

Dosis de realidad: la imagen de España y los países de Europa del Sur en la opinión pública europea en un momento de crisis

VÍCTOR PÉREZ-DÍAZ* Y JUAN CARLOS RODRÍGUEZ**

RESUMEN

Entre los factores que influyen en los socios europeos de España a la hora de adoptar medidas orientadas a solucionar el problema de la deuda soberana se encuentran, no en último lugar, sus opiniones públicas. En su aquiescencia o rechazo a las propuestas en discusión influyen no solo sus juicios acerca de las causas o los remedios de la crisis, sino su imagen de los países objeto de esas políticas. Este artículo analiza la imagen de España en las opiniones públicas europeas. Comienza argumentando su relevancia para el predicamento exterior de España. Continúa mostrando varios rasgos de la configuración de la imagen de un país en la opinión pública de terceros países, rasgos relevantes si se pretenden enviar señales de compromisos creíbles y acertar con los públicos destinatarios. El núcleo del trabajo analiza la evidencia empírica disponible, diseccionando los componentes de una medida habitual de reputación y proponiendo una variante más restringida, que se aclara comparándola con los sentimientos de confianza mutua. La confianza en España varía dependiendo de qué país la evalúe, si bien hay un consenso amplio que jerarquiza la confianza que merecen unos y otros países. Por último, se muestra evidencia clara de que la reputación y la confianza tienen componentes objetivos sustanciales, que remiten a características básicas de los países evaluados.

* Presidente, ASP Gabinete de Estudios (asp@ctv.es).

** ASP Gabinete de Estudios y Universidad Complutense de Madrid (jcrodper@ya.com).

1. INTRODUCCIÓN¹

Varios países europeos, entre ellos, muy en primer plano, España, se están jugando hoy su futuro económico en cómo se resuelva la profunda crisis de deuda pública que atraviesan.

Conseguir reducir los tipos de interés de su deuda pública es fundamental para acometer menos traumáticamente la tarea de equilibrar unos presupuestos lastrados con déficits enormes, desconocidos en varias décadas. Si crecen los pagos por la deuda, serán necesarios recortes más drásticos en otras partidas o aumentos más intensos de los impuestos, con un probable efecto depresor de la actividad económica a corto plazo. Lo cual redundará en mayores dificultades para el ajuste fiscal y, por tanto, *ceteris paribus*, en una menor confianza por parte de los inversores internacionales en que el gobierno sea capaz de equilibrar las cuentas y hacer frente a sus compromisos de pago de deuda pública. Por ello, esperarán una mejor remuneración si deciden acudir a nuevas emisiones, aumentando así los tipos de interés y comenzando de nuevo el círculo vicioso.

¹ Este artículo forma parte del estudio sobre "Percepciones mutuas de los europeos" patrocinado por la Fundación de las Cajas de Ahorros, cuyo patrocinio agradecen los autores.

En el momento actual caben varias formas de intentar romper ese círculo vicioso de la política económica española, excluyendo la suspensión de pagos y el abandono del euro, el peor escenario posible, a decir de muchos.

A corto plazo, lo más probable es que el estado español necesite alguna forma de ayuda de sus socios europeos para que sus cuentas no se derrumben. En la discusión pública se ha dado en llamar “rescate” a esta posibilidad, palabra a la cual se asocia una mayor intervención de instancias internacionales en el manejo de nuestra política económica y la adopción de medidas de ajuste fiscal más severas. Mientras se produce (o no) dicho rescate, cabe, en segundo lugar, que el Banco Central Europeo se comprometa creíblemente a adquirir deuda pública “sin límites” para conseguir que los tipos de interés no alcancen niveles considerados como insostenibles. De hecho, si la prima de riesgo no se encuentra en el momento de escribir estas líneas (comienzos de noviembre de 2012) en niveles tan insostenibles como hace unas semanas, se debe, por una parte, a las declaraciones del presidente del BCE, Mario Draghi, comprometiéndose a esa compra de deuda soberana sin límites, aparentemente con el acuerdo del gobierno alemán². Y, por otra, a que en los inversores internacionales cunde el convencimiento de que el gobierno español está a punto de solicitar alguna forma de rescate de sus cuentas públicas.

Sin embargo, para que los países del área del euro con finanzas públicas suficientemente saneadas (Alemania, Finlandia u Holanda, por ejemplo) den los pasos correspondientes (rescate, aceptación de compras ilimitadas por parte del BCE) exigen compromisos creíbles por parte del gobierno español. Dudan de la bondad de la ayuda financiera por el posible riesgo moral: como cuadramos las cuentas gracias a dicha ayuda, no hay tanta urgencia en adoptar las medidas dolorosas (al menos a corto plazo) que debemos adoptar, las podemos posponer para más adelante, quizá cuando mejore la coyuntura económica, y el dolor sea menor. Con la ayuda, pues, puede fallarnos la voluntad, que, en la percepción de gobiernos como el alemán, no es tradicionalmente fuerte.

² Véase “How ECB chief outflanked German foe in fight for Euro”, *Wall Street Journal Europe*, 2 de octubre de 2012.

Un compromiso creíble del gobierno español, es decir, una estrategia creíble de reducción del déficit a corto y medio plazo también es fundamental para calmar los ánimos en los mercados internacionales. Las señales enviadas por el BCE y la anticipación del rescate del estado español pueden reducir la prima de riesgo a niveles menos insostenibles, pero si se propaga la especie de que el gobierno español tiene la voluntad débil y, en consecuencia, nuestros socios europeos se replantean los cuántos y los cómo de la ayuda, la prima de riesgo volverá a subir. De hecho, así ha venido ocurriendo con la publicación de rumores o noticias que revelan dudas, por ejemplo, en el gobierno alemán acerca de la determinación española para cumplir sus compromisos o acerca de la bondad o la conveniencia de los medios (rescate, compra de deuda...) para resolver el problema de la deuda.

Centrándonos en el papel que desempeñarán nuestros socios europeos en la hipotética solución de nuestra crisis de deuda soberana, nuestra credibilidad depende de diversos factores, unos más al alcance de la acción del gobierno español, y otros más alejados. De todos modos, un gobierno que se pretenda eficaz en su acción exterior, en este caso, la ligada a la solución de nuestro problema de deuda pública, habrá de analizarlos en su totalidad cuidadosamente.

En primer lugar, nuestra credibilidad depende de las señales que envía el gobierno español, voluntaria o involuntariamente. Esas señales pueden reflejar decisión o indecisión, sensación de urgencia o de dejar las decisiones para más tarde, firmeza o debilidad, determinación o duda, claridad de cuentas u ofuscación, unidad de acción o descoordinación, capacidad o incapacidad, etc. En general, los primeros términos de esas oposiciones generan más credibilidad, y los segundos la erosionan.

En segundo lugar, depende del historial del gobierno actual y de los gobiernos anteriores. Erosionará la credibilidad un historial que revele el no haber afrontado con seriedad los problemas fundamentales de nuestra economía, el abandonar el celo de las reformas con la llegada de la fase alcista del ciclo económico, la reiteración de errores similares o la reaparición, con cada nuevo ciclo, de los mismos síntomas negativos. El gobierno de

un país con unos antecedentes similares no solo tendrá que enviar las señales adecuadas a la coyuntura del momento, sino que tendrá que modularlas de tal modo que neutralice la reverberación del pasado en la percepción de los demás.

En tercer lugar, obviamente, la credibilidad de ese gobierno depende de cómo perciben sus señales y comportamientos los gobernantes de nuestros socios europeos. En este caso, los filtros pueden ser muy variados, y no necesariamente facilitan una percepción más ajustada de la realidad. Una tradición de buenas relaciones bilaterales (o de cooperación en marcos multilaterales) puede ayudar a ver con mejores ojos las proclamas de compromiso del gobierno. Una cierta coincidencia ideológica, como el pertenecer a la misma internacional partidista, también puede ayudar. Una tradición de política exterior realista, como poco, basada en un buen conocimiento de los propios intereses y del entorno internacional en que se persiguen, tendrá consecuencias distintas a una tradición de poco realismo. La recepción será distinta dependiendo de la relevancia de las múltiples instancias del gobierno que recibe las señales y de los mecanismos de coordinación entre aquellas. De hecho, que una de ellas valore esas señales no implica que las demás lo hagan ni que esa valoración sea la que guíe en último término la respuesta del gobierno.

Entre otros factores que pueden influir en la percepción y, más en general, en las decisiones de los gobernantes de los países decisivos en las políticas europeas de ayuda se cuenta, no en último lugar, el de sus opiniones públicas. Pueden ser decisivos su aquiescencia o su rechazo a las propuestas de ayuda financiera a España. En esa aquiescencia o ese rechazo tienen consecuencias no solo las opiniones acerca de las causas o los remedios de la crisis, en especial las opiniones relativas a cómo se reparten las responsabilidades y las cargas, sino la imagen que se tiene de los países objetos de la ayuda.

Las opiniones públicas europeas sobre España (y, secundariamente, sobre otros países de Europa del Sur) son el objeto central de este artículo, que intenta contribuir a que esas opiniones públicas se evalúen de manera ponderada y útil en la discusión pública española, no solo de cara a la solución de la presente crisis.

En el apartado 2 argumentamos la relevancia de dichas opiniones públicas para el predicamento exterior de un país como España. En el apartado 3 mostramos varios rasgos básicos de la conformación de la imagen de un país en la opinión pública de terceros países, rasgos que son relevantes para la política exterior del primero, en especial si este pretende enviar señales de compromisos creíbles y acertar con los públicos destinatarios. Los apartados 4 a 7 se dedican al análisis de la evidencia empírica disponible sobre la imagen de España en los países más relevantes en la discusión europea actual sobre la crisis. Comenzamos (apartado 4) analizando una medida habitual de reputación, diseccionando sus componentes y proponiendo una variante más restringida del concepto. A continuación (apartado 5), lo aclaramos más, comparándolo, con poco fruto, con los sentimientos de afinidad mutua entre países, y, mucho más fructíferamente, con los sentimientos de confianza mutua. En el apartado 6 mostramos cómo la confianza en España varía dependiendo de qué país la evalúe, pero resaltamos la existencia de un consenso amplio que jerarquiza claramente la confianza que merecen unos y otros países. En el apartado 7 mostramos evidencia clara de que tanto la reputación como la confianza merecida tienen componentes objetivos sustanciales, que remiten a características básicas de los países evaluados. Concluimos resumiendo nuestro argumento.

2. POR QUÉ NOS HA DE IMPORTAR LA OPINIÓN PÚBLICA EN ALEMANIA, FINLANDIA U HOLANDA

Al gobierno de un país ha de importarle, en la medida adecuada, la opinión pública de un segundo país que sea su socio (o adversario), en particular cuál sea la imagen predominante del primer país, por varias razones, entre las que destacan las siguientes.

En primer lugar, la opinión pública es uno de los elementos del sistema de política exterior de cada país, al menos en tanto que *input* que tienen en cuenta los gobernantes a la hora de adoptar sus decisiones y en sus negociacio-

nes y/o conversaciones con otros gobiernos, lleven estas a adoptar decisiones o no³.

