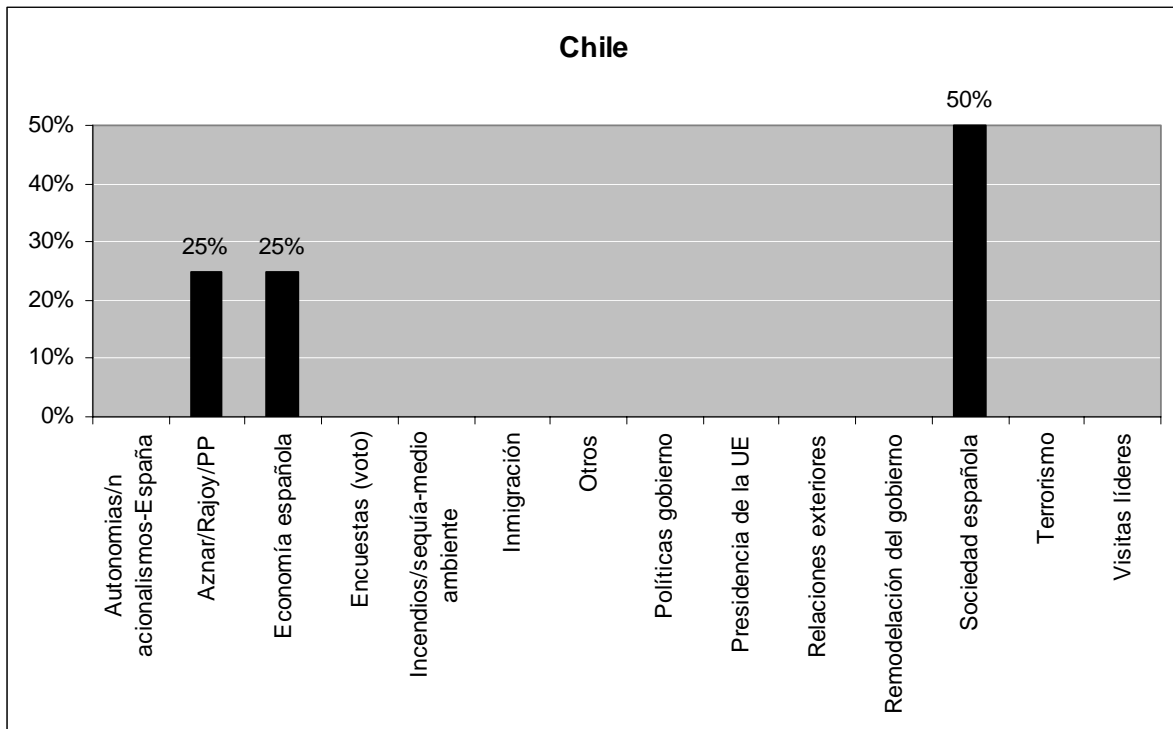


Gráfico 32. China: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

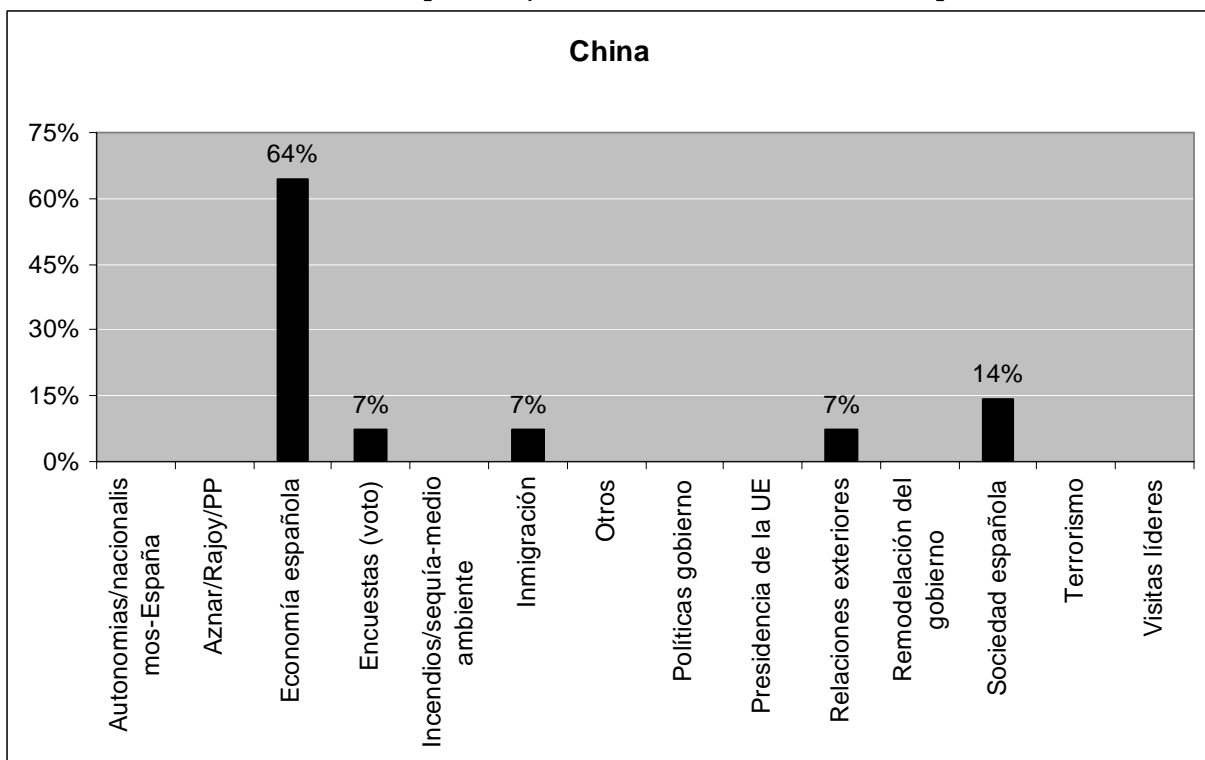


Gráfico 33. Colombia: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

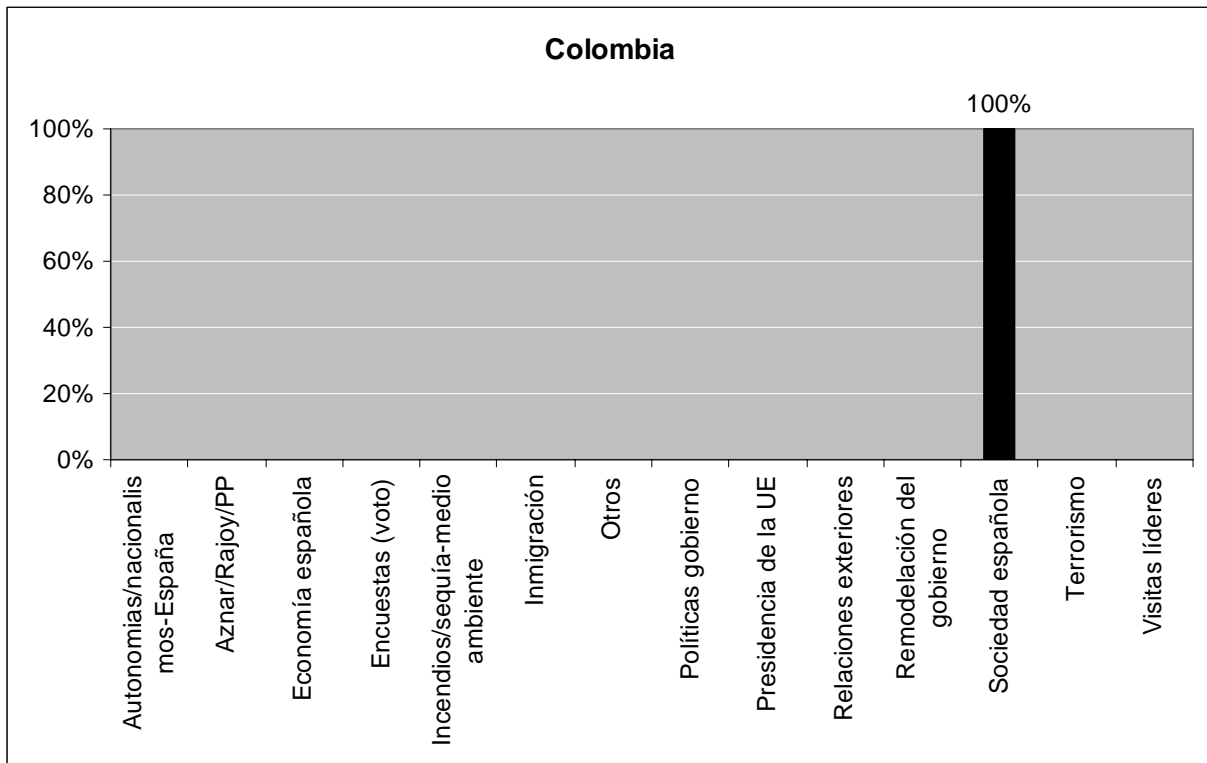


