

LA REPRESENTACIÓN DE GRECIA EN EL DIARIO *BILD* DURANTE LOS AÑOS CENTRALES DE LA CRISIS ECONÓMICA, 2008-2012

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i05.06>

Pablo Hernández Ramos

Doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid

phernand@ucm.es

 <https://orcid.org/0000-0001-6631-3665>

Recibido: 4-1-2016

Aceptado: 3-2-2016

Resumen: *En esta investigación se analiza la cobertura del diario sensacionalista alemán Bild sobre la situación en Grecia durante los años centrales de la crisis de la zona euro. ¿Qué mensaje ha proporcionado Bild a sus lectores sobre la crisis? ¿Cómo se representa la complejidad de la crisis en el vocabulario de un diario sensacionalista? ¿Ha dirigido Bild una campaña propagandística contra Grecia? Este artículo trata de ofrecer respuestas a estas preguntas a través de un método basado en el análisis del discurso. El resultado confirma que Bild, con un discurso plagado de estereotipos, exageraciones y medias verdades, presenta a Alemania como un país trabajador, honesto y responsable, en oposición al despilfarro, la corrupción y la ruina de Grecia.*

Palabras clave: *sensacionalismo, crisis, Grecia, Alemania, Bild*

Abstract: *This paper addresses the coverage of the German tabloid Bild about Greece during the toughest years of the euro area crisis. Which message about the crisis has Bild provided to its readers? How is represented the complexity of the crisis in the vocabulary of a tabloid? Has Bild led a propaganda campaign against Greece? This article attempts to provide answers to these questions through discourse analysis. The result confirms that Bild, with a discourse riddled with stereotypes, exaggerations and half-truths, presents Germany as a hardworking, honest and responsible country, as opposed to squandering, corruption and ruin in Greece.*

Keywords: *tabloids, crisis, Greece, Germany, Bild*

Introducción

En esta investigación se analiza la cobertura del diario sensacionalista alemán *Bild* sobre la situación económica en Grecia durante la crisis de la zona euro. Enmarcada en la conocida como Gran Recesión (García y Ruesga Benito, 2014; Bakker y Felman, 2015), la crisis de la zona euro encuentra su origen en una combinación de factores complejos, entre los que destaca la crisis financiera internacional de 2008, causada a su vez por el colapso de la burbuja inmobiliaria en Estados Unidos y la subsiguiente crisis de las hipotecas basura. La contradicción estructural en el sistema del euro – unión monetaria sin unión fiscal ni bancaria– hizo imposible articular una respuesta rápida y eficaz ante los problemas económicos internacionales y provocó una depresión específicamente europea que reunió, en diferentes grados, características de una crisis de deuda soberana, crisis del sistema bancario y de la economía en general.

La larga duración de la crisis y los profundos efectos negativos que ha tenido a nivel de bienestar social, especialmente en la Europa del sur –Portugal, España, Italia, Grecia, Chipre–, se han traducido en un enfrentamiento político y hasta cierto punto cultural entre los defensores de la austeridad y los que apuestan por políticas expansivas y de crecimiento para superarla (Steinberg y Molina, 2012; Dervis, 2013; Quero-Mussot, 2015). El gobierno de Alemania, primera potencia económica de la zona euro, se ha erigido en campeón de la austeridad y ha prestado un apoyo casi absoluto en lo relativo a la implementación de políticas de ahorro y recorte del gasto a la llamada troika, grupo institucional que integra al Fondo Monetario Internacional (FMI), al Banco Central Europeo (BCE) y a la Comisión Europea.

En este contexto, y en relación con el sensacionalismo y el amarillismo en los medios de comunicación, es de interés conocer la cobertura del diario *Bild* sobre la crisis de la zona euro y, en especial, examinar su representación de la realidad de los países del

sur. El sensacionalista *Bild*, con una tirada de más de dos millones de ejemplares diarios y una audiencia de más de doce millones de lectores, es desde hace décadas el periódico más difundido de Alemania y uno de los más leídos en toda Europa (Smith, 2002). *Bild* pertenece al grupo editorial Axel Springer, que en Alemania publica también el diario Die Welt. De tendencia conservadora, fue fundado en 1952 siguiendo el modelo de los tabloides ingleses, publicando imágenes impactantes (la palabra “Bild” en alemán significa precisamente “imagen”) y titulares a gran formato. En todo caso, el sesgo sensacionalista más que evidente en *Bild* no lo convierte en un diario dirigido exclusivamente a una audiencia de nivel educativo bajo o interesada en el consumo rápido de información barata, sino que entre sus lectores se encuentra una proporción de personas con educación secundaria y/o universitaria mayor que la de cualquier otro gran periódico alemán (cit. en Führer, 2007). Observar a *Bild* como un diario para desinformados sería colocar mal el foco de su significado e importancia histórica.