La opinión pública influye en la medida en que las tomas de posición sobre política exterior, tanto del gobierno como de los ciudadanos o de otros actores que contribuyen a conformar la opinión de estos, tienen consecuencias electorales. Esta forma de la relación entre política exterior y política interior se da con intensidad diversa en cada país y varía, asimismo, según el votante. Unos tienen en más consideración la política exterior en su voto y otros prescindan de ella. A unos les lleva a reafirmarse en sus preferencias tradicionales y a otros a replantearse las, transfiriendo su voto a otro partido o retirándose a la abstención. En general, los que más peso le otorgan son los menos. En determinadas coyunturas, sin embargo, el peso de la política exterior en las consideraciones electorales crecerá de suyo, alcanzando a proporciones más amplias del electorado. En cualquier caso, aun siendo pocos los votantes interesados en la política exterior, pueden ser decisivos en la conformación de mayorías de gobierno, bien porque las coaliciones o partidos que se enfrentan estén muy igualadas, y cualquier pérdida o ganancia incline la balanza, bien porque pueda aparecer o resurgir un partido minoritario que capitalice un posible descontento con la política exterior de los partidos mayoritarios.

En unas circunstancias como las actuales de crisis financiera internacional es más probable que se activen esas consideraciones de política exterior en el electorado, mezcladas, como es habitual, con consideraciones de política interior. Como poco, entre los posibles descontentos con la gestión gubernamental de la crisis, la evaluación de la política exterior puede reforzar los sentimientos que les llevan a un voto de castigo. El voto de castigo se debería, primariamente, a la responsabilidad que se le otorga al gobierno en el devenir de la crisis, pero se vería confirmado, por ejemplo, por haber cedido a las demandas o intereses de algunos de los chivos expiatorios de la crisis, no solo, arquetípicamente, “los banqueros”, sino los países de Europa del Sur, manirroto, vago e irresponsables, por seguir utilizando una caricatura.

³ Sobre la política exterior de un país como sistema, y el papel de la opinión pública en él, véase, por ejemplo, Clarke y White, eds. (1989) y Neack, Haney y Hey, eds. (1995).

En segundo lugar, la opinión pública nacional puede ser un elemento de relieve en las negociaciones con otros países. Se presenta, así, la posibilidad de desarrollar lo que algunos autores denominaron “juegos de doble nivel”, en los que los gobernantes pueden intentar aprovechar el juego doméstico (la negociación con su público) como baza de negociación en el juego exterior⁴. El jefe de gobierno español puede aludir a sus dificultades domésticas para aplicar los ajustes fiscales, advirtiendo, de paso, de las peores consecuencias para la estabilidad que se derivarían de un gobierno de otro color o de uno que renunciara a las políticas de ajuste. La canciller alemana también puede aludir a sus ataduras domésticas, por ejemplo, a una opinión pública que castigue su política hacia los países de Europa del Sur y ponga a otro gobernante en su lugar, menos considerado con las peticiones españolas.

En tercer lugar, la opinión pública de un país socio o adversario es o puede ser un *input* en la toma de decisiones del gobierno del país sobre el que se proyectan esas opiniones públicas directa o indirectamente. Qué se diga de España en *Der Spiegel* o en el *Frankfurter Allgemeine Zeitung* acaba formando parte de la discusión pública en España. Como elemento foráneo de la discusión pública local puede, entonces, ser utilizado como base argumental o como arma arrojada entre el gobierno y la oposición, o como base de la crítica mediática a las políticas gubernamentales, entre otros usos. Por supuesto, no se trata solo de lo que se diga de España, sino de otras temáticas (adhesión al euro, políticas de rescate, etc.) pertinentes a su predicamento internacional.

Por último, se trata de un *input* indirecto en las decisiones de los inversores internacionales, cuyo comportamiento es decisivo en circunstancias como las actuales. Si algo ha demostrado la crisis actual es que las limitaciones cognitivas o las limitaciones de la racionalidad de dichos inversores son las mismas que las de cualquier actor económico, si bien las consecuencias agregadas de sus decisiones son de una gran magnitud. Apenas han podido otear el futuro y, desde luego, no han podido, ni mucho menos, preverlo, pues sus modelos matemáticos cuantitativos probablemente partían de premisas equivocadas, haciéndoles

⁴ Sobre los juegos de doble nivel, véase Putnam (1988) y Evans, Jacobson y Putnam, eds. (1993).

infraestimar en varios órdenes de magnitud la probabilidad de que aparecieran cisnes negros como el de la tormenta financiera perfecta del año 2008. Y son especialistas, como el que más, en comportamientos en primera instancia racionales (en un sentido limitado), pero, en última instancia, profundamente equivocados, como toda la variedad de comportamientos de manada que caracterizan, de tanto en tanto, a los mercados financieros.

Ni siquiera en tiempos de estabilidad cuentan con información de tanta calidad, pues es imposible de adquirir: son demasiados los datos que habría que tener en cuenta y, al final, hay que aplicar un juicio que no se deriva inmediatamente de esos datos. Buena parte de la información que recogen es, por tanto, más o menos pulida, más o menos contrastada, aproximativa, provisional... Y tampoco tienen por qué ser mejores los informes de las agencias de calificación, pues, como los inversores internacionales, también están basados en información y en juicios limitados. Parte de la información que contribuye a formar esos juicios es el estado de las opiniones públicas de los países en cuestión, que se intenta aprehender mediante la lectura de los correspondientes informes de encuestas de opinión y, más indirectamente, y con mucha más probabilidad, a través de su reflejo en la prensa local y, sobre todo, internacional. Entra en juego, por tanto, la opinión pública casi con seguridad mediada por los sesgos propios de los medios de comunicación.

3. LA IMAGEN DE UN PAÍS EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE OTRO: MARCO DE REFERENCIA, DIMENSIONES Y DURABILIDAD

Imaginemos que un gobierno, como el español, decide incorporar en su deliberación sobre política exterior la consideración de la opinión pública de otro país, en particular, de la imagen que se tiene en él del propio país, España en este caso. Imaginemos que ese gobierno intenta influir en esa opinión pública para mejorar la imagen del propio país, en la esperanza de conseguir mejores tratos en las negociaciones bilaterales o para los nacionales

de su país (empresas, por ejemplo). Si es así, probablemente tendrá que ser consciente de cómo se forman y transforman esas imágenes y cómo producen sus efectos.

3.1. La importancia del contexto

Parece obvio afirmarlo, pero la imagen de un país en la opinión pública de otro se da irremediabilmente en un contexto, o, dicho de otro modo, el público forma sus imágenes de otros países en un contexto. Este tiene, como poco, componentes históricos, coyunturales y comparados.

Los conocimientos sobre el país en cuestión y sobre la historia de las relaciones bilaterales transmitidos a través del sistema de enseñanza o los medios de comunicación enmarcan, con bastante probabilidad, la imagen actual, que también se verá afectada por la historia mutua reciente, de la que el público puede tener informaciones más directas.

La coyuntura económica o política internacional también forma parte de ese contexto. Dicha coyuntura, al menos, contribuirá a destacar unas u otras dimensiones de la imagen del país. Si se atraviesa una crisis económica que requiere de una respuesta multilateral, en una organización como la Unión Europea, destacarán más aspectos tales como la capacidad económica del país en cuestión, sus aciertos o errores económicos en el pasado, las ideas que se tengan sobre su capacidad de ahorro y de sacrificio, etc. En tiempos de bonanza, quizá destaquen elementos como su clima, su estilo de vida o su patrimonio cultural.

Quizá lo más interesante sea que, probablemente, las imágenes de los países no se forman ni aisladamente ni en el marco más amplio posible, el de todos los países del mundo, sino en marcos delimitados. Cuando un alemán o un francés piensa en la imagen que tiene de España o en su reputación, probablemente lo hace con el trasfondo de Europa, de la Europa rica, de la Europa del euro, de la Unión Europea o de los países desarrollados, pero no le venga fácilmente a la mente España como país ligado a América Latina. El juicio sobre un país implica normalmente una comparación implícita con los demás países de su marco de referencia y, por tanto, implica establecer jerarquías de países, bien genéricas,

bien en las dimensiones (vistas como) más relevantes de la imagen, la reputación o el tipo de evaluación del que se trate.

Este tipo de juicios sobre los países tienden a ser relativos, lo cual es todavía más evidente cuando, al medirlos con la encuesta correspondiente, se pregunta explícitamente por una variedad de países. Incluso en estos casos, en los que parece que tenemos un juicio absoluto sobre un país (“confío mucho en los alemanes”), no podemos saber exactamente su alcance, pero sí tenemos más seguridad a la hora de comparar (“los españoles confían más, por término medio, en los alemanes que en los griegos, y menos en los alemanes que en los suecos”).

Tampoco tiene por qué darse una evaluación nítida del país en cuestión. Es posible que, si solo se tienen conocimientos difusos o muy imprecisos, algo habitual, se proyecten en ella los conocimientos que se tienen de otros países vistos como similares o los prejuicios o ideas sobre grupos de países percibidos como tales agrupaciones. Los españoles quizá no sepamos mucho sobre Finlandia, pero al emitir un juicio sobre el país muchos recordarán que es un país nórdico y proyectarán sobre él los estereotipos sobre los países nórdicos habituales en la conversación pública. Quizá el gobierno finlandés pretenda que su país cuente con una imagen propia y no meramente como país nórdico, pero habrá de contar con que esa agrupación existe en la imaginación de mucha gente, que no puede prescindir fácilmente de ella.

Las notas anteriores no pretenden agotar la variedad de factores contextuales que intervienen en la configuración de la imagen de los países en la percepción de los distintos públicos. Tan solo queremos resaltar algunos elementos para recordar que no son fáciles de cambiar, mucho menos por parte del gobierno del país evaluado, y que si se aspira a una política de imagen eficaz, es mejor partir del marco de referencia que, efectivamente, utiliza el público de un país y no autoengañarse eligiendo un marco de referencia poco realista solo porque la imagen del país quede relativamente mejor parada.

Podemos elegir un marco de comparación u otro al plantear la discusión sobre la reputación española, el prestigio español,

la “marca España”, etc., pero los marcos de referencia relevantes, los que efectivamente utilizan el público y las elites, vienen en gran medida dados y están relativamente acotados. Quizá tenga sentido referirse a la reputación de España *en el mundo* cuando tratamos temas como las inversiones extranjeras a largo plazo, el turismo internacional, el patrimonio cultural de la humanidad, el comercio internacional o cuestiones afines. Sin embargo, no es probable que lo tenga cuando se tratan asuntos como la crisis de la deuda soberana en la eurozona.

3.2. Las dimensiones de la imagen de un país tienen cierta coherencia, pero no es absoluta

Al evaluar el prestigio o la reputación de un país, lo normal es que vengan a la mente distintos aspectos de aquellos: su potencia económica, su régimen político, su presencia política internacional, su presencia cultural internacional (literatura, música, cine...), su clima, el país como destino turístico, lo que sabemos de su historia, entre otros. No es improbable que converja nuestra evaluación de bastantes de ellos, que formarían un haz relativamente coherente, pero al que no pertenecerían necesariamente todos los atributos.

La coherencia tendrá un importante componente objetivo, pero también estará, en parte, impuesta subjetivamente por quien evalúa. Desde el primer punto de vista, como regla general, en la actualidad, los países más avanzados económicamente son también los más innovadores tecnológicamente, son democracias, normalmente de bastante calidad, y, entre otras características, sus sociedades cuentan con niveles de desigualdad tolerables, comparativa e históricamente hablando. Que Suecia u Holanda ocupen lugares elevados en escalas europeas de reputación política, económica, tecnológica, de calidad de productos, de modelo de sociedad, etc., tendría mucho que ver con que, efectivamente, se trata de economías modernas, con bastante innovación tecnológica, con empresas multinacionales de alto valor añadido, con sociedades bastante cohesionadas, etcétera.