Gráfico 34. Ecuador: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

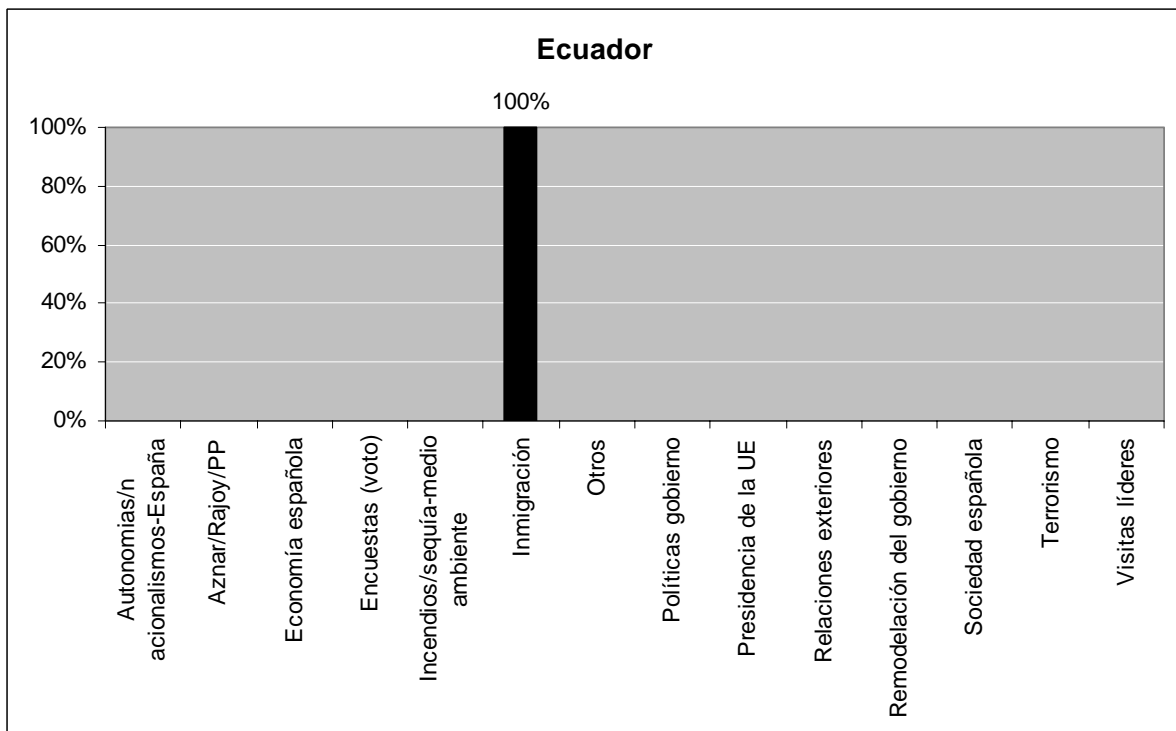


Gráfico 35. Egipto: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

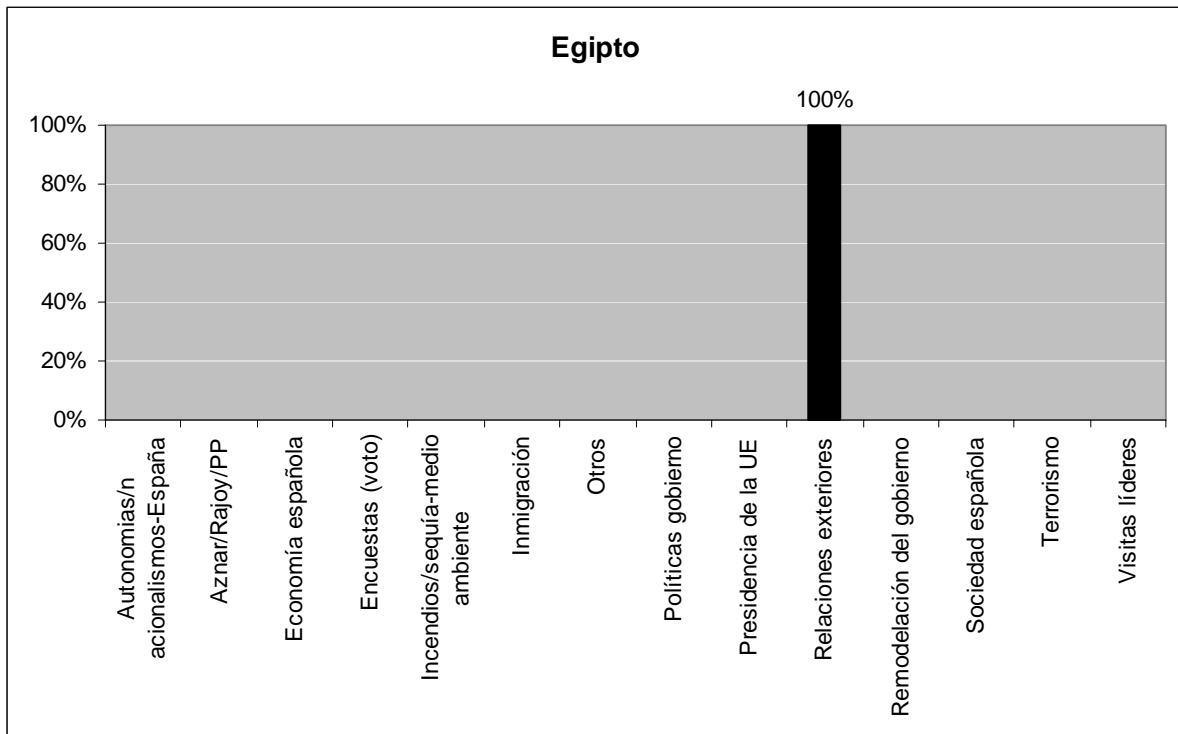


Gráfico 36. EEUU: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