Cabe destacar también llegados este punto que la percepción de Grecia desde perspectiva alemana ha sufrido a lo largo de los siglos, en buena lógica histórica, profundas modificaciones y redefiniciones. A lo largo del siglo XVIII, junto a la tradicional división cultural que en Europa podía trazarse entre los países del centro-norte y los del arco mediterráneo, tomó mayor relieve una nueva frontera, en esta ocasión ligada a elementos históricos, como fue la división este-oeste. Mientras el espacio atlántico y del mar del Norte se desarrollaba (excepción hecha de Portugal y algunas regiones del norte de España), los países bajo control directo o influencia indirecta del Imperio otomano quedaban relegadas a un papel cuanto menos secundario en los grandes intercambios comerciales (Busch, 2005: 49). El giro llega de la mano del clasicismo de Weimar. A finales del XVIII y comienzos del XIX, las reflexiones de los Goethe, Schiller y compañía acercan el mundo cultural griego a Alemania, con voluntad de rescatar la herencia antigua y el movimiento romántico en su vertiente más política apoyando al nacionalismo griego en su camino hacia la independencia de los otomanos.

Un siglo más tarde, a las puertas de la Gran Guerra, la percepción de Grecia habría vuelto a cambiar en la mentalidad alemana, pasando a ser considerado parte de los Balcanes y, durante el periodo de entreguerras y la ocupación nazi, sus habitantes como poco menos que “Untermenschen” o subhumanos (Busch, 2005: 56). Tras 1945, tanto la situación geográfica como económica de Grecia, tan diferentes a la alemana, han seguido provocando en los alemanes una percepción en cierta manera distanciada del país heleno, que si bien se considera europeo de pleno derecho tras su incorporación a la CEE en 1981, sigue arrastrando antiguos tópicos. Tal y como señalan Aschmann y Salewski (2000: 7), “como quiera que las imágenes construidas del Otro resultan ser a menudo más longevas que su referencia original, con el paso del tiempo se desarrollan tensiones entre la realidad marcada por el cambio y el poco flexible

reflejo de la misma". Los intentos de *Bild* por apuntalar una imagen de Grecia como país corrupto, derrochador y decadente pueden verse, pues, como un nuevo capítulo en la percepción del país heleno desde Alemania, o al menos desde el punto de vista del elemento periodístico más difundido en la sociedad alemana.

Para llevar a cabo el análisis se han tomado como fuente las publicaciones de *Bild* entre 2008 y 2012 que tuvieron por objeto la descripción de la situación económica en Grecia en relación con la crisis de la zona euro¹. El marco temporal elegido no presupone que la crisis terminara en 2012, antes bien, se estima que esta sigue presente. Sin embargo, se considera suficiente para ofrecer una conclusión sólida el estudio de los mensajes emitidos por *Bild* durante los años de mayor agudeza y gravedad de la crisis. Se han analizado un total de ochenta y nueve textos informativos publicados entre 2008 y 2012. Por razones de espacio, en este artículo se analizan los que se consideran más relevantes, en función del espacio otorgado por el propio periódico.

En cuanto a la metodología empleada, se ha aplicado el análisis de discurso en el marco que proporcionan los medios de comunicación, en concreto los periódicos, como emisores de un mensaje destinado a inducir un efecto determinado en la audiencia. En las páginas de los diarios se transmiten, codificados, valores e ideologías que se reflejan en el mundo social al mismo tiempo que son evidenciados por este, creando un proceso de construcción mutua de la realidad. Lo que denominamos discurso se genera precisamente en el resquicio existente entre el texto y la realidad material, social e histórica. Se observa entonces el discurso como categoría, según la propuesta de Gunther Kress en los años 80: "Discourse is a category that belongs to and derives from the social domain, and text is a category that belongs to and derives from the linguistic domain. The relation between the two is one of realization: Discourse finds its expression in text."² (Kress, 1985: 27).