Una parte de esa coherencia, sin embargo, se debe a factores subjetivos. Nuestras creencias sobre el mundo tienden a estructurarse de

manera coherente, y nuestra percepción tiende a imponer coherencia, incluso, a informaciones contradictorias (Jervis 1976: 117 y ss.). Quizá tenemos una imagen genérica o difusa de, por así decirlo, el nivel de civilización de un país, o la medida en que es un país avanzado, y la proyectamos en los distintos aspectos de su realidad que consideramos. O quizá tenemos una imagen más nítida de alguno de esos aspectos, que consideramos fundamental, y la proyectamos en la evaluación de los otros⁵. También puede influir el encasillar a un país en un grupo de países del que tenemos cierto conocimiento.

La relevancia para la imagen general de un país de cada uno de los aspectos que la conforman puede variar según el país evaluado, según quién evalúa y según el momento en que se produce la evaluación. Cuando se pregunta por Estados Unidos es relativamente fácil que venga a la mente la cuestión del poderío militar, la presencia internacional o el mero tamaño del país. Cuando se pregunta por España es difícil que vengan a la mente esos temas, simplemente porque no destaca internacionalmente en ninguno de esos aspectos.

El relieve de unos u otros aspectos también depende del país desde el que se emite la opinión. Es probable que en la percepción que tienen de otros países los habitantes de países desarrollados (EEUU, países de Europa Occidental...) pesen, sobre todo, algunos aspectos (nivel económico, nivel tecnológico y presencia internacional, probablemente), en cuyo peso es difícil encontrar mucha variación. Sin embargo sí puede darse en el peso de otros, tales como la calidad de las instituciones públicas, los estilos de vida, las aportaciones culturales, y, sobre todo, en aspectos como las características de la vida de ocio y la calidad del entorno natural. En las estimaciones de reputación que hacen los habitantes de los países del G8 (Alemania, Canadá, EEUU, Francia, Italia, Japón, Reino Unido y Rusia) en los estudios del Reputation Institute, los tres últimos aspectos son los que menos pesan en la reputación total. Sin embargo, admiten variaciones sustantivas, en las que no entramos ahora.

Por último, la relevancia de cada una de las dimensiones varía según el contexto,

⁵ Lo que los psicólogos denominan “efecto halo” (Jervis, 1976: 120).

en particular, según el contexto económico. Quizás en momentos de bonanza económica la imagen general de un país como España se beneficie de su buena evaluación en aspectos como su entorno natural, las oportunidades de ocio o sus aportaciones culturales del pasado. Esos elementos de la reputación son interesantes desde el punto de vista del atractivo del país como destino turístico o residencial, o, a largo plazo, como parte sustancial de un modelo de crecimiento sostenible. Sin embargo, en un momento de crisis que requiere de soluciones colectivas a las que cada país ha de contribuir de un modo u otro, esos aspectos importan bastante menos y adquieren relieve otros como el tipo de instituciones de un país o la confianza que despiertan sus ciudadanos en general. En una situación así las preguntas clave no son ¿qué tal se vive en España? ni ¿es España un país rico? o ¿es España un país con un estado de bienestar amplio? No, las preguntas clave que se plantean nuestros socios europeos son del tipo siguiente: ¿es España un socio fiable? ¿cumple sus compromisos? ¿aplica sus planes de austeridad? ¿sus cuentas públicas son fiables? ¿está dispuesta a aportar su contribución a los bienes colectivos europeos? ¿es capaz de hacerlo? ¿es capaz de tomar las riendas de su destino? En un momento decisivo como el actual se revela probablemente el núcleo duro de la reputación, que tiene que ver, creemos, con la confianza que despierta el país, por su trayectoria pasada, por el funcionamiento de sus instituciones y la trama de virtudes y defectos que subyace al comportamiento habitual de sus agentes públicos y privados.

3.3. Lo duradero de los estereotipos

Las creencias sobre la confianza que despierta un país deben de tener un referente objetivo actual importante, pues, como veremos, los juicios emitidos por países que pueden llegar a ser bastante distintos no se apartan demasiado. Sin embargo, también pueden reflejar trayectorias pasadas, pues las creencias cambian lentamente, y tardan en acomodarse a informaciones que las desmienten.

En general, los individuos tendemos a encajar la nueva información que nos llega en nuestras creencias, prejuicios, esquemas conceptuales, etc., de tal modo que aunque

parezca contradecirlos, en el fondo, los refuerza⁶. La manera más habitual de hacerlo es quedarse solo con parte de la información, la que nos confirma en lo que creemos, y prescindir de la contradictoria, desestimándola o, incluso, no percibiendo que está ahí. En general, cuesta mucho que la “realidad” se imponga y nos haga cambiar de idea. Algo así debe de ocurrir con la imagen que tenemos de otros países, que tenderá a confirmarse tanto en lo que tiene de positiva como en lo que tiene de negativa, quizá más respecto de lo segundo, en la medida en que estamos más predispuestos a prestar más atención a las amenazas que a las oportunidades (Kahneman, 2011: 301-302).

Si acaso, la llegada constante de información que contradiga alguno de los elementos que forman esa imagen puede reducir su relevancia relativa en la imagen general, quedando, por así decirlo, en suspenso. Imaginemos que los alemanes tienden tradicionalmente a confiar poco en los griegos (en su gobierno, en sus empresas, en su ciudadanía...). Durante un tiempo pueden recibir información que debiera hacerles dudar de dicha creencia: se comportan como un miembro más de la Unión Europea, “hacen sus deberes” e ingresan en la moneda única, su economía crece, aparentemente, sin desequilibrios notables, sus cuentas públicas están saneadas, etc. A lo largo de ese tiempo quizá aumente la confianza en los griegos, aunque es improbable que lo haga tanto como para alterar sustancialmente el *ranking* de confianza de los alemanes, o quizá dicha confianza pierda relieve en la imagen general del país. Sin embargo, esa desconfianza tradicional reemergerá rápidamente en circunstancias como las actuales: las cuentas del estado griego no eran de fiar, su economía tenía muchos desequilibrios que los aparentes, el gobierno (y el país) no parece capaz de cumplir los compromisos adquiridos para recibir ayuda de sus socios europeos, etc. Algo parecido cabría decir, con las correspondientes matizaciones, sustantivas, de lo que creen los alemanes respecto de españoles e italianos.

Así pues, superar los recelos tradicionales de las opiniones públicas de otros países es complicado, especialmente si con cierta frecuencia encuentran información actualizada

⁶ Ello es producto de nuestro “sesgo de confirmación”, tal como lo denominan los psicólogos cognitivos. Véase Lord, Lepper y Ross (1979).

que los confirma, y más todavía si se da en circunstancias críticas, en las que es más probable que se revelen con más nitidez las fortalezas y debilidades de los países en cuestión.

4. LA REPUTACIÓN DE ESPAÑA Y LOS PAÍSES DE EUROPA DEL SUR: CONTEXTO Y ELEMENTOS

Los estudios más completos de los que disponemos acerca de la imagen exterior de España son los elaborados por el Reputation Institute⁷. En lo fundamental, se basan en una encuesta *online* anual a muestras de poblaciones de los países del llamado G8 (Alemania, Canadá, EEUU, Francia, Italia, Japón, Reino Unido y Rusia) que se viene celebrando desde 2008. En cada país se pregunta por un listado variable de países (cincuenta en la edición de 2012), por el procedimiento de repartirlo entre submuestras, de manera que se cuenta con cerca de cien evaluaciones anuales por país. A cada “evaluador” se le pregunta por un conjunto de atributos relacionados con la reputación del país, que han ido creciendo desde los nueve de 2008 hasta los dieciséis de 2011 y 2012. Más adelante nos ocuparemos con detalle de esos atributos, que van desde el entorno natural hasta el económico, pasando por el institucional o político. Con las respuestas a las preguntas por esos atributos se construye, mediante un análisis factorial, un índice, con valores de cero a cien, que es el utilizado para elaborar los *rankings* de reputación.

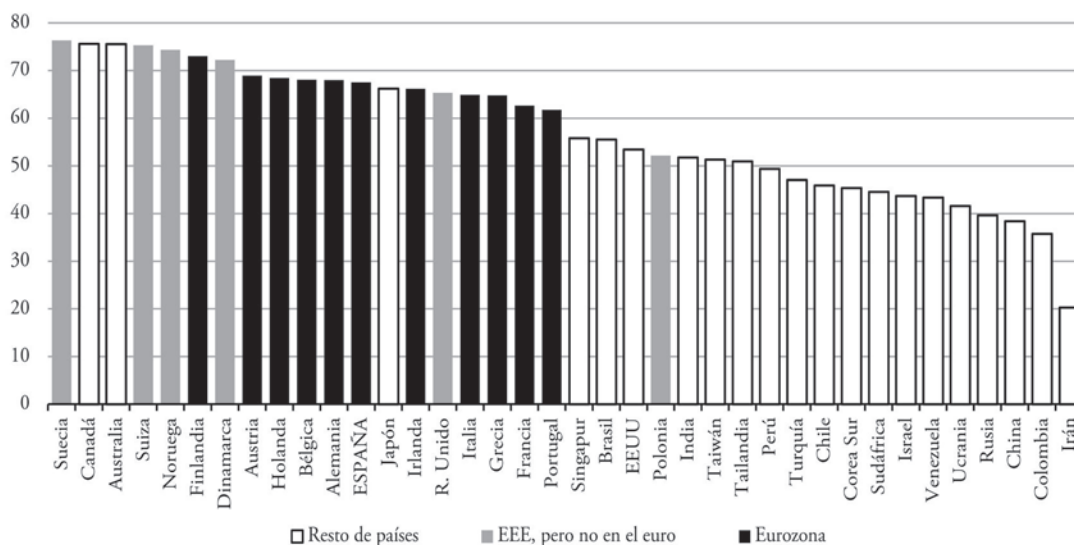
4.1. El contexto comparativo de la reputación

En el análisis siguiente utilizamos los datos de 2010, pues la publicación que los recoge es la más completa. Como puede comprobarse en el gráfico 1, entre los 38 países de los cinco continentes cuya reputación se evaluó, España, con un índice de 67,5 puntos, ocupaba el duodécimo lugar, situándose apenas por debajo de Alemania (68,0) y apenas por encima de Japón (66,2). No parece mala

⁷ Los datos necesarios para nuestro trabajo los hemos obtenido de Noya Miranda y Prado Abuín (2010) y Reputation Institute (2012).

GRÁFICO 1

PAÍSES DEL MUNDO (2010). ÍNDICE DE REPUTACIÓN (0 A 100)



Fuente: Elaboración propia con datos de Noya Miranda y Prado Abuín (2010).

compañía, y tampoco parece negativo estar situado en el tercio superior del *ranking*.

Sin embargo, ¿es el conjunto de países del mundo el marco de referencia de nuestros socios europeos o de los inversores internacionales? Cuando en los medios de comunicación internacionales se habla de la prima de riesgo, no se introducen todos esos países en la discusión. Más bien se limita a países europeos y, más en concreto, a países de la Unión Monetaria. Si nos limitamos, igualmente, a un conjunto de países europeos de esa muestra, los del Espacio Económico Europeo con datos, la posición de España ya no es tan destacada, pues se sitúa en el puesto décimo de diecisiete países, en la segunda mitad de la lista. Si solo tenemos en cuenta los países de la zona euro con datos, la posición relativa es parecida: sexto de once países.