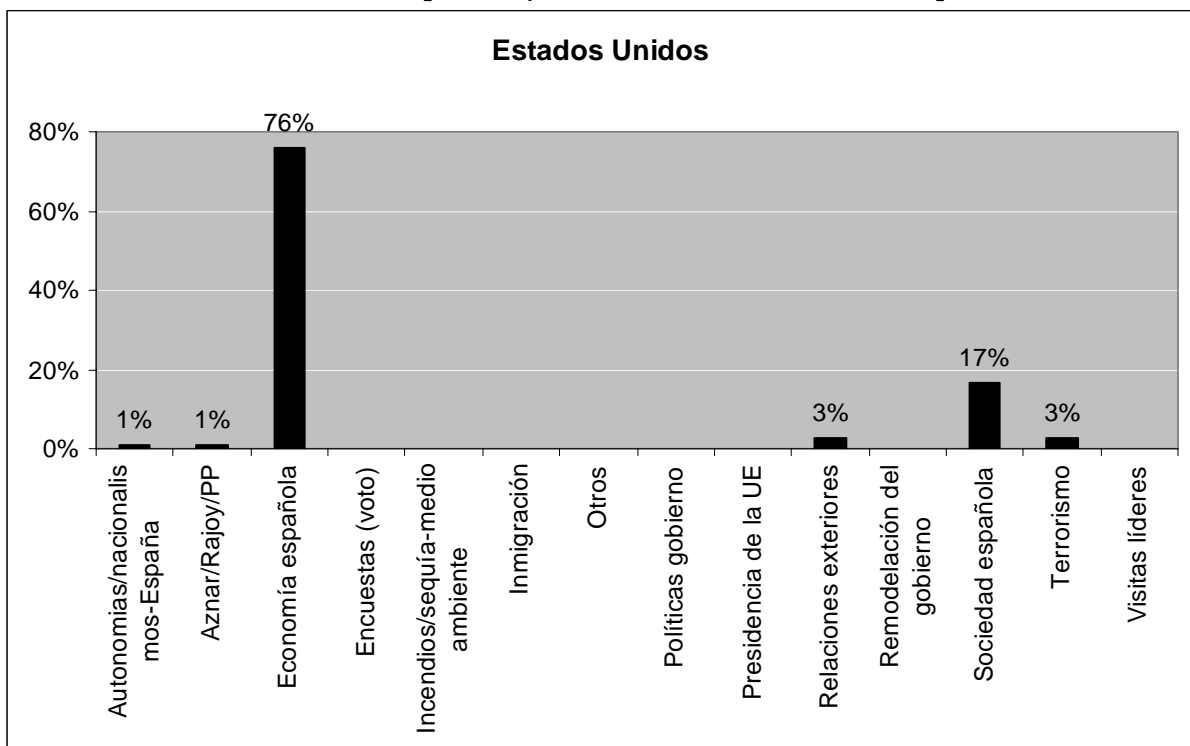


Gráfico 37. Francia: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

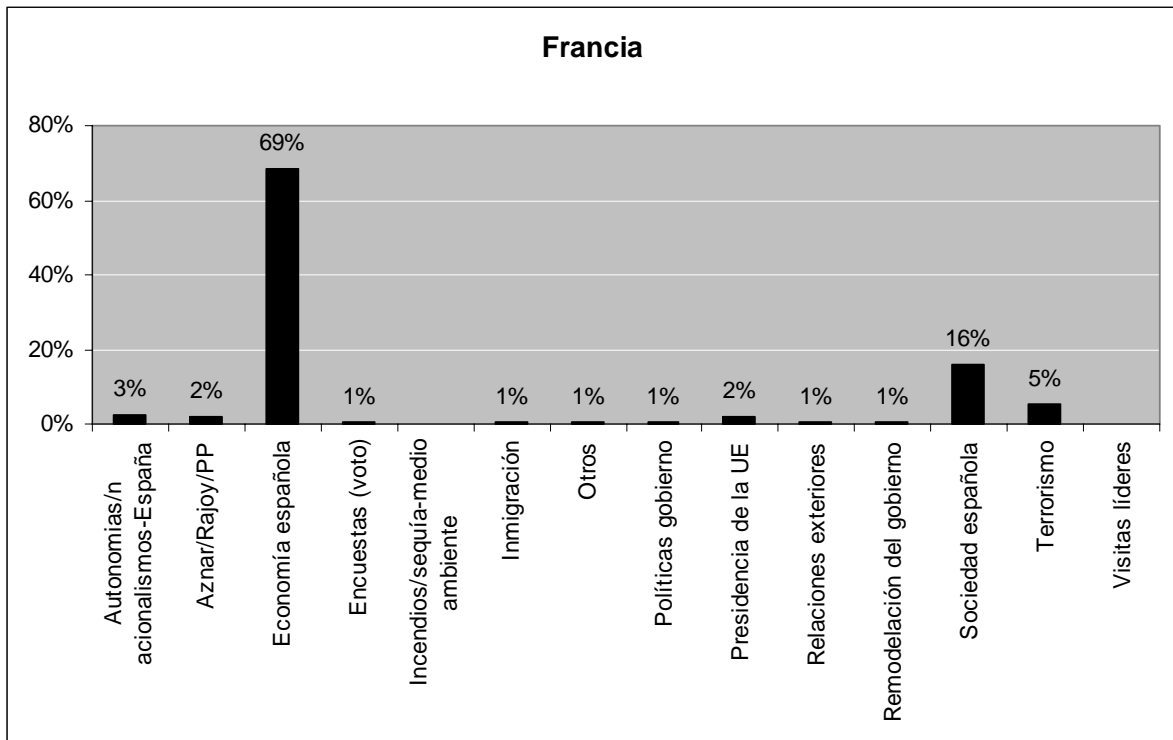


Gráfico 38. Irlanda: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

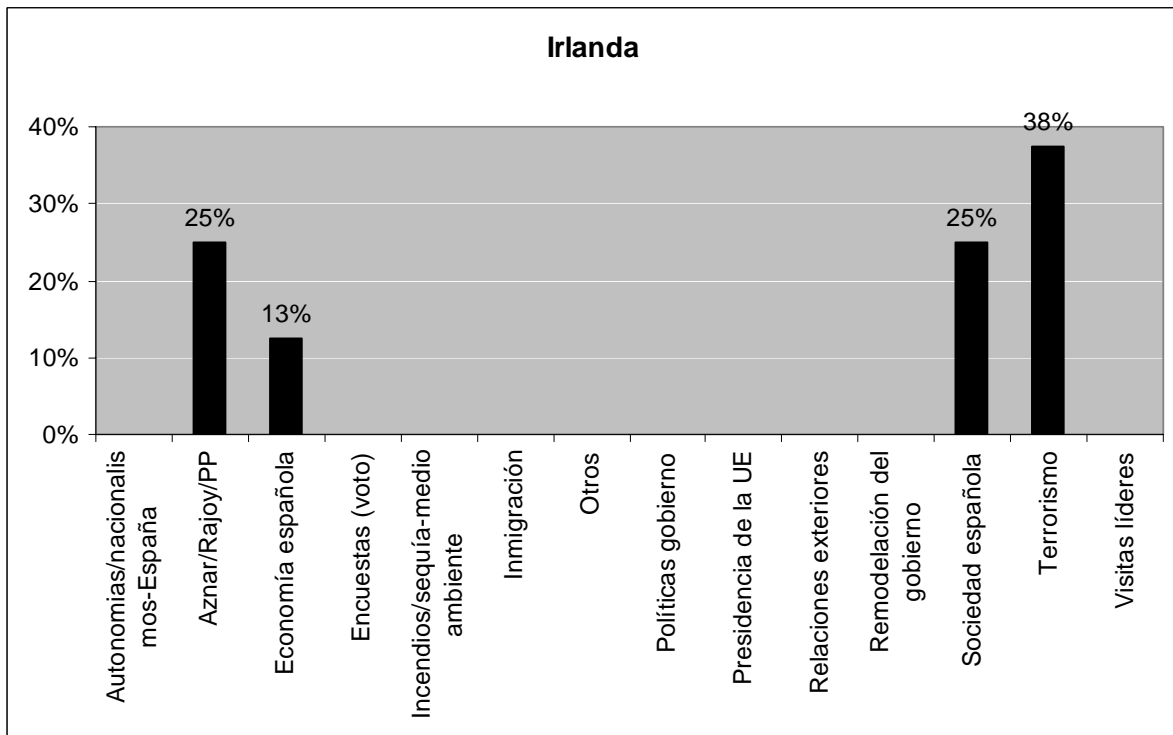


