

España vista desde Europa: simpatía con reservas y críticas realistas

Víctor Pérez-Díaz, Juan Carlos Rodríguez* y Elisa Chuliá**

En tiempos de dificultades e incertidumbres para la economía internacional cobran especial relieve la imagen exterior y la reputación de las naciones, un activo (o pasivo) más sustancial de lo que, a primera vista, pudiera parecer. Aunque algo esquivos a una definición precisa y a la concreción empírica, estos atributos proporcionan atajos informativos útiles para los agentes económicos, sean estos gobiernos, empresas o individuos particulares. Sus decisiones, fundadas en una combinación de consideraciones explícitas e implícitas, objetivables e intangibles, marcan la política exterior de sus propios países y condicionan la evolución económica de otros.

Durante el último quinquenio, las imágenes recíprocas de los Estados miembros de la Unión Europea (UE) y las opiniones públicas que las sustentan han adquirido un peso considerable en la orientación de la política europea. La credibilidad, confianza y fiabilidad de un país dependen, en buena medida, de esas imágenes, composiciones simbólicas construidas a partir del conocimiento,

más o menos parcial y sesgado, de comportamientos sociales e institucionales, privados y públicos, pasados y presentes. Esas imágenes nacionales, que adquieren sentido específico en la comparación, se asientan en un consenso bastante amplio, indicando tanto la existencia de criterios de evaluación semejantes como de percepciones próximas entre sí acerca de los países evaluados.

Sobre estos y otros razonamientos teóricos se basa la investigación patrocinada por Funcas y publicada en la primavera de 2013 en su colección *Estudios de la Fundación*, bajo el título *Europa, Alemania y España: Imágenes y debates en torno a la crisis*¹. Los autores centramos la atención en “España dentro de Europa”, con la intención de describir y analizar cómo nos ven los europeos, en general, y los alemanes, en particular; y lo hacemos con la convicción de que este conocimiento no se debe ignorar ni soslayar si se aspira seriamente a mejorar la reputación del país, el entendimiento mutuo entre los países que for-

* Analistas Socio-Políticos (ASP).

** UNED y Funcas.

¹ Víctor Pérez-Díaz, Juan Carlos Rodríguez y Elisa Chuliá (2013), *Europa, Alemania y España: Imágenes y debates en torno a la crisis*, Madrid, Funcas.

man la UE y, a la postre, la discusión pública y el espacio político en Europa.

El estudio se divide en tres capítulos: el primero perfila la imagen de España y los países del sur de Europa en la opinión pública europea, tal como se refleja en los datos de encuestas realizadas durante los años de la crisis; el segundo traza, también a través de información demoscópica, las percepciones que sobre la UE, sus políticas e instituciones, prevalecen en las sociedades de los diferentes Estados miembros, aportando así elementos contextuales e interpretativos de los datos presentados en el primer capítulo; finalmente, en el tercer capítulo se analizan con más detalle y profundidad las opiniones que España suscita en la clase política, los medios de comunicación y la sociedad de Alemania, el país que ha estado más presente en el debate público español acerca de la crisis de la deuda soberana europea, y al que muy frecuentemente se ha atribuido no solo el protagonismo en la gestión de esta, sino incluso la responsabilidad última de su solución.

En el imaginario colectivo de otras sociedades europeas, a España se le reconocen valores culturales, ambientales y de estilo de vida muy positivos. De acuerdo con los datos elaborados por la consultora internacional Reputation Institute, España goza de una "reputación general" considerable, que la sitúa dentro de un grupo de países en el que, entre otros, se encuentran Bélgica, Alemania, Japón e Irlanda. Ahora bien, si se extraen del índice de reputación las dimensiones culturales, de ocio y entretenimiento, así como la relativa al entorno natural, y se toman en consideración solo variables relacionadas con el espacio político-institucional y económico, el bienestar social y la contribución al concierto internacional, los datos ya no resultan tan positivos (aunque son algo mejores que los de otros países de la Europa meridional). La reputación institucional de España no supera un umbral bajo o medio-bajo, acorde con la percepción propia que tenemos los españoles del funcionamiento de las instituciones y la extensión de la corrupción. En cuanto a la reputación económica, también se queda en un nivel bajo o medio-bajo, congruente con datos macroeconómicos persis-

tentes y bien conocidos, en particular la altísima tasa de desempleo; y la misma valoración merece la reputación tecnológica del país, lastrada por la comparativamente limitada capacidad de innovación que ha mostrado España en años recientes.

Son precisamente estas tres reputaciones específicas las que más inciden en el grado de confianza que genera un país y, por tanto, las que más pesan cuando se trata de adoptar decisiones políticas y económicas que interesen a su sociedad. Así pues, la contrastada afinidad emocional que suscita España, en virtud de su presencia cultural y de su riqueza de paisajes y ofertas recreativas, no repercute de manera significativa en su credibilidad como país.