4.2. Los aspectos de la reputación

Que la posición española no sea más baja se debe, sobre todo, a tres de los atributos que se utilizan para elaborar el índice de reputación, el *entorno natural* (es decir, el grado de acuerdo

con la frase: “es un bello país: cuenta con un atractivo entorno natural”), el de *ocio y entretenimiento* (“es un país agradable: ofrece una gran variedad de experiencias atractivas, como cultura, gastronomía, deporte y entretenimiento”) y el de *estilo de vida* (“ofrece un estilo de vida atractivo: la gente disfruta viviendo allí”). En los demás aspectos, la posición española es más dudosa, cuando no claramente baja.

Como se ve en el cuadro 1, España destaca como uno de los países juzgados más positivamente en los aspectos de la reputación más ligados a considerarlos como posibles destinos turísticos o residenciales. Obtiene una puntuación de 77,1 en el atributo que mide las oportunidades de ocio y entretenimiento, situándose en el segundo lugar de la lista, casi sin distinguirse de Italia (77,9). También ocupa un lugar destacado, el cuarto, con un índice de 72,9, en la lista de países según la evaluación de lo atractivo que es el estilo de vida de sus habitantes, un estilo que, diríamos, se espera compartir en visitas turísticas o si se traslada la residencia a territorio español. En el mismo sentido, España se sitúa en la mitad

CUADRO 1

CUATRO ASPECTOS DE LA REPUTACIÓN “POSITIVOS” PARA ESPAÑA: CALIDAD DE VIDA (2010) (*)

<i>Ocio y entretenimiento (“es un país agradable: ofrece una gran variedad de experiencias atractivas como cultura, gastronomía, deporte y entretenimiento”)</i>		<i>Estilo de vida (“ofrece un estilo de vida atractivo: la gente disfruta viviendo allí”)</i>		<i>Cultura (“contribuye de forma considerable a la cultura global: allí nacieron muchos artistas, científicos, inventores, escritores, deportistas y políticos muy conocidos”)</i>		<i>Entorno natural (“es un bello país: cuenta con un atractivo entorno natural”)</i>	
Italia	77,9	Suiza	76,0	Suiza	83,8	Italia	71,5
España	77,1	Suecia	75,5	Noruega	80,9	Francia	71,2
Francia	75,6	Noruega	73,1	Suecia	80,4	R. Unido	71,1
Suiza	75,4	España	72,9	Irlanda	79,4	Alemania	70,4
Grecia	73,9	Dinamarca	72,5	Grecia	79,2	Suecia	68,1
Noruega	73,6	Italia	71,4	Finlandia	78,9	España	66,9
Suecia	73,6	Finlandia	71,0	Italia	78,9	Austria	66,2
Austria	73,0	Austria	69,7	Austria	78,5	Suiza	65,6
Finlandia	71,8	Holanda	69,5	España	78,1	Noruega	65,6
Dinamarca	71,2	Francia	69,2	Dinamarca	76,1	Dinamarca	65,4
Irlanda	71,1	Alemania	68,4	Francia	76,0	Holanda	65,1
Alemania	70,5	Bélgica	67,8	Holanda	73,3	Grecia	64,2
Holanda	70,5	Grecia	66,0	Alemania	72,1	Finlandia	63,9
R. Unido	69,2	Irlanda	65,8	Portugal	70,9	Bélgica	62,5
Bélgica	69,1	R. Unido	65,3	R. Unido	70,8	Irlanda	62,3
Portugal	68,0	Portugal	63,1	Bélgica	70,3	Portugal	56
Polonia	56,1	Polonia	47,0	Polonia	61,5	Polonia	51,3

(*) Las puntuaciones de cada país en cada atributo son la media de las puntuaciones otorgadas por las poblaciones de cada país del G8.

Fuente: Elaboración propia con datos de Noya Miranda y Prado Abuín (2010).

superior de la lista en lo tocante al atractivo de su medio natural, en el sexto puesto, con una puntuación de 66,9. Por último, recibe una puntuación muy destacable (78,1) en cuanto a su contribución a la cultura global, si bien tan solo le sirve para situarse justo en la mitad de la clasificación.

En el cuadro 2 recogemos la evaluación de tres aspectos de la reputación ligados a la calidad de la vida política y del gobierno de los países. En todos ellos la posición española se aproxima a niveles bajos, algo por encima de otros países del sur de Europa y claramente por encima del único de la antigua Europa del Este del que contamos con datos, Polonia. Por el desarrollo de un *sistema de bienestar*

que alcance a todos los ciudadanos, el índice de reputación español sería de un 61,7, quizá por debajo de la media, si bien no tan distinto del de países como Francia (62,6) o el Reino Unido (62,5). Ese valor la sitúa en la duodécima posición, a una distancia considerable de los países nórdicos (y Suiza) con puntuaciones superiores a setenta.

La misma posición, la duodécima, ocupa España en la lista de países según quedan evaluados respecto de su participación adecuada (“buenas causas”) en la escena internacional y el *respeto internacional* que se les reconoce. Su puntuación es de 61,4, similar a la de sus inmediatos antecesores (Francia, 62,9; Bélgica, 63,1), pero alejada de la cabeza ocupada por Suecia (71,7) y Alemania (69).

CUADRO 2

TRES ASPECTOS DE LA REPUTACIÓN NO TAN POSITIVOS PARA ESPAÑA: CALIDAD DE LA VIDA POLÍTICA (2010) (*)

<i>Bienestar social</i> (“ha adoptado políticas progresivas de carácter social y económico: se preocupa por mejorar el bienestar de todos sus ciudadanos”)		<i>Respeto internacional</i> (“es un participante responsable en la comunidad global: apoya buenas causas y sus líderes son respetados internacionalmente”)		<i>Entorno institucional / político</i> (“está dirigido por un gobierno eficaz: cuenta con una estructura bien desarrollada de instituciones políticas y legales”)	
Suecia	74,2	Suecia	71,7	Suiza	73
Noruega	72,8	Alemania	69	Suecia	72,7
Suiza	72	Dinamarca	68,8	Noruega	70,1
Dinamarca	71,7	Noruega	68,5	Dinamarca	69,4
Finlandia	70,6	Finlandia	67,7	Finlandia	68,8
Alemania	68,7	Suiza	67,5	Alemania	68,6
Holanda	68,7	Holanda	66,2	Holanda	66,4
Bélgica	65,2	R. Unido	64,9	Austria	63,4
Austria	64,3	Bélgica	63,8	R. Unido	63,4
Francia	62,6	Austria	63,1	Bélgica	62,7
R. Unido	62,5	Francia	62,9	Francia	59,3
España	61,7	España	61,4	España	58,9
Irlanda	60,7	Irlanda	58,8	Irlanda	57,8
Italia	57,7	Italia	57,7	Portugal	55,5
Portugal	55,7	Portugal	54,6	Italia	52,9
Grecia	53,4	Grecia	52,4	Grecia	50,1
Polonia	47,1	Polonia	45,9	Polonia	44

(*) Las puntuaciones de cada país en cada atributo son la media de las puntuaciones otorgadas por las poblaciones de cada país del G8.

Fuente: Elaboración propia con datos de Noya Miranda y Prado Abuín (2010).

La distancia con los líderes del grupo es mayor en lo tocante a la evaluación de la *calidad y la eficacia de las instituciones políticas y legales*. La puntuación de España, un 58,9, la coloca en la plaza duodécima, muy cerca de Francia (59,3) e Irlanda (57,8), pero lejos de Suiza (73) o Suecia (73,7).

A simple vista puede comprobar el lector que la jerarquización de los países según la evaluación de distintos aspectos de la vida política no cambia mucho. Clasificaciones muy parecidas nos encontramos cuando consideramos la evaluación de la vida económica (cuadro 3). De todos modos, el acercamiento de España a los lugares bajos de la clasificación es más nítido. En lo tocante a la *calidad de los productos y servicios* España ocupa la posición decimocuarta, con una puntuación de 60,3.

La puntuación también es baja (58) al considerar a España como un *entorno económico* favorable para hacer negocios, aunque su posición no lo es tanto (duodécima). También es baja la puntuación en lo que se refiere a contar con *marcas conocidas*, un 57,3, que deja a España en la decimotercera posición. Por último, España ocupa la decimocuarta posición en la evaluación de su *capacidad tecnológica* y de innovación, con una puntuación de 53,5.

Las puntuaciones de España en cuanto a la calidad de la vida económica son parecidas a las de Irlanda. Son claramente, y previsiblemente, inferiores a las de Italia en dos aspectos, el de la calidad de los productos y el de las marcas conocidas. Los índices españoles suelen ser superiores a los de Portugal (salvo en el aspecto del entorno económico favorable) y,

CUADRO 3

CUATRO ASPECTOS DE LA REPUTACIÓN NO TAN POSITIVOS PARA ESPAÑA: CALIDAD DE LA VIDA ECONÓMICA (2010) (*)

<i>Calidad de productos y servicios ("produce bienes y servicios de alta calidad")</i>		<i>Entorno económico ("ofrece un entorno favorable para hacer negocios: cuenta con una economía estable de bajo riesgo y con una infraestructura desarrollada")</i>		<i>Marcas y empresas reconocidas ("tiene muchas marcas conocidas: es el país de origen de muchas empresas punteras")</i>		<i>Tecnología / innovación ("es tecnológicamente avanzado: está entre los primeros países en crear y comercializar nuevas tecnologías")</i>	
Alemania	74,7	Suiza	74,4	Alemania	73,1	Alemania	71,2
Suiza	74,2	Suecia	70,7	Suiza	70,9	Suecia	68,7
Suecia	72,1	Noruega	69	Suecia	69,1	Suiza	67,7
Finlandia	68,6	Dinamarca	68,3	Italia	68,8	Noruega	65,9
Noruega	67,9	Finlandia	68,1	Francia	67,9	Finlandia	65,9
Dinamarca	67,5	Alemania	67,5	R. Unido	65,3	Dinamarca	64,5
Francia	66,6	Holanda	65,3	Finlandia	62,9	Holanda	62,3
Italia	66,4	Austria	64,7	Noruega	62,4	R. Unido	62,1
R. Unido	65,5	R. Unido	63,7	Dinamarca	61,8	Bélgica	60,4
Holanda	65,3	Bélgica	63,5	Holanda	60,7	Francia	59,7
Bélgica	64,4	Francia	60	Austria	59,2	Austria	59,7
Austria	63,8	España	58	Bélgica	58,5	Italia	56,2
Irlanda	61	Irlanda	57,9	España	57,3	Irlanda	54,8
España	60,3	Portugal	57,4	Irlanda	55,3	España	53,5
Portugal	53,1	Italia	53,1	Portugal	48,9	Portugal	48,1
Grecia	52,7	Grecia	49,8	Grecia	47,7	Grecia	46,1
Polonia	44,7	Polonia	45,5	Polonia	40,5	Polonia	40,6

(*) Las puntuaciones de cada país en cada atributo son la media de las puntuaciones otorgadas por las poblaciones de cada país del G8.