Gráfico 39. Israel: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

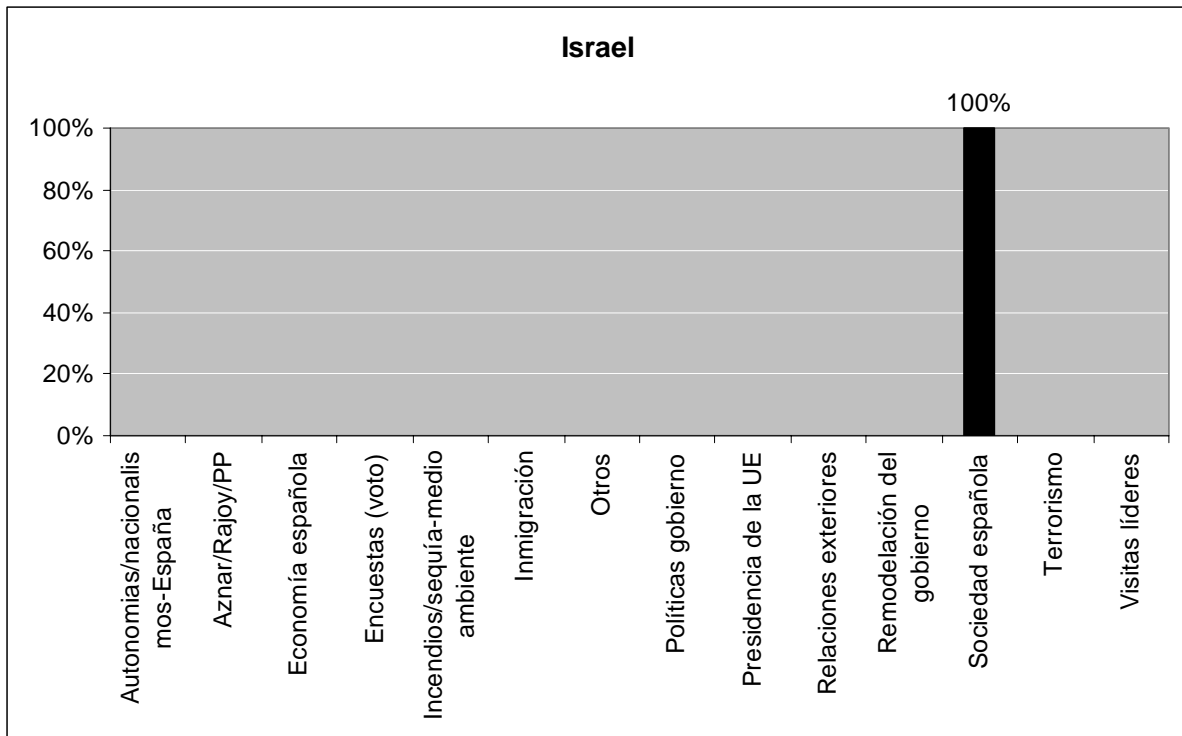


Gráfico 40. Italia: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

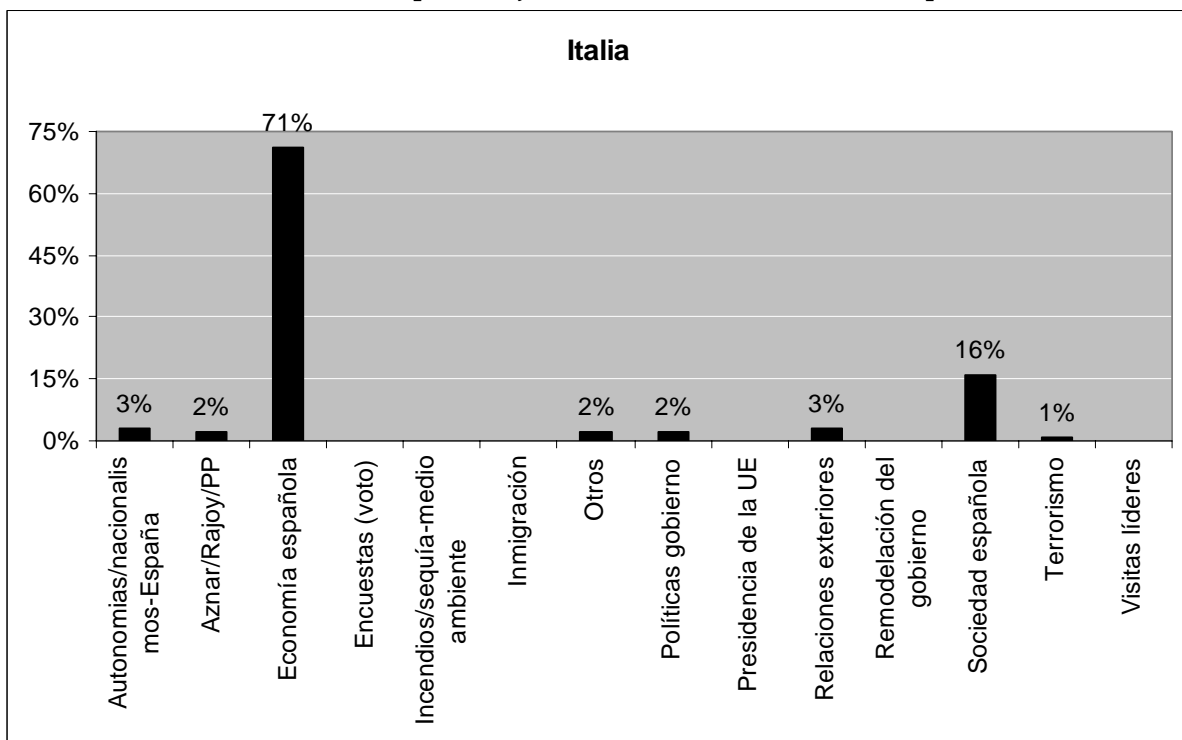