De este modo, el análisis del discurso se entiende como una manera de asociar los grados social y discursivo de la producción de significado, siguiendo la óptica de Klaus Bruhn Jensen (1991: 9). Es este un enfoque metodológico que encuentra una práctica razonable en el estudio de procesos socioculturales de características iguales o similares a las del objeto de estudio que se trata en estas páginas. Algunos autores entienden el discurso como un hecho de carácter fundamentalmente constructivista, que compone las realidades sociales al mismo tiempo que es organizado por ellas: "It is through discourse that language users constitute social realities: their knowledge of

¹ Todas las citas incluidas en el texto son traducciones propias del investigador a partir del original alemán, consultado en el archivo de prensa y revistas de la Universidad de Münster durante los meses de julio y agosto de 2015.

² "El discurso es una categoría que pertenece al dominio social y deriva de él, y el texto es una categoría que pertenece al dominio lingüístico y deriva de él. La relación entre los dos es aquella en la que se da una realización: el discurso encuentra su expresión en el texto". Traducción propia.

social situations, the interpersonal roles they play, their identities and relations with other interacting social groups”³ (Barker y Galasiński, 2001: 63). Otros investigadores en ciencias sociales observan un horizonte más amplio al hablar de análisis del discurso, recordando que el significado de las palabras no es sino una convención. Según este enfoque, el conocimiento es instaurado únicamente por la interacción simbólica, con lo cual se considera el lenguaje como una construcción más social que mental: “It seems to be impossible to escape the notion that it is we, the members of a discourse community, who negotiate and determine the way in which we cut up into more or less discrete entities the spatial, temporal and [e]motional stuff of the world out there, for our own purposes”⁴ (Teubert, 2010: 180). En definitiva, se llega a la conclusión de que “discourse constitutes social practice and is at the same time constituted by it.”⁵ (De Cillia, Reisigl y Wodak, 1999: 157).

Desde esta perspectiva metodológica surgen diferentes preguntas, que han servido como pauta para guiar la investigación y son convenientemente abordadas a lo largo del texto y sintetizadas en las conclusiones: ¿Qué mensaje ha proporcionado *Bild* a sus lectores sobre la crisis de la zona euro? ¿Cómo se representa la complejidad de la crisis en el vocabulario de un diario sensacionalista? ¿Hasta qué punto ha dirigido *Bild* una campaña propagandística contra los países del sur? ¿Ha cargado el diario de la editorial Axel Springer especialmente contra Grecia, sin tomar en consideración las consecuencias de una posible salida de este país del euro?

1 Desarrollo del análisis

Durante los primeros meses de la crisis económica, el problema tuvo un carácter más global que particular. De hecho, en el contexto europeo fueron algunas de las economías más potentes las que sufrieron una contracción más profunda. En 2008, por ejemplo, Dinamarca entró en recesión y el producto interior bruto (PIB) de países como Alemania y Francia se redujo. El diario *Bild* apenas informó sobre cuestiones relacionadas con la economía en los países del sur de Europa durante los años de 2008 y 2009. Sin embargo, en el otoño de 2009 se empiezan a acumular dudas, sospechas y

³ “Es a través del discurso que los usuarios del lenguaje constituyen realidades sociales: su conocimiento de las situaciones sociales, los papeles interpersonales que representan, sus identidades y relaciones con otros grupos sociales que interactúan”. Traducción propia.

⁴ “Parece imposible escapar a la noción de que somos nosotros, los miembros de una comunidad discursiva, quienes negociamos y determinamos la manera en que cortamos en pedazos y transformamos en entidades más o menos separadas la materia espacial, temporal, emocional y motora del mundo exterior, en interés propio”. Traducción propia.

⁵ “el discurso constituye la práctica social y es al mismo tiempo constituido por ella”. Traducción propia.

desconfianza sobre la economía griega. El gobierno de Yorgos Papandreu, cuyo partido (el socialdemócrata PASOK) había ganado las elecciones legislativas de octubre, revisó al alza los indicadores de déficit y deuda públicos, los cuales resultaron ser mucho mayores que los anunciados por el anterior gobierno. Se extienden a partir de entonces los rumores sobre la imposibilidad de que Grecia haga frente a sus obligaciones y devuelva a los acreedores los miles de millones de euros que les corresponden, lo que termina provocando un hundimiento de la bolsa de Atenas a principios de diciembre.