Fuente: Elaboración propia con datos de Noya Miranda y Prado Abuín (2010).

especialmente, Grecia. Es decir, no es impensable situar el caso español en el marco de los países de Europa del Sur (más Irlanda), pero hay que admitir una notable diversidad interna. En cualquier caso, esa diversidad interna palidece ante la distancia de España (o de ese grupo de países) y la primera posición en cada *ranking*, que ronda los quince puntos.

4.3. Una construcción más restringida de la reputación

En realidad, como sugieren los cuadros, si limitamos nuestra atención a los países europeos

del EEE, no todos los aspectos de la reputación tal como los entiende el Reputation Institute son igualmente coherentes entre sí. Si aplicamos a las puntuaciones recogidas en los cuadros anteriores la técnica de los componentes principales⁸, comprobamos que una gran parte de la varianza (77,1 por ciento) de las puntuaciones la explica un primer componente (un primer factor subyacente, por así decirlo), con el que están muy correlacionados todos los as-

⁸ Análisis basado en una matriz de correlaciones, con un máximo de 25 iteraciones para la convergencia, sin rotación, y recogiendo información de los factores cuyo autovalor es superior a 1.



pectos de la reputación menos el del entorno natural, el del ocio y el entretenimiento y el cultural, cuyas correlaciones con el primer componente son mucho más reducidas. Sin embargo, esos tres aspectos, especialmente los dos primeros, están claramente correlacionados con el segundo componente, que solo explica un 13,8 por ciento de la varianza.

Un indicador restringido de reputación construido con la media de las variables que más pesan en el primer componente sería más relevante para los temas que estudiamos aquí. Según dicho indicador, España, con una puntuación de 60,5, ocuparía el lugar decimotercera (y no el décimo) de los diecisiete países del EEE con datos, formando grupo con Italia (61,1) e Irlanda (59,0). Superaría a Portugal, Grecia y Polonia, pero estaría todavía más alejada de los puestos de cabeza que con el indicador lato de reputación.

5. ES CUESTIÓN DE CONFIANZA, NO DE AFINIDAD O SIMPATÍA MUTUA

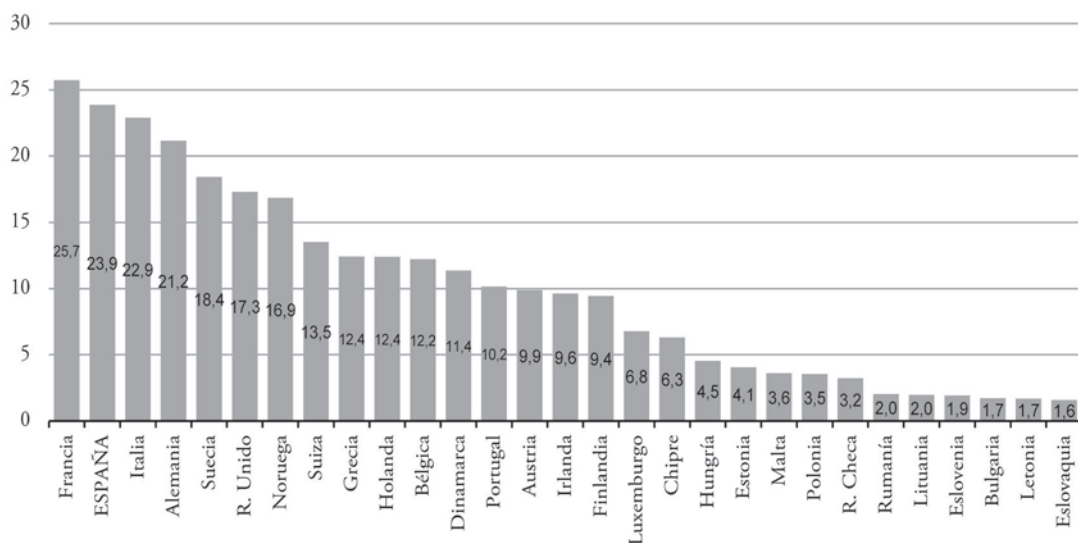
La reputación, entendida en un sentido restringido como la condensación de juicios acerca de la calidad de la vida política y económica de un país, puede entenderse, desde otra perspectiva, como la base de la confianza que tienen los habitantes de otros países en aquel. Aunque debe de haber algún componente de afinidad o de simpatía mutua en la reputación, creemos que es menor.

5.1. Grado de afinidad

En varios Eurobarómetros relativamente recientes se ha preguntado a los europeos por

GRÁFICO 2

AFINIDAD MEDIA DE LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA HACIA PAÍSES DEL EEE MEDIDA EN EL EUROBARÓMETRO 60.1 (2003) (*)



(*) Media de los porcentajes de encuestados de cada país que se sienten afines o unidos con cada uno de los demás países europeos. La pregunta fue: "¿con cuáles de los siguientes países/regiones siente más afinidad?". Los encuestados respondieron a partir de una lista mostrada en una tarjeta.

Fuente: Elaboración propia con datos de European Commission (2003).

la simpatía o la afinidad que sienten con otros países. Los resultados, en términos de la gradación de los países desde los más mencionados como afines hasta los menos mencionados, son parecidos. Para nuestro análisis hemos preferido los datos del Eurobarómetro 60.1, con trabajo de campo en octubre-noviembre de 2003, en el que se pidió a los entrevistados que eligieran de una lista de países, casi todos europeos, aquellos con quienes sintieran más afinidad⁹. Hemos calculado la media de las menciones que efectúan los entrevistados pertenecientes a la UE-15 a cada país del EEE evaluado. Los resultados se recogen en el gráfico 2.

En los primeros lugares se sitúan los países más grandes de la UE-15 (Francia, España, Italia, Alemania y Reino Unido), si descontamos la presencia de Suecia. Da la impresión, por tanto, de que puestos a imaginar la afinidad con otros pueblos, resulta más fácil hacerlo con aquellos que, por su tamaño y/o por su relevancia histórica o actual, son más fáciles de recordar o son, sencillamente, más conocidos. De todos modos, hay un componente cultural o, quizás, geopolítico, en la clasificación. Siendo este resultado de las evaluaciones efectuadas por ciudadanos de países de la UE-15 es esperable que en los primeros tres quintos de la clasificación se sitúen, efectivamente, países de lo que antes conocíamos como Europa Occidental, y que en los dos quintos restantes aparezcan, sobre todo, países de lo que antes denominábamos Europa Oriental.

Es bastante evidente que la clasificación resultante de la proyección de sentimientos de afinidad del conjunto de la UE-15 tiene poco que ver con las dos clasificaciones de reputación (en sentido amplio y en sentido estricto) que hemos visto más arriba. De hecho, las correlaciones lineales de la medida de afinidad de 2003 con las de reputación de 2010, tanto en sentido amplio como en sentido estricto, además de no ser estadísticamente significativas, adoptan unos valores mínimos: $r=0,20$ para la reputación en sentido amplio, $r=0,41$ en sentido estricto. Más interesante para entender qué pueden significar las proclamas de afinidad es observar cómo correlacionan

⁹ Lo hemos preferido, en particular, al Eurobarómetro 73.3, de 2010 (European Commission 2010), porque en este último el número de menciones a cada país es mucho más bajo y las diferencias se perciben peor.

con los distintos aspectos de la reputación medidos en 2010. La correlación más alta se da con el aspecto de la presencia cultural, actual e histórica, de los países ($r=0,81$), lo que apuntaría a la relevancia de la hipótesis del conocimiento por el mayor tamaño y, lógicamente, por el mayor protagonismo histórico. Que la correlación también sea notable con el aspecto del ocio y el entretenimiento ($r=0,69$) abunda en el argumento anterior (se conoce más a los países que son destino turístico preferente), así como el que lo sea con el aspecto reputacional de las marcas conocidas ($r=0,66$).

5.2. Cuestión de confianza

La reputación, en el sentido restringido en que la entendemos, no es cuestión, pues, de afinidad. Lo es, más bien, de confianza. Son, en gran medida, dos caras de la misma moneda. Lo podemos comprobar utilizando el Eurobarómetro 47.0, de enero-febrero de 1997, con cuya base de datos podemos examinar el grado de confianza mutua entre los europeos de la UE-15. Aunque contamos con varios Eurobarómetros anteriores al 47.0 que miden, de una forma u otra, cuánto confían los europeos en los nacionales de otros países¹⁰, no contamos con datos posteriores a 1997, pues han dejado de plantearse las preguntas correspondientes. De todos modos, las cifras relativas no han debido de cambiar mucho en los tres últimos lustros, del mismo modo que cambiaron poco en los anteriores, excluyendo variaciones que tienen que ver con la coyuntura de la discusión pública europea¹¹.

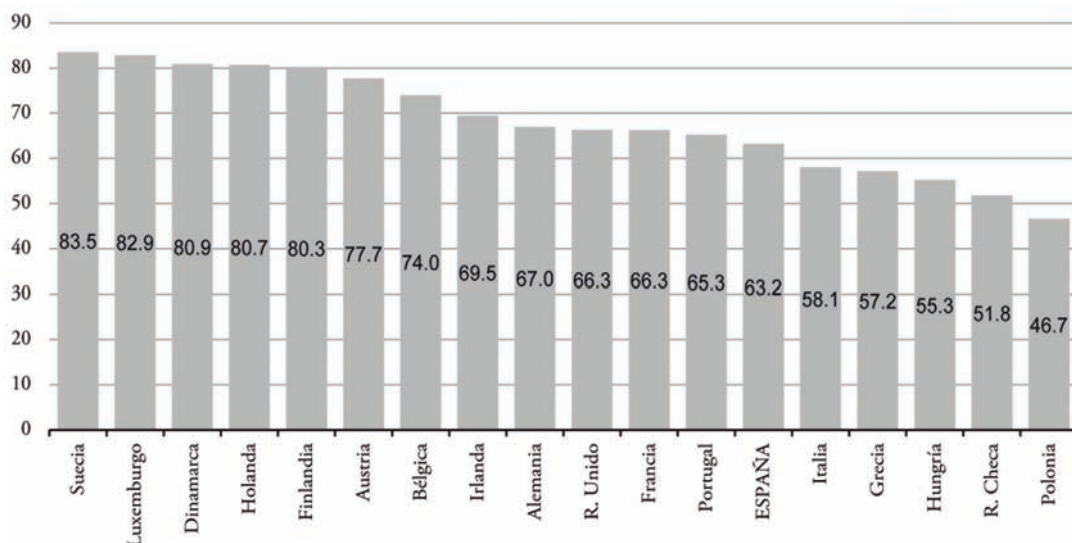
En el Eurobarómetro 47.0 los encuestados habían de responder si tendrían a tener confianza o a no tenerla en los nacionales de una lista de veinte países, casi todos europeos. Como indicador de confianza hemos utilizado el porcentaje que en cada país responde que

¹⁰ Los más útiles, en la medida en que se plantea la pregunta de la confianza a un número amplio de países son los siguientes Eurobarómetros: el número 25, con trabajo de campo en 1986; el número 33, de 1990; el número 39, de 1993; y el 41.1, de 1994.

¹¹ Por ejemplo, si ponemos en relación la confianza media en los demás países de la Europa de los doce calculable en 1986 y esa confianza en 1997, medida de modo equivalente para esos doce países, pero evaluados por el conjunto de la Europa de los quince, obtenemos un coeficiente de correlación lineal de 0,96.

GRÁFICO 3

PAÍSES DEL ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO (1997). CONFIANZA MEDIA DEPOSITADA EN ELLOS POR LOS HABITANTES DE LA EUROPA DE LOS QUINCE (*)



(*) Véase el cálculo del indicador en el texto.