Gráfico 41. Japón: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

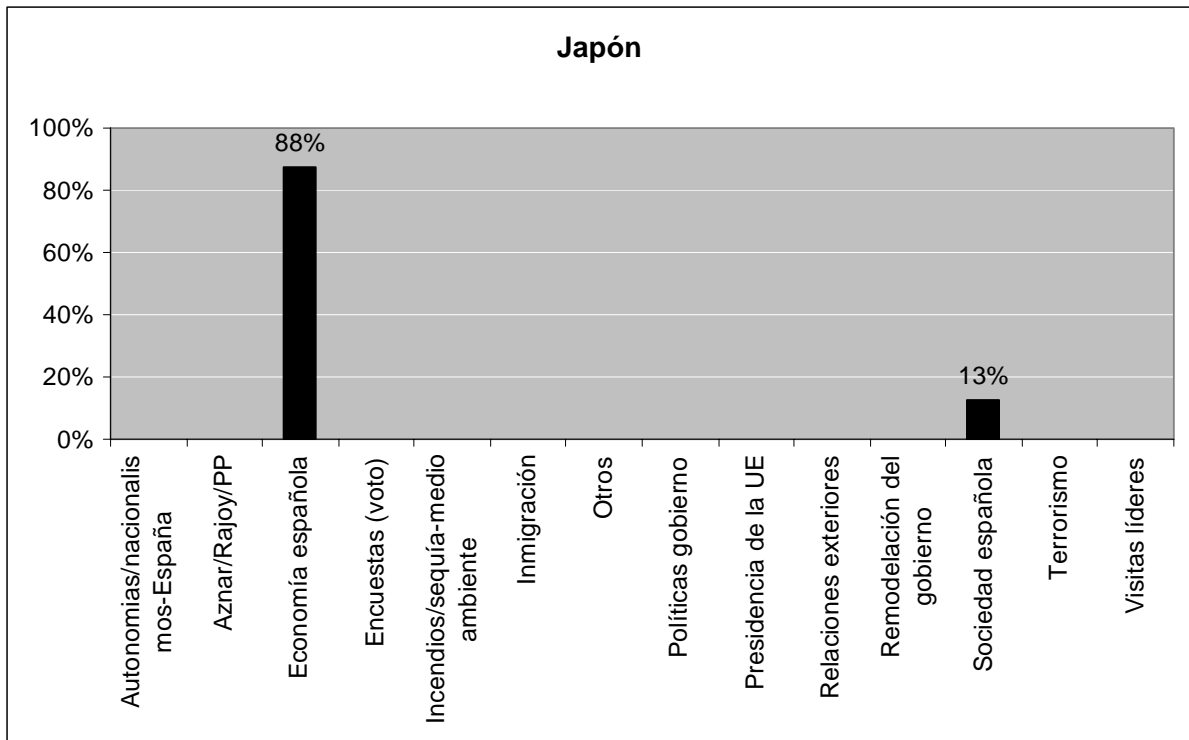


Gráfico 42. Marruecos: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

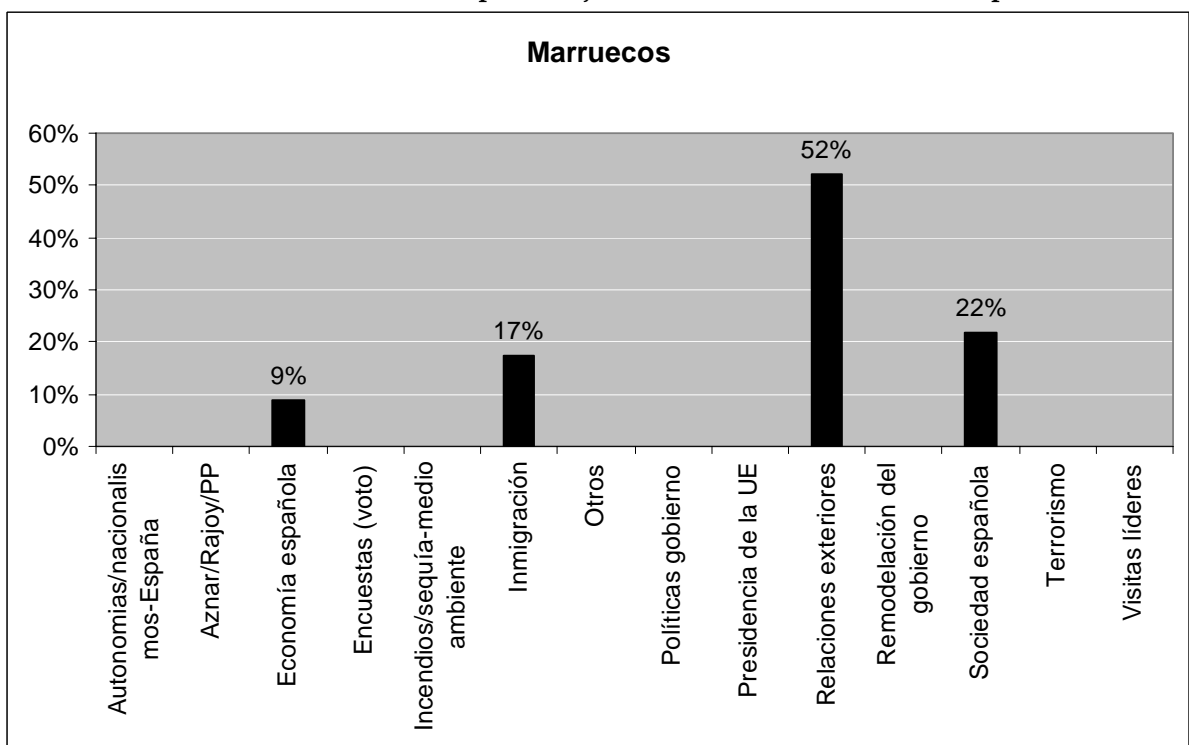


Gráfico 43. México: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