1.1 “Aquí mendiga el griego nuestros billones”

Durante las primeras semanas de 2010, los acontecimientos se precipitan. En enero, un informe de la Comisión Europea acusa gravemente a Grecia de haber cometido irregularidades de manera sistemática en el envío de datos fiscales a Bruselas⁶. Días más tarde se revela que una serie de entidades financieras internacionales, entre las que se encontraba el banco de inversión Goldman Sachs, habían participado activamente en el ocultamiento de información y en la tergiversación de cifras para arreglar parte de la contabilidad de Grecia durante las negociaciones que culminaron con la entrada de este país en el euro, según informaciones publicadas en medios como *The New York Times* o *Der Spiegel*⁷. En marzo, el gobierno de Papandreu anuncia medidas contra el déficit y de recorte del gasto público, mientras se producen las primeras huelgas en Grecia. Es entonces cuando *Bild* dedica un titular en primera página a la situación de crisis, preguntando a sus lectores lo siguiente: “¿Van a destrozarse los griegos el euro?”⁸, acompañando el titular de un fotomontaje en el que se observa la moneda común, con la lechuza griega en su reverso, haciéndose pedazos.

De un titular como este se podría esperar que fuera únicamente una llamada de atención, una toma de contacto con la situación, dado que *Bild* prácticamente no había informado de los problemas de deuda griegos hasta ese momento, y mucho menos en primera página. Como se afirma unos párrafos más arriba, la atención de este medio sobre la situación de Grecia fue prácticamente inexistente durante los años de 2008 y 2009, cuando los países desarrollados sufrían los primeros efectos de la crisis. Y sin embargo, el mencionado titular, “¿Van a destrozarse los griegos el euro?”, supone el

⁶ El informe está disponible en la página de Eurostat, la oficina estadística de la Unión Europea: ec.europa.eu/eurostat/documents/4187653/6404656/COM_2010_report_greek/c8523cfa-d3c1-4954-8ea1-64bb11e59b3a [consultado el 19-08-2015]

⁷ Estas noticias son de fácil acceso en las respectivas páginas en línea de dichos periódicos: <http://www.nytimes.com/2010/02/14/business/global/14debt.html> [consultado el 19-08-2015] <http://www.spiegel.de/international/europe/greek-debt-crisis-how-goldman-sachs-helped-greece-to-mask-its-true-debt-a-676634.html> [consultado el 19-08-2015]

⁸ *Bild*, 02-03-2010, p. 1.

pistoletazo de salida a una campaña de agitación sobre el problema griego que se extendería en las páginas de *Bild* durante toda la primavera de 2010.

Así, el 4 de marzo se publica uno de los titulares más ofensivos y provocadores de los que se podrían leer durante todo el intervalo que abarca esta investigación: “¡Vended ya vuestras islas, griegos arruinados... y también la Acrópolis!”⁹. En el texto de la noticia, *Bild* recuerda que no era algo nuevo lo que planteaban, dado que ya en el año 1993, mientras España atravesaba una grave recesión, el conservador Peter Ramsauer –que ha llegado a ser ministro de Transporte, Construcción y Desarrollo Urbano en el gobierno de Angela Merkel– propuso que el Estado español vendiera la isla de Mallorca para aliviar sus problemas económicos.

El día 5 de marzo, con motivo de la visita oficial de Papandreu a Merkel para tratar posibles medidas de rescate financiero, *Bild* publica una de sus características cartas, firmadas por la redacción, en las que se demanda a un político la toma de medidas en el sentido que este diario considera que se debe hacer para reconducir un problema. En la carta abierta al “arruinado primer ministro de Grecia”, la redacción de *Bild* presenta a Alemania como un país “totalmente distinto” al suyo, y lo intenta justificar: tras criticar los privilegios de los griegos en cuestiones como la jubilación anticipada o enumerar algunos casos de corrupción en el país heleno, *Bild* escribe que “es cierto que Alemania también tiene grandes deudas, pero podemos saldarlas. Porque nos levantamos bastante temprano por la mañana y trabajamos duro todo el día. Porque siempre ahorramos una parte de nuestro dinero para tiempos difíciles. Porque tenemos empresas en buena forma, cuyos productos son demandados en todo el globo”¹⁰. Frente a los honestos y austeros alemanes –el *wir* (nosotros) que tanto repite *Bild*– estaría el griego que, por oposición aunque sin mencionarlo expresamente, es corrupto, manirroto y, por supuesto, se levanta tarde.