Fuente: Elaboración propia con el fichero de datos del Eurobarómetro 47.0 (European Commission 1997).

tiende a tener confianza en los nacionales de otro país, calculado sobre los que tienen opinión¹². Después, hemos calculado la media de esos porcentajes para cada país del EEE por el que se preguntó. Los resultados los recoge el gráfico 3.

En general, hay mayorías claras en los países de la UE-15 dispuestas a confiar en los nacionales de otros países europeos, salvo en el caso de tres países de la antigua Europa Oriental. Sin embargo, esas mayorías pueden llegar a ser bastante distintas. La media de confianza en Suecia es del 83,5 por ciento, mientras que la media de Italia es del 58,1 por ciento. España, con un 63,2 por ciento, se sitúa en el puesto decimotercero de dieciocho países, relativamente cerca de otros países de la Europa mediterránea. Las primeras posiciones las ocupan países nórdicos (Suecia, Dinamarca, Finlandia) o centroeuropeos (Luxemburgo, Holanda).

La asociación entre la reputación en sen-

¹² Excluimos, por tanto, a los que no contestan o no saben qué responder. Incluirlos distorsionaría mucho los porcentajes, haciéndolos incomparables, ya que la tasa de ausencia de respuesta varía mucho por países.

tido restringido medida en 2010 y la confianza medida en 1997 es bastante nítida ($r=0,82$).

6. LA CONFIANZA EN UN PAÍS VARÍA SEGÚN QUIÉN EVALÚE, PERO HAY UN CONSENSO BÁSICO EN EUROPA

6.1. Variaciones

El juicio sobre la reputación de un país o sobre la confianza que merece puede variar según el país de origen de quien lo emite. A continuación mostramos dichas variaciones para el caso de la confianza entre los europeos medida en 1997, pero argumentamos que a esas variaciones les subyace un consenso básico bastante extendido. Nos centramos en los datos de confianza mutua de 1997 porque nos permiten incluir en el análisis, como evaluadores, a todos los países de la UE-15, mientras que los datos de reputación están limitados a los países del G8, no todos europeos.

En el cuadro 4 se recoge el porcentaje de entrevistados de cada país de la UE-15 que afirmaba en 1997 tener confianza en los nacionales de otros países europeos. Si nos centramos en España, observamos que no es la misma la confianza depositada en los españoles por los griegos, quienes la sitúan en el primer lugar de sus preferencias, que la depositada por los suecos, que la colocan en decimoquinto lugar (de diecisiete posibles). Los países que más parecían fiarse de los españoles, siempre en térmi-

crisis de la deuda pública actual, ocurría algo parecido. La posición de Italia era relativamente buena en Grecia (6) y España (8), pero muy dudosa en los Países Bajos (17), Suecia (16), Dinamarca (16), Finlandia (15), Austria (14) y Alemania (14). Sin embargo, con Grecia, el consenso desconfiado estaba mucho más extendido. Ocupaba la posición decimo-cuarta o inferior en ocho países y en ninguno mejoraba la posición décima, ni siquiera en otros países de la Europa mediterránea.

CUADRO 4

PAÍSES DE LA UE-15 (1997). PORCENTAJE QUE TIENDE A CONFIAR EN LOS NACIONALES DE OTRO PAÍS EUROPEO (*)

	Ale.	Fra.	Bél.	Hol.	Ita.	Lux.	Din.	Irl.	R. U.	Gre.	Esp.	Por.	Fin.	Sue.	Aus.	Media
Suecia	87,4	85,2	84,0	97,6	77,0	78,0	92,1	90,5	89,6	58,4	83,4	68,3	89,1		88,1	83,5
Luxemburgo	85,7	90,0	91,4	96,3	78,5		89,6	87,6	80,4	43,8	81,2	70,1	83,9	91,5	90,1	82,8
Dinamarca	86,2	84,0	83,4	97,2	78,1	81,3		88,0	87,4	39,4	80,6	61,1	88,2	96,1	81,1	80,9
P. Bajos	77,9	80,4	79,8		80,3	86,5	91,3	88,7	86,9	39,5	84,5	68,8	85,3	91,5	88,6	80,7
Finlandia	81,7	84,8	82,7	95,2	73,5	74,4	90,7	87,1	87,2	48,9	77,4	63,7		94,7	82,0	80,3
Austria	80,1	76,7	78,4	80,6	63,7	80,6	89,7	88,8	80,9	44,5	76,5	63,3	88,6	95,7		77,7
Bélgica	77,7	87,3		82,7	71,6	62,8	76,1	86,5	77,3	43,2	77,3	49,7	80,2	83,5	80,6	74,0
Irlanda	64,7	74,3	70,6	81,9	63,7	65,5	78,0		71,9	46,7	68,2	56,5	77,6	89,2	63,6	69,4
Alemania		73,4	69,4	75,4	58,5	77,0	82,9	65,8	45,4	29,9	69,4	50,5	72,1	80,4	88,2	67,0
R. Unido	59,9	51,6	68,3	80,0	64,7	64,8	89,5	69,1		29,3	47,7	66,7	84,7	93,5	58,5	66,3
Francia	78,8		74,7	55,0	70,7	74,3	66,6	82,1	49,3	46,8	55,8	67,6	76,7	73,3	55,8	66,2
Portugal	65,4	70,9	61,7	75,1	63,4	60,9	62,5	76,9	73,9	53,6	66,7		56,8	71,7	54,2	65,3
España	69,4	75,2	64,5	63,8	75,2	69,2	60,7	66,5	55,9	59,0		53,5	48,5	64,6	58,8	63,2
Italia	59,4	66,7	53,9	44,7		62,0	50,3	71,5	61,1	46,7	72,6	60,6	49,0	63,4	50,8	58,1
Grecia	67,0	59,6	53,4	54,0	55,8	49,6	53,5	62,3	55,8		63,3	49,7	58,6	65,3	52,4	57,2
Hungría	52,2	55,1	38,6	64,8	48,2	42,1	58,5	68,6	67,2	38,5	59,2	45,5	71,1	71,5	48,1	55,3
R. Checa	38,7	49,8	37,6	63,7	45,4	39,7	59,9	62,7	64,7	42,2	64,0	46,5	61,4	71,3	29,7	51,8
Polonia	22,7	54,5	38,3	56,3	48,7	33,8	49,5	70,5	70,4	39,3	57,6	38,3	45,9	51,7	22,4	46,7

(*) Los porcentajes están calculados excluyendo a los que no tienen opinión ("no saben").

Fuente: Elaboración propia con el fichero de datos del Eurobarómetro 47.0 (European Commission 1997).

nos relativos¹³, eran Grecia (puesto 1), Italia (puesto 5), Francia (puesto 8) y Luxemburgo (puesto 8). Los que menos se fiaban eran Finlandia (puesto 16), Suecia (puesto 15), Reino Unido (puesto 14) e Irlanda (puesto 14). Con Italia, otro de los países más afectados por la

¹³ No tiene demasiado sentido comparar los porcentajes de confianza en un país obtenidos en distintos países, pues los niveles medios de confianza en los extranjeros pueden variar sustancialmente.

En el extremo opuesto, entre los que despiertan la máxima confianza en sus socios europeos, se sitúan Suecia, Luxemburgo y Dinamarca. A Suecia la sitúan en primer lugar seis países, y en segundo lugar, tres, y ningún país la sitúa por debajo del cuarto puesto. Luxemburgo despierta algo menos de consenso, con cuatro primeros lugares y un segundo lugar, pero también un noveno puesto (Grecia) y dos sextos (Reino Unido y

Finlandia). El consenso sobre la fiabilidad de Dinamarca es aún menor: las posiciones más frecuentes son la tercera y la segunda, ambas en cuatro ocasiones, pero su rango llega tan bajo como la posición decimotercera (Grecia) o la octava (Portugal).

6.2. Consensos

Que, a pesar de la variación observable según el país evaluador descubramos, de manera impresionista, algunos consensos (la extendida alta confianza en Suecia, la extendida baja confianza en Grecia) sugiere que, tomadas en su conjunto, las opiniones medias de los quince países presentan más orden del aparente. Antes hemos utilizado una media de dichas opiniones como medida resumen. Ahora, para mostrar lo que entendemos como líneas básicas de la confianza entre países europeos, analizaremos una síntesis de la información del cuadro 4 elaborada con la técnica de los componentes principales¹⁴.

Aplicando dicha técnica obtenemos dos componentes, el primero de los cuales explica el 62,3 por ciento de la varianza de los datos, mientras que el segundo da razón del 13,3 por ciento. Una amplísima mayoría de las evaluaciones nacionales se correlacionan con fuerza con el primer componente, y por debajo de un coeficiente de correlación de 0,60 solo están las evaluaciones del Reino Unido (0,59), España (0,58), Portugal (0,54) y, especialmente, la de Grecia (-0,16). El primer componente representa el consenso general de la UE-15, aunque algo menos el de dos países del sur de Europa (España, Portugal) y uno anglosajón (Reino Unido) y de ningún modo la opinión de Grecia. El segundo componente recoge, sobre todo, opiniones de griegos (0,63), españoles (0,49) y franceses (0,44), ponderando negativamente las opiniones de los británicos (-0,56).

Las puntuaciones del primer componente para los países analizados presentan una distribución muy parecida a la del gráfico 3, lo que sugiere que la media era un buen resumen de la opinión de consenso entre los ciudadanos de la Europa de los quince.

¹⁴ Aplicamos el mismo procedimiento que el descrito en la nota 7.

7. ELEMENTOS OBJETIVOS DE LA REPUTACIÓN Y LA CONFIANZA

Más arriba hemos afirmado que los consensos internacionales en la opinión que se mantiene acerca de otros países tienen una base subjetiva y una objetiva. En lo tocante a la confianza que despiertan unos países europeos en otros, la base subjetiva tendrá que ver, probablemente, con criterios de juicio ampliamente compartidos. Hipotéticamente podrían ser criterios como los siguientes. Es mejor cumplir los compromisos que no cumplirlos. Es mejor una clase política no corrupta que una corrupta. Es mejor una clase política que rinde cuentas que una que escapa al escrutinio público y/o suele salirse con la suya. Es mejor una población trabajadora que una poco trabajadora. Es mejor que un sistema legal funcione adecuadamente que el que lo haga con deficiencias. Y así sucesivamente.

La base objetiva de la confianza vendría dada por la medida en que los países correspondientes satisfacen esos criterios de juicio, y estaría siempre mediada por posibles problemas de percepción de esa base objetiva. Por ejemplo, por ofuscaciones temporales o por estereotipos tradicionales que se resisten a cambiar a pesar de informaciones nuevas y sólidas que los contradigan.

A la vista de los datos que mostramos en esta sección, podemos afirmar que el componente objetivo de la imagen mutua de los países europeos es bastante consistente, al menos en lo que esa imagen tiene de comparación entre unos países y otros. Nuestra afirmación se basa en dos tipos de evidencia. Por una parte, las estimaciones de la reputación y de la confianza correlacionan claramente con indicios sólidos de diferencias reales entre países. Por otra, la evolución de la reputación de los países europeos a lo largo de la presente crisis se mueve en la línea esperable según su desempeño económico, público y privado.