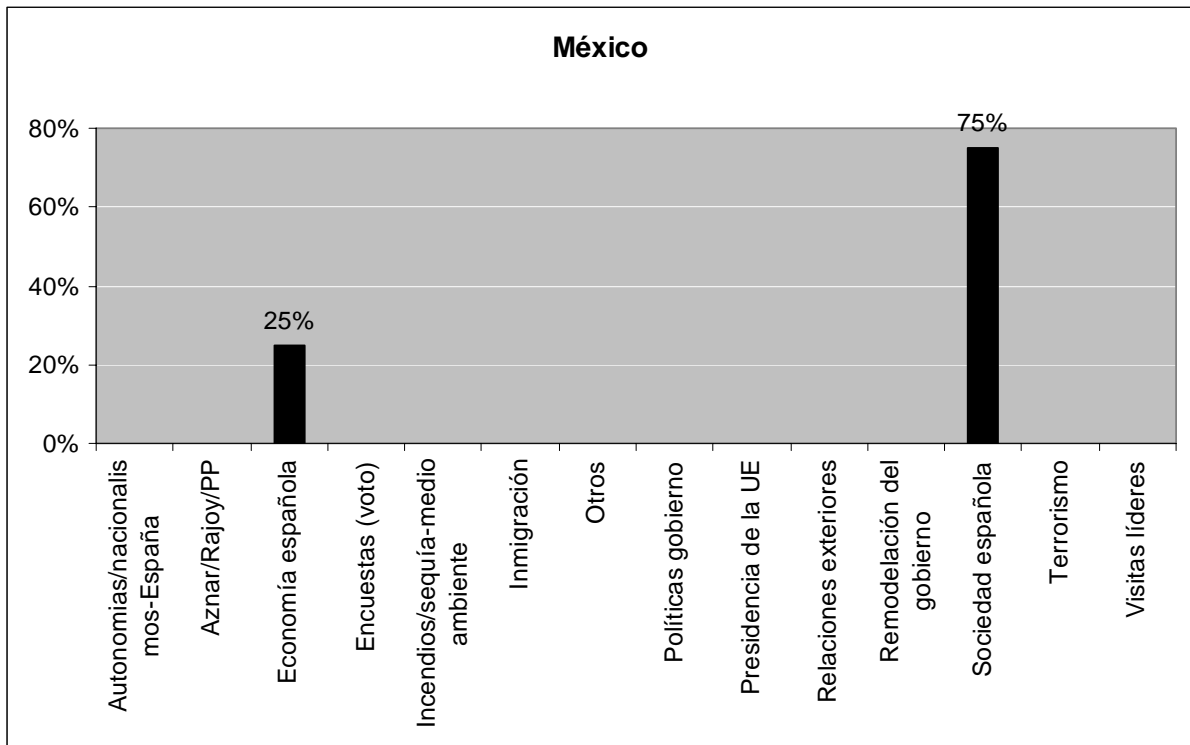


Gráfico 44. Países Bajos: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

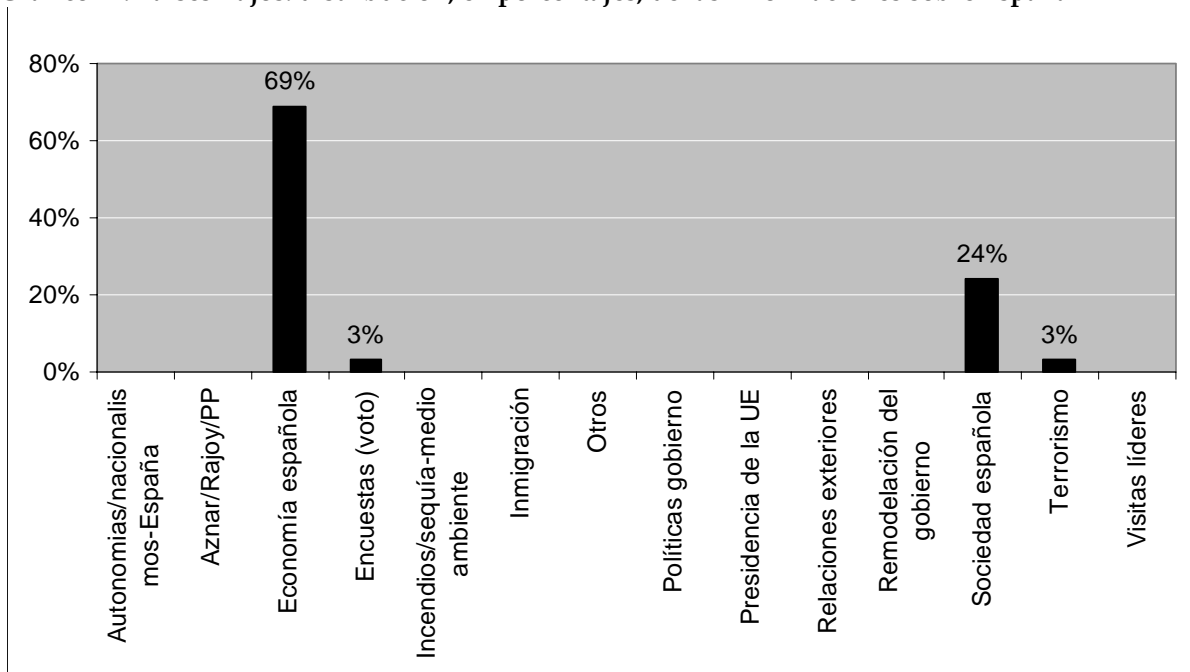


Gráfico 45. Polonia: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

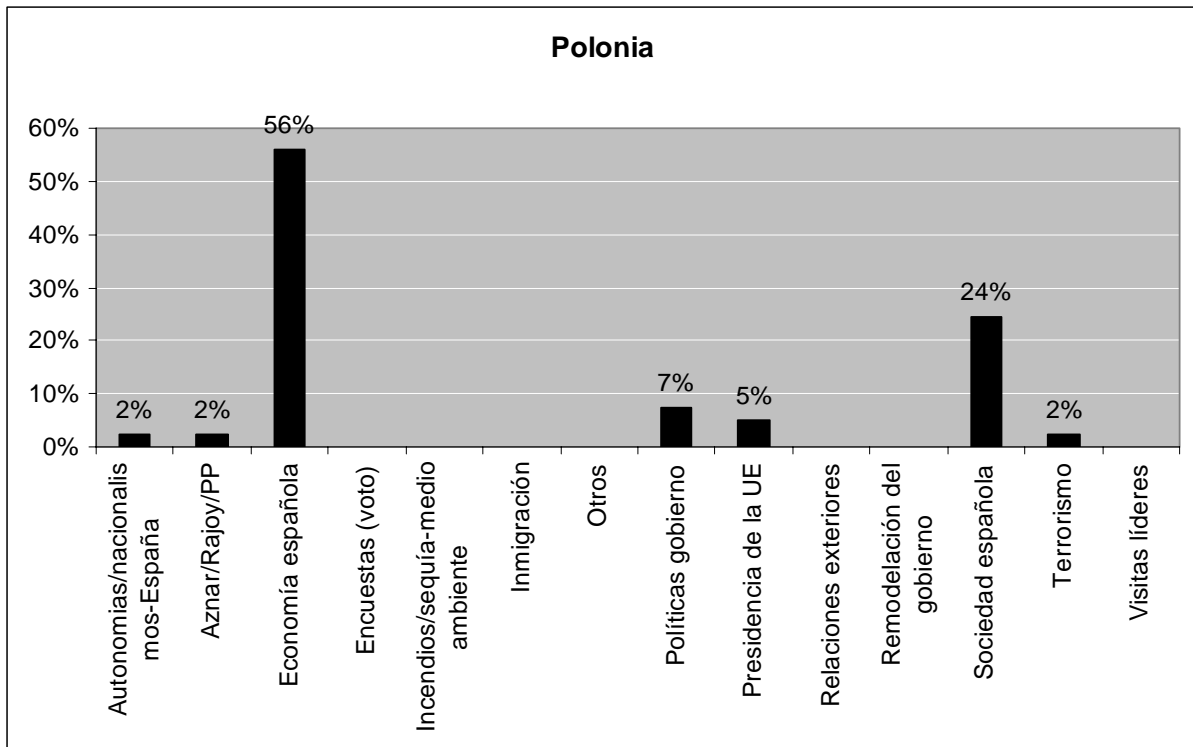