Por entonces se empiezan a discutir las candidaturas a la sucesión de Jean-Claude Trichet como presidente del BCE. En la nómina de presidenciables destacaban dos nombres: Axel Weber, máximo responsable del Banco Federal Alemán, y Mario Draghi, gobernador del Banco de Italia. El titular de *Bild* para la ocasión reza: “Por qué este alemán debe convertirse en el jefe del BCE... y en ningún caso este italiano”¹¹. Cada frase, en gran formato y sobre fondo rojo, acompaña una fotografía de primer plano de los respectivos candidatos. En el texto de la noticia, entre otras informaciones, el diario se encarga de recordar a los lectores que Mario Draghi había formado parte del equipo directivo de Goldman Sachs justamente durante el periodo en que este banco había ayudado a los gobiernos griegos a falsear sus cuentas para facilitar la entrada en

⁹ *Bild*, 04-03-2010, p. 2.

¹⁰ *Bild*, 05-03-2010, p. 2.

¹¹ *Bild*, 11-03-2010, p. 2.

el euro. Además *Bild* insiste en su cualidad de italiano y en la próxima entrada en la dirección del BCE de un portugués, Vítor Constâncio, como argumentos en contra de la candidatura de Draghi. Dos representantes de países endeudados darían como resultado un BCE “genial y digno de confianza”¹², afirma *Bild*, irónico.

Durante aquella primavera de 2010, *Bild* se ocupa en repetidas ocasiones de Grecia: el día 15 de marzo publica una entrevista con el ministro de Finanzas alemán, Wolfgang Schäuble, quien dejó entrever que una salida del euro de un país en bancarrota sería posible en un caso extremo¹³. En plenas negociaciones entre los gobiernos europeos sobre un posible rescate a Grecia, *Bild* apela a la fortaleza negociadora de la canciller, exigiéndole claramente un “no” respecto a una ayuda financiada en parte por los contribuyentes alemanes¹⁴. El diario, representando a Merkel como “la canciller de hierro”, en alusión a Otto von Bismarck, exige que Alemania no sea la encargada de pagar por los excesos de Europa¹⁵.

En abril, el gobierno griego solicita oficialmente la ayuda a las instituciones comunitarias y al FMI, y *Bild* titula en su primera: “Los griegos quieren nuestro dinero”¹⁶, mientras que en la segunda página muestra a un Papandreu apesadumbrado, durante su mensaje televisado para comunicar la decisión de pedir ayuda financiera, con el título: “Aquí mendiga el griego nuestros billones”¹⁷ y acompañado de una columna de opinión del comentarista Nikolaus Blome en la que se demanda abiertamente la salida de Grecia del euro: “¡Marchad, griegos!”¹⁸. Los días posteriores a la solicitud del primer rescate, el periódico de Axel Springer lleva a sus lectores hasta Monastiraki, barrio turístico y noctámbulo de Atenas, y se pregunta “¿Crisis? ¿Qué crisis?”, en un titular con una tipografía de rasgos pretendidamente griegos y, acompañando al texto, una fotografía mostrando una terraza llena de jóvenes que “salen de fiesta el fin de semana, como siempre. Ni rastro de la crisis”¹⁹. Un día más tarde, tras abrir a media página con el siguiente titular: “¿Por qué les pagamos a los griegos sus jubilaciones de lujo?”, en la segunda página se observa a un redactor de *Bild* ofreciendo billetes de antiguos dracmas en las calles de Atenas para luego escribir un reportaje titulado “*Bild* les devuelve los dracmas a los arruinados griegos”²⁰. El 28 y el 29 de abril, dos primeras páginas que insisten en el mensaje:

¹² *Ibíd.*

¹³ *Bild*, 15-03-2010, p.2.

¹⁴ *Bild*, 24-03-2010, p.2.

¹⁵ *Bild*, 25-03-2010, p.2.

¹⁶ *Bild*, 24-04-2010, p.1.

¹⁷ *Bild*, 24-04-2010, p.2.

¹⁸ *Ibíd.*

¹⁹ *Bild*, 26-04-2010, p.2.

²⁰ *Bild*, 27-04-2010, p.2.

“Miedo por nuestro dinero”²¹ y “¡Los griegos quieren que les demos todavía más billones!”²². Esta primera ronda en la campaña de agitación sobre la crisis de deuda griega se termina en mayo, una vez cerrado el paquete de medidas de rescate, y *Bild* se lamenta en su primera página: “¡Somos otra vez los tontos de Europa!”²³.