7.1. Indicadores objetivos e imagen de los países europeos

Hemos considerado tres indicadores que deberían reflejar bastante objetivamente la

realidad política y económica de los países del EEE y que deberían relacionarse con claridad con los atributos de la reputación más vinculados a dichos aspectos de la realidad, así como a la confianza que despiertan unos países en otros.

Nivel de corrupción y reputación política y económica

Se trata, en primer lugar, de un indicador del nivel de corrupción de cada país. Lo elaboramos con datos del barómetro de la corrupción de Transparency International correspondiente a 2006, edición que preferimos por contener datos de un máximo de países del EEE. En dicho barómetro se pide a los encuestados que estimen, utilizando una escala del 1 (ninguno) al 5 (extremo) el nivel de corrupción existente en una serie de instituciones públicas o privadas de su país. Para cada

país contamos con la media para cada una de esas instituciones, con la que hemos calculado la media global correspondiente a las instituciones públicas, que interpretamos como una medida sólida de la corrupción percibida en la vida pública del país y como buen indicio de la realmente existente. Suponemos que cuanto mayor corrupción, peor es el funcionamiento de las instituciones estatales en sus diversas encarnaciones. Si eso es así, y los aspectos de la reputación vinculados al funcionamiento del estado reflejan suficientemente la realidad de los países evaluados, deberíamos observar correlaciones negativas y sustantivas entre dichos aspectos y nuestra medida de la corrupción pública. Así sucede, como se puede comprobar en el cuadro 5. Las correlaciones más altas parecen darse con los aspectos de entorno económico (-0,92), institucional (-0,92), de sistema de bienestar (-0,93), de respeto internacional (-0,91) y de nivel tecnológico (-0,89).

CUADRO 5

CORRELACIONES DE VARIOS INDICADORES DE LA CALIDAD DE LA VIDA POLÍTICA Y ECONÓMICA DE LOS PAÍSES DEL EEE CON LOS DISTINTOS INDICADORES DE REPUTACIÓN Y CONFIANZA

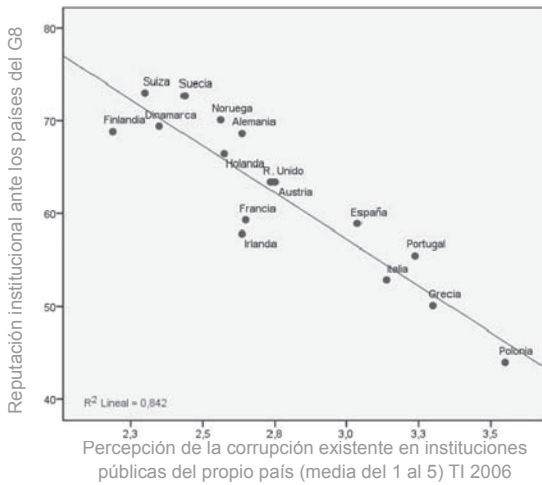
	<i>Corrupción en instituciones públicas (2006)</i>	<i>PIB per cápita (2010)</i>	<i>Innovation Union Scoreboard (2010)</i>
Entorno natural	-0,55*	0,61**	0,39
Ocio y entretenimiento	-0,39	0,44	0,27
Cultura	-0,46	0,42	0,42
Estilo de vida	-0,71**	0,69**	0,61**
Entorno institucional/político	-0,92**	0,80**	0,87**
Respeto internacional	-0,91**	0,77**	0,83**
Bienestar social	-0,93**	0,83**	0,83**
Entorno económico	-0,92**	0,82**	0,88**
Calidad de productos y servicios	-0,85**	0,73**	0,83**
Marcas y empresas reconocidas	-0,71**	0,59*	0,72**
Tecnología / innovación	-0,89**	0,76**	0,86**
Índice de reputación restringido	-0,90**	0,79**	0,85
Confianza (1997)	-0,82**	0,87**	0,85
N	16	17	N=17 ¹

* significativa al 5 por ciento ** significativa al 1 por ciento.

¹ (salvo en la correlación con la confianza: N=18).

Fuentes: Elaboración propia con datos de reputación procedentes de Noya Miranda y Prado Abuín (2010), de confianza procedentes del fichero de datos del Eurobarómetro 47.0 (European Commission 1997), de corrupción procedentes de Transparency International (2006), de PIB per cápita de Eurostat, y de innovación de PRO INNO Europe (2011).

GRÁFICO 4



Y las correlaciones más bajas se dan con el aspecto del ocio (-0,39, no significativa), el cultural (-0,46, no significativa) y el relativo al entorno natural (-0,55).

El gráfico 4 es muy expresivo al respecto, al mostrar la elevada coincidencia entre la visión que tienen los países del EEE de sí mismos como más o menos corruptos y la visión que tienen de su entorno institucional los países del G8¹⁵. Los españoles otorgamos a nuestras instituciones públicas un nivel de corrupción de 3,0, justo en medio de la escala del 1 al 5, en un nivel algo inferior a los de Italia (3,1), Portugal (3,2) y Grecia (3,3), separándose algo más del nivel polaco (3,6). Lógicamente, todos esos países están en niveles medio-bajos (entre el 40 y el 60) de reputación institucional. Países como Finlandia, Suiza, Dinamarca o Suecia puntúan bajo en corrupción (2,2; 2,3; 2,4 y 2,4, respectivamente), por lo que es lógico encontrarlos en niveles altos de reputación institucional.

Producto per cápita y reputación económica y política

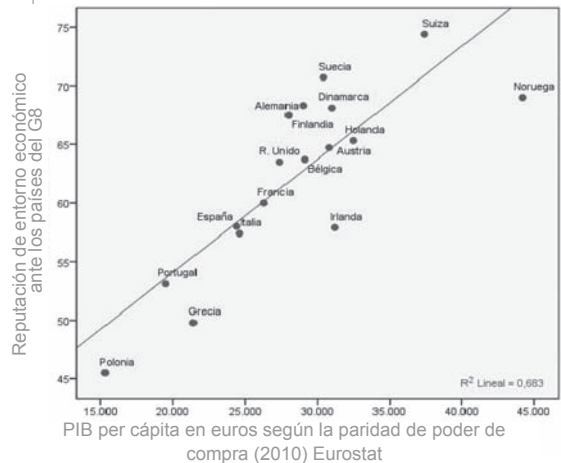
Como se observa en el cuadro 5, las correlaciones del PIB per cápita de los países

¹⁵ Las fuentes de datos de los tres gráficos siguientes son las mismas que las del cuadro 5, por lo que no las reiteramos.

del EEE¹⁶ con las medidas de reputación y confianza alcanzan valores esperables si, efectivamente, la percepción de los países del G8 o de la UE-15 está muy condicionada por datos objetivos. En 2010, año en que se toman las medidas de reputación, el PIB per cápita mantiene las asociaciones más intensas, por una parte, con el nivel de confianza medido en 1997 (0,87) y, por otra, con los aspectos reputacionales que más deben de tener que ver con el nivel de renta de los países: el relativo al sistema de bienestar (0,83), el del entorno económico (0,83), el institucional (0,80), el que tiene en cuenta el respeto internacional (0,77) y el relativo al entorno tecnológico (0,76). Y mantiene las correlaciones más bajas, no significativas estadísticamente, de hecho, con los que menos tienen que ver con el nivel de renta: la reputación cultural (0,41) y con el atractivo del país para el ocio y el entretenimiento (0,44).

De nuevo, podemos hacernos una idea más clara de esas relaciones representando gráficamente la relación entre una variable “objetiva” (el PIB per cápita) y la variable de reputación que más debería relacionarse con ella, en este caso, la relativa al entorno económico. En el

GRÁFICO 5



¹⁶ El PIB per cápita se mide en paridades de poder de compra. Excluimos, como es habitual en este tipo de análisis, el dato de Luxemburgo, cuyo PIB es muy desproporcionado en comparación a su población, debido a la aportación de trabajadores de países limítrofes que no residen en Luxemburgo.

gráfico 5 observamos con claridad dicha relación, comprobando que los países con PIB per cápita más bajo tienden a tener una reputación económica inferior y viceversa los países más ricos. Se comprueba que la posición de España es muy coherente en las dos medidas, la de la reputación económica y la del PIB per cápita, pues el punto que la representa se sitúa justo encima de la recta de regresión, en niveles medio-bajos para ambas variables.

Capacidad de innovación y reputación tecnológica

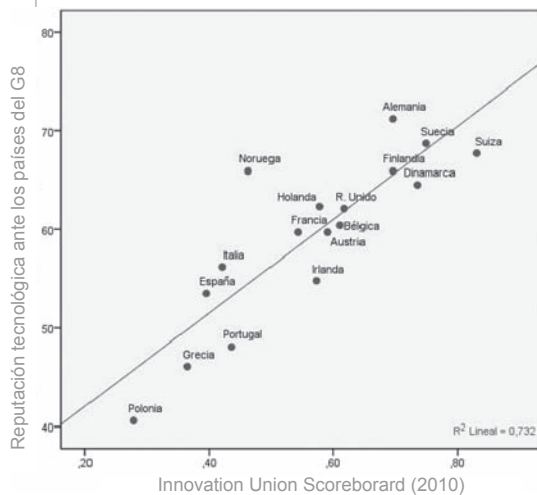
Por último, intentamos comprobar si la reputación ligada al nivel tecnológico o de innovación tiene un correlato real en alguna medida objetivable de dichos niveles. Como indicio del nivel tecnológico de un país utilizamos un indicador sintético, el Innovation Union Scoreboard, correspondiente a 2010 (PRO INNO Europe 2011). Dicho índice resume 25 indicadores que reflejan los factores externos a las empresas que impulsan la innovación empresarial, los relativos a actividades innovadoras de aquéllas, y los *outputs* de la innovación. Como indicador compuesto, probablemente sea un indicio de la imagen que un país ofrece al exterior mejor que indicadores más precisos (como una tasa de patentes), pero más difícilmente perceptibles.

Parece bastante clara la correlación entre el indicador de innovación y el atributo de la reputación ligado al avance tecnológico, pues se sitúa en 0,86 (cuadro 5). De todos modos, no es la más alta, pues en un nivel similar se sitúan las correspondientes al entorno económico (0,88) e institucional (0,87). Ello apuntaría, no tanto a una percepción diferenciada de los países como países tecnológicamente avanzados, sino a una percepción de los países como económica, tecnológicamente y políticamente “avanzados”, es decir, a una percepción de conjunto en el que esos rasgos son bastante coherentes entre sí o, como poco, son percibidos como coherentes.

En el gráfico 6 podemos situar a España según el indicador de innovación y su reputación tecnológica, que encajan bastante entre sí. España tendría un nivel de innovación bajo o medio-bajo en el EEE y, consecuentemente, una reputación tecnológica del mismo nivel.

Los países con más reputación tecnológica son, precisamente, los más innovadores, con la única excepción de Noruega.

GRÁFICO 6



7.2. Evolución reciente de la reputación

Que las evaluaciones de la reputación de los países tienen un elemento de realismo considerable puede mostrarse también atendiendo a la evolución de dicha reputación a corto plazo, durante la crisis actual. Las estimaciones elaboradas por el Reputation Institute a partir de las opiniones de los habitantes de los países del G8 cubren el periodo 2009-2012. Aunque la metodología ha cambiado algo a lo largo de los años, las cifras son lo suficientemente comparables como para reflejar el cambio o la estabilidad de la reputación de los países.