Gráfico 46. Portugal: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

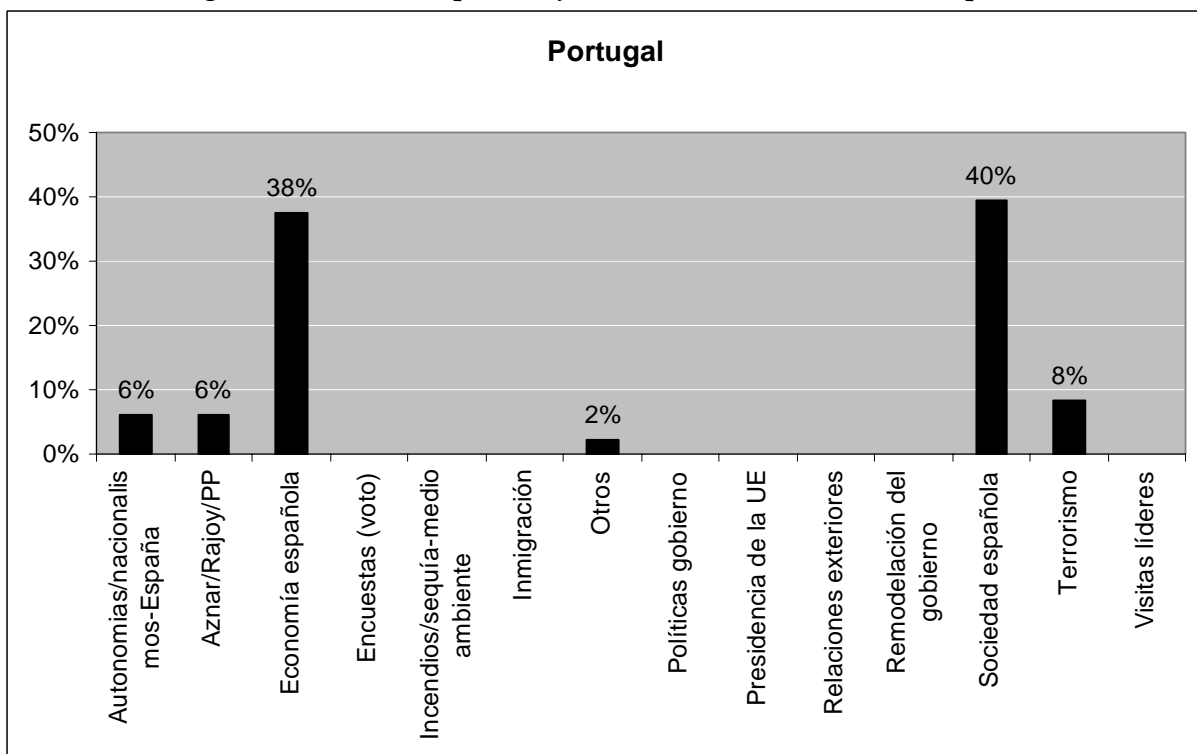


Gráfico 47. Reino Unido: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

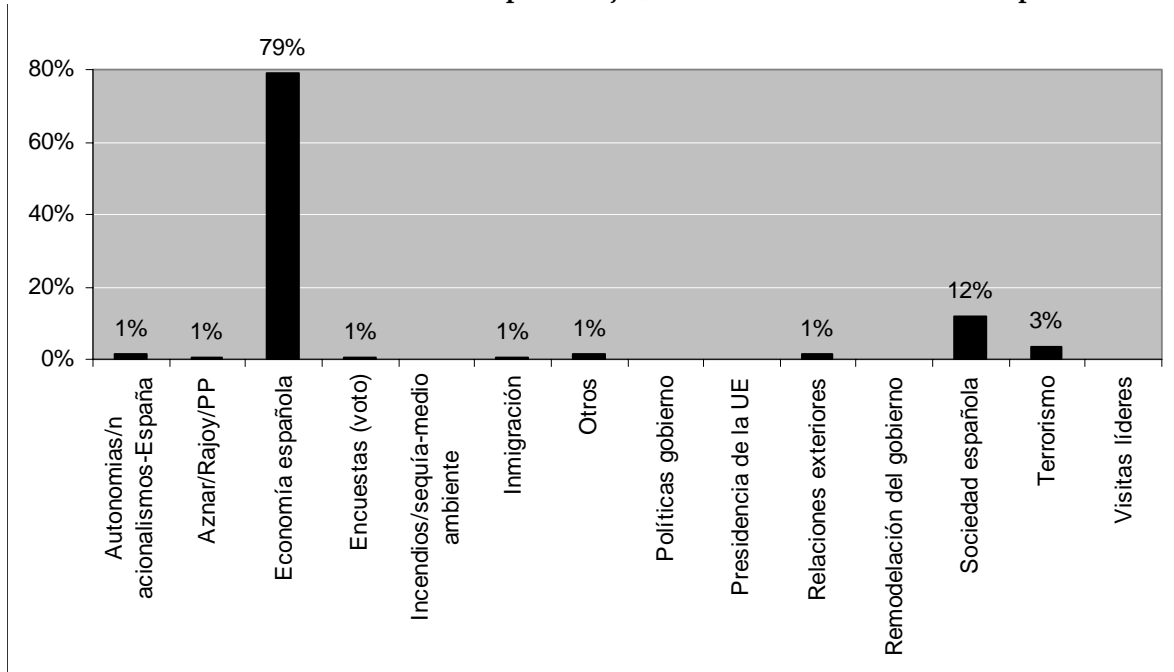


Gráfico 48. Rusia: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