Hay que tener en cuenta que si las sociedades del sur de Europa (quizá con la excepción de Grecia) no son complacientes en la valoración de sus respectivos países y, por tanto, comprenden hasta cierto punto las razones de su mala imagen internacional, tampoco privan de responsabilidad a la UE a la hora de explicar (a otros y a sí mismos) los problemas que afrontan. En efecto, en España ha caído muy significativamente el porcentaje de quienes consideran que la pertenencia a la UE es algo bueno para el país; en general, en todos los países del sur de Europa (e Irlanda) se aprecia un fuerte descenso de este apoyo. Pero una mayor distancia hacia la UE también se constata entre los países económicamente más saneados, cuyas sociedades parecen crecientemente disgustadas por el despilfarro europeo, y escépticas sobre las ventajas de la moneda única. No obstante, el argumento de la crisis de legitimidad de la UE, esgrimido con frecuencia en los últimos años, no puede obviar datos como los que reflejan el aumento generalizado en los países europeos del número de personas favorables a las reformas que benefician a las generaciones futuras, aun a costa de sacrificios actuales, o las proporciones mayoritarias y ligeramente crecientes de ciudadanos de los Estados miembros a favor de una mayor coordinación de las políticas económicas y financieras entre todos los países de la UE para combatir la crisis. También provocan opiniones y expectativas positivas la intervención de la UE en la regulación de los mer-

cados financieros y la supervisión de los grandes participantes en estos mercados.

A tenor de los datos de diferentes encuestas, no cabe afirmar que en las sociedades de los países con cuentas públicas saneadas hayan arraigado fuerte y consistentemente tendencias solipsistas, ni tampoco que en sus respectivas sociedades predomine una disposición contraria a ayudar a los países más debilitados por la crisis. Lo que sí parece evidente es la existencia de una división entre las opiniones públicas de esos países, por un lado, y las de los que se encuentran en peor situación económico-financiera, por otro, respecto a las políticas para superar la crisis: este último grupo insiste en estimular el crecimiento económico y el empleo; en cambio, el de los económicamente más aventajados, hace hincapié en la regulación del mercado financiero y la reducción de la deuda pública.

Justamente en este último punto, el de la reducción de la deuda, la diferencia de percepciones entre la sociedad alemana y la española alcanza su máxima expresión. Según datos del Eurobarómetro de junio de 2012, dos terceras partes de la población residente en Alemania (65%) la citaban como el área de política económica prioritaria, mientras que en España solo algo más de uno de cada cinco entrevistados compartía esta opinión (22%).

Desde esta posición tan abrumadoramente propicia a la reducción de la deuda pública hay que entender la actitud de Alemania respecto a España. El análisis del discurso de los representantes del gobierno federal y del *Bundestag*, de varias publicaciones clave en la formación de la opinión pública (*Der Spiegel* y *Die Zeit*) y de datos de distintas encuestas indica que segmentos amplios de la sociedad alemana sí se sienten comprometidos con España y el proyecto europeo. El discurso de la elite política es, en general, claro al respecto, y no elude referencias a los beneficios significativos que la UE ha reportado a Alemania; pero tampoco renuncia a manifestar rotundamente la necesidad de “disciplinar” a aquellos Estados miembros que han mostrado conductas de gasto público poco responsables. Las críticas a los comportamientos de España son más abiertas y frecuentes en los medios de comunicación de Alemania que en el

ámbito parlamentario y gubernamental. En efecto, en la prensa publicada en 2012 han abundado las referencias a los aspectos más problemáticos de España, desde el desempleo hasta los escándalos políticos, pasando por el desánimo de la gente joven ante la falta de perspectivas, y por la descoordinación y el dispendio propios del sistema de organización territorial. Hasta qué punto calan estas críticas de la *opinión publicada en la opinión pública* es difícil de afirmar con precisión, pero lo que parece claro es que los alemanes distinguen entre las dimensiones culturales y sociales de España —muy valoradas, como demuestran, por ejemplo, los más de nueve millones de turistas alemanes que visitaron España en 2011—, y las dimensiones políticas y económicas. Son estas últimas las que provocan reservas y falta de confianza. Con todo, la imagen que de España albergan los alemanes merece dos matices importantes: en primer lugar, a la luz de la información disponible, es más positiva que la que los propios españoles albergamos de nuestro país; en segundo lugar, también es mejor que la que les despiertan otros países meridionales.

Con una potente autoestima, como evidencian los datos de diferentes encuestas recogidas en el estudio, la Alemania “cabeza de león” parece percibir a España como “cabeza de ratón” (en la vanguardia del grupo de países más frágiles). Esta es una visión menos crítica y más ajustada a la realidad de lo que a menudo se ha supuesto; una visión bastante equilibrada que incluye el compromiso condicional y la oportunidad que Alemania ofrece a España: el compromiso de prestarle ayuda, a cambio de que efectúe con agilidad las reformas estructurales que conduzcan a un mayor control del gasto público y a la consolidación presupuestaria; y la oportunidad de —quizá cambiando los términos del refrán que prefiere la cabeza de ratón a la cola del león— salir reforzados de la crisis. Para ello, quienes hemos llevado a cabo esta investigación pensamos que las estrategias de *marketing* político internacional, la diplomacia amable y los discursos bienintencionados importan menos que la mejora del funcionamiento de las instituciones del Estado, el mercado y la sociedad, y el trabajo riguroso, correctamente orientado y eficaz de los agentes que operan en ellas.