En el cuadro 6 recogemos la reputación estimada en cada año del periodo 2009-2012 para los países del EEE con datos, así como la variación de la puntuación entre 2009 y 2012. Salta a la vista un cambio muy sustantivo: la pérdida de reputación de Grecia, cuyo índice ha perdido 19,2 puntos porcentuales, pasando de 62,5 a 43,3. Si en 2009 se situaba en el puesto duodécimo de los diecisiete países, con cifras no muy distintas de las de países que la precedían o la sucedían en la clasificación,

en 2012 obtiene la puntuación más baja, con gran diferencia respecto del decimosexto país (Polonia, con un 51,8).

Grecia es el caso más notorio, con mucha diferencia, de la evolución experimentada por la reputación de los países que más se han visto afectados por la crisis económica actual, los que se han visto en mayores riesgos de ser “rescatados” o, efectivamente, lo han sido: Grecia, Italia, España, Portugal e Irlanda. Italia ha perdido cuatro puntos de reputación, y también cuatro puestos en la clasificación, pasando del décimo al decimocuarto. España ha perdido dos puntos, retrocediendo de la octava a la duodécima posición. Portugal ha perdido 1,3 puntos, pero ha ganado un puesto en la clasificación (del decimosexto al decimoquinto). Irlanda perdió 1,6 puntos hasta 2011, pero en 2012 los recuperó con creces.

En el extremo opuesto se situaría Alemania, cuya puntuación ha mejorado casi 5 puntos

al pasar de 61,4 a 66,3, cambiando el decimocuarto lugar de la clasificación por el octavo. También ha aumentado con cierta claridad la puntuación de otros países, que han mejorado sus posiciones relativas o las han mantenido. Se trata de Austria, Dinamarca, Finlandia, Polonia, Suecia, Bélgica y Noruega, por citar los que más han mejorado. En su mayoría, junto con Alemania, se trata de los países que, dentro o fuera del euro, mejor se han bandeado durante la crisis, especialmente porque, en ellos, a la crisis económico-financiera inicial no se le ha añadido una crisis de las cuentas públicas de las proporciones observables en Grecia, España o Italia.

Todos estos cambios arrojan una clasificación en 2012 que resulta más coherente que la de 2009 con lo que sabemos de la salud económica (y, probablemente, política) tradicional de todos esos países. En los primeros lugares se sitúan los países nórdicos, junto con Suiza. Ya los ocupaban en 2009. Vistos

CUADRO 6

REPUTACIÓN DE LOS PAÍSES DEL ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO ANTE LOS DEL G8 (2009-2012)

	2009	2010	2011	2012	Variación entre 2009 y 2012 (puntos porcentuales)
Suecia	71,7	76,3	74,7	75,2	3,5
Suiza	73,2	75,3	74,2	74,8	1,5
Noruega	70,6	74,4	73,1	73,9	3,3
Finlandia	68,3	73,1	70,5	72,1	3,7
Dinamarca	67,5	72,2	71,9	71,7	4,2
Austria	66,1	69,0	69,4	70,6	4,5
Holanda	67,2	68,4	68,7	69,5	2,3
Alemania	61,4	68,0	68,3	66,3	4,9
Bélgica	62,3	68,0	65,6	65,7	3,4
R. Unido	63,0	65,3	64,2	65,7	2,7
Irlanda	65,2	66,1	63,6	65,7	0,5
España	65,4	67,5	63,7	63,4	-2,1
Francia	58,7	62,7	62,1	61,2	2,4
Italia	63,1	64,9	64,6	59,0	-4,1
Portugal	58,4	61,8	58,1	57,1	-1,3
Polonia	48,4	52,2	50,9	51,9	3,5
Grecia	62,5	64,8	55,8	43,3	-19,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Reputation Institute (2012).

en conjunto, ni han ganado ni perdido puestos en el *ranking* de reputación. En los últimos lugares se sitúan los países de la Europa del Sur, más Polonia y Francia. Los países de Europa del Sur han retrocedido tres puestos en el *ranking*, por término medio.

Probablemente los cambios en la reputación entendida en sentido restringido han sido todavía más nítidos, pero no podemos calcular dicho índice para todos los años.

8. CONCLUSIONES

En este artículo hemos partido de una constatación fundamental: nuestro gobierno necesita alcanzar una elevada credibilidad ante nuestros socios europeos si quiere tener éxito en obtener la ayuda que necesitamos para intentar salir de la profunda crisis que atraviesa la economía española. Hemos argumentado que dicha credibilidad depende, sobre todo, de las señales que envíe dicho gobierno, es decir, de la medida en que adopte los compromisos de política económica adecuados, pero que también tiene que ver con cómo perciben esas señales, y al país en su conjunto, los gobiernos y las opiniones públicas de nuestros socios europeos. Hemos apuntado las razones de la relevancia de esas opiniones públicas, sobre todo, el que se trate de un *input* no desdeñable en la política exterior de nuestros socios, así como un elemento en las negociaciones bilaterales con ellos. Y hemos recordado algunos elementos básicos del proceso de formación de la imagen de un país en la opinión pública del otro, resaltando la relevancia del contexto, las dimensiones de dicha imagen, más o menos coherentes entre sí, y lo duradero de los estereotipos, que no cambian fácilmente con información nueva que los contradiga.

Si las opiniones públicas de nuestros socios son relevantes para nuestra credibilidad, conviene que nuestro gobierno y la ciudadanía en general las tenga en cuenta. Este trabajo ha intentado contribuir a su conocimiento, en un aspecto general, el de la imagen o la reputación de España en los países europeos. Hemos partido de un indicador habitual de reputación (el del Reputation Institute), que nos ha permitido situar a España en el contexto de los

países del Espacio Económico Europeo, en el que ocupa un lugar intermedio, el décimo de diecisiete países. Sin embargo, el análisis de los distintos aspectos de la reputación que sintetiza dicho indicador nos ha llevado a matizar esa evaluación. Lo fundamental son los aspectos ligados a la calidad de la vida política y a la calidad de la vida económica de los países, muy coherentes entre sí, y no tanto con aspectos como la oferta de ocio y entretenimiento, el entorno natural o las aportaciones a los bienes de consumo cultural del país en cuestión. España puntúa relativamente alto en estos últimos aspectos, pero puntúa relativamente bajo en los que forman el núcleo económico y político-institucional de la reputación. De hecho, con un indicador de reputación restringido, la posición española descendería hasta la posición decimotercera.

Hemos comprobado que la reputación, especialmente la entendida en sentido estricto, no tiene mucho que ver con la afinidad que sienten unos países por otros. Más bien, es la otra cara de la confianza que despiertan unos países en otros. Se trata de un sentimiento que parece bastante estable por lo que, aunque no contamos con datos posteriores a 1997, suponemos que la clasificación obtenida en 1997 podría valer para hoy. En ella España ocupa el lugar decimotercero de dieciocho países europeos. Algunos países (Grecia, Italia o Francia) confían más en nosotros que otros (Finlandia, Suecia o el Reino Unido), del mismo modo que se observa cierta variación con otros países. Con todo, el consenso en la estimación de la fiabilidad relativa de cada país europeo es amplio, lo que remite tanto a una cierta comunidad de criterios de evaluación como a la realidad de los países evaluados.

Asimismo, hemos comprobado cómo algunos indicadores de dicha realidad correlacionan con mucha fuerza con los aspectos de la reputación más vinculados a aquellos. Un indicador de la corrupción pública que perciben los ciudadanos de cada país se asocia con mucha fuerza con el atributo político-institucional de la reputación. El PIB per cápita se asocia claramente con la reputación económica. Y un indicador compuesto de la capacidad de innovación correlaciona con mucha fuerza con la reputación tecnológica. Es decir, los juicios medios de las opiniones públicas de los europeos se nos presentan como muy

certeros. España, y otros países de Europa del Sur, tienen una reputación institucional que tiende a ser baja o media-baja, muy acorde con niveles de corrupción altos o medio-altos; tienen una reputación económica baja o media-baja, también de acuerdo con niveles bajos o medio-bajos de PIB per cápita; y tienen una reputación tecnológica baja o media-baja, coherente con sus niveles de capacidad de innovación.

Si nuestra reputación y si la confianza que despertamos en nuestros socios europeos, tiene un correlato real muy sólido, ligado a algunas características básicas del país que somos, entonces la tarea de conseguir mayores dosis de credibilidad no es menor. No es una tarea que se resuelva con campañas de imagen que insistan en los aspectos positivos de nuestro país. Eso puede venir bien, pero es insuficiente. El gobierno, las elites y el público en general han de mostrar con sus compromisos, con sus comportamientos y con el lenguaje que utilizan que estamos dispuestos a ser un país más fiable, es decir, que estamos dispuestos a cambiar, como no lo hemos estado nunca en los últimos treinta o cuarenta años. Si, de verdad, nos embarcamos en ese cambio, acabaremos siendo un socio creíble y fiable. No es tarea menor, evidentemente.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE DATOS

CLARKE, M. y B. WHITE (eds.) (1989), *Understanding foreign policy: the foreign policy systems approach*, Aldershot, Gower.

EUROPEAN COMMISSION (1986), *Euro-Barometer 25: holiday travel and environmental problems, April, 1986*, GESIS Data Archive, Colonia, ZA1543.

- (1997), *Eurobarometer 47.0: images of Germany, consumer issues, electronic information, and fair trade practices, January-February 1997*, GESIS Data Archive, Colonia, ZA2935.

- (2003), *Eurobarometer 60.1 (2003)*, European Opinion Research Group, Bruselas, GESIS Data Archive, Colonia, ZA3938 data file version 1.0.1, doi:10.4232/1.10958.

- (2010), *Eurobarometer 73.2 (2010)*, TNS Opinion & Social, Bruselas, GESIS Data Archive, Colonia, ZA5236 data file version 2.0.1, doi:10.4232/1.11473.

EUROSTAT, *GDP per capita - annual data*, disponible en http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_aux_gph&lang=en

EVANS, P.; JACOBSON, H. J. y R. D. PUTNAM (eds.) (1993), *Double-edged diplomacy: international bargaining and domestic politics*, Berkeley, University of California Press.

JERVIS, R. (1976), *Perception and misperception in international politics*, Princeton, New Jersey, Princeton University Press.

KAHNEMAN, D. (2011), *Thinking, fast and slow*, Londres, Allen Lane.

LORD, CH. G.; ROSS, L. y M. R. LEPPER (1979), "Biased assimilation and attitude polarization. The effects of prior theories on subsequently considered evidence", *Journal of Personality and Social Psychology*, 37: 2.098-2.110.

NEACK, L.; HANEY, P. y J. HEY, (eds.) (1995), *Foreign policy analysis: continuity and change in its second generation*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice Hall.

NOYA MIRANDA, J. y F. PRADO ABUÍN (2010), *Reputación de España en el mundo*, Madrid, Instituto de Análisis de Intangibles.

PRO INNO EUROPE (2011), *Innovation Union Scoreboard 2010. The Innovation Union's performance scoreboard for Research and Innovation*, disponible en: http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/iu-scoreboard-2010_en.pdf

PUTNAM, R. (1988), "Diplomacy and domestic politics: the logic of two-level games", *International Organization*, 42: 427-460.

REPUTATION INSTITUTE (2012), *2012 country RepTrak topline report. The world's view on countries: an online study of the reputation of 50 countries*, disponible en www.reputationinstitute.com

TRANSPARENCY INTERNATIONAL (2006),
*Report on the Transparency International Global
Corruption Barometer 2006*, disponible en
www.transparency.org