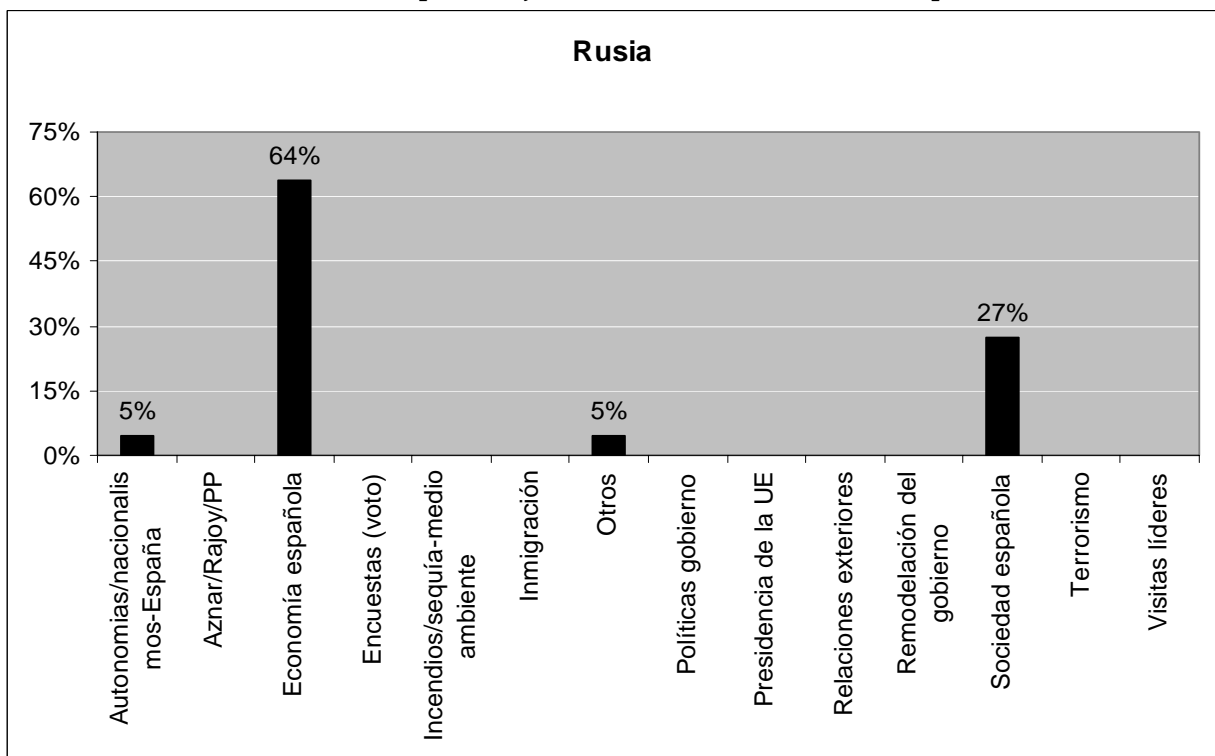


Gráfico 49. Turquía: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

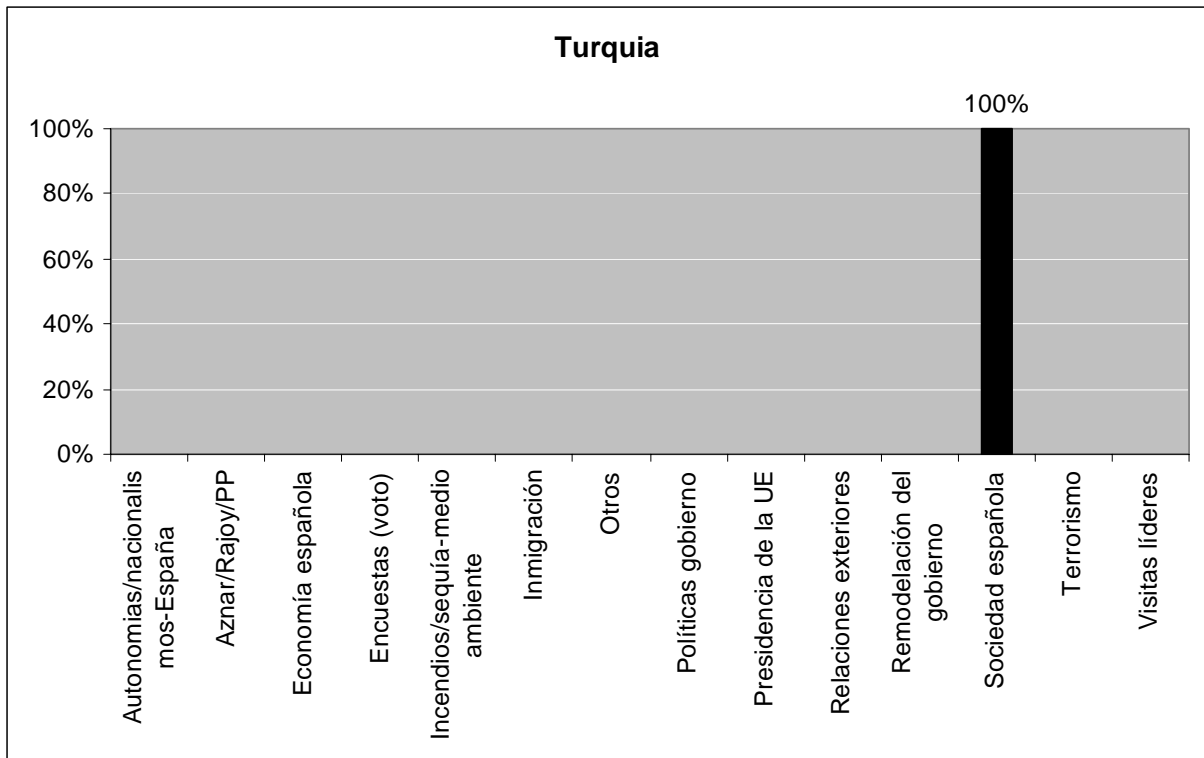


Gráfico 50. Venezuela: distribución, en porcentajes, de las informaciones sobre España