Tras este breve repaso a las publicaciones de la primavera de 2010 ya se pueden percibir ciertos rasgos populistas en el discurso de *Bild*, que básicamente construye una realidad apoyada en la dialéctica ellos-nosotros. El diario sensacionalista promueve en sus lectores el sentimiento de pertenencia a un grupo honesto y bienintencionado que ha de pagar por los comportamientos inmorales de otros. Se utiliza continuamente la primera persona del plural para buscar este clima de enfrentamiento y contraposición, al tiempo que se combina la ironía con los mensajes ofensivos y, en definitiva, el enfoque parcial de las noticias ofrecidas.

1.2 “¡Quitadle el euro a los griegos!”

Tras varios meses en los que la cuestión griega no aparece en la primera de *Bild* y apenas ocupa algunas líneas en páginas interiores, en el verano de 2011 se hace realidad una de las peores previsiones de los economistas: la recesión a nivel mundial, sobre todo arrastrada por la situación en Estados Unidos, es más aguda de lo previsto. En la zona euro, una de las consecuencias es la necesidad de preparar un nuevo paquete de ayudas para Grecia. En su primera página del 3 de septiembre de 2011, *Bild* incluye un titular en el que exclama: “¡La deuda de Grecia, fuera de control!” e inmediatamente a continuación se pregunta: “¿Por qué nadie ha escuchado a *Bild*?”²⁴, haciendo gala de su capacidad de predicción. En la segunda página continúa con insistencia: “*Bild* vio venir la catástrofe... pero nadie quiso oír la verdad”²⁵.

El 6 de septiembre, en la segunda página de *Bild*, se encuentra una fotografía de Jean-Claude Trichet junto a su sucesor, Mario Draghi, sobre el titular: “¿Cuánto tiempo más vamos a pagar por los griegos?”²⁶. Una semana más tarde, desde la redacción de *Bild* se lanzan más dudas, se propaga la inestabilidad: “¿Está Grecia ante su salida del euro?”²⁷. Como se observa, la posibilidad de que Grecia dijera adiós a la moneda única, cuestión que únicamente ha sido tomada en consideración de manera seria durante la

²¹ *Bild*, 28-04-2010, p.1.

²² *Bild*, 29-04-2010, p.1.

²³ *Bild*, 11-05-2010, p.1.

²⁴ *Bild*, 03-09-2011, p. 1.

²⁵ *Bild*, 03-09-2011, p. 2.

²⁶ *Bild*, 06-09-2011, p. 2.

²⁷ *Bild*, 13-09-2011, p. 2.

última sacudida de la crisis de deuda, en 2015, está en la agenda de ciertos grupos mediáticos –al menos de Axel Springer– desde hace varios años. Esta misma línea continúa a lo largo del mes: el 16 de septiembre, *Bild* se pregunta “¿Cómo se podría deshacer el lío de Grecia?”²⁸ y analiza posibles escenarios para el futuro cercano con Atenas fuera del euro; el 28 de septiembre, el diario sensacionalista afirma que “el gobierno federal ya cuenta en secreto con la bancarrota de Grecia”²⁹, dando a entender que la administración Merkel estaría planeando también una solución adecuada a las circunstancias.

Pese a haber presentado meses atrás a Angela Merkel como una “canciller de hierro” a lo Bismarck, debido a la dureza mantenida en las negociaciones y a su voluntad de insistir en que las políticas de recorte de gasto y no la inyección de liquidez eran la forma de solucionar la crisis, el segundo rescate a Grecia motiva un cambio de actitud en *Bild* respecto a Merkel: “¿Hasta cuándo, canciller?”³⁰, se pregunta el diario tras la sesión parlamentaria en la que el Bundestag aprobó la ayuda financiera. También el vicecanciller y ministro de Economía, el liberal Philipp Rösler, es blanco de las críticas de *Bild* con motivo de su visita oficial a Grecia y su reunión con Papandreu: “¿Por qué fue Rösler tan simpático con el griego arruinado?”³¹.

A finales de octubre de 2011, Papandreu manifiesta su voluntad de convocar un referéndum vinculante como instrumento a través del cual los griegos deberían decidir si aceptaban o no las condiciones del rescate establecidas por los prestamistas. Esta decisión terminaría por costarle el puesto al primer ministro griego, ya que despertó un rechazo severo por parte de los líderes europeos, al tiempo que creó división interna en el gobierno y protestas por parte de la oposición. Al conocerse el plan de Papandreu sobre la convocatoria de referéndum, *Bild* estalla: “¡Quitadle el euro a los griegos!”³², reclama en su primera página del 3 de noviembre. Fiel a su estilo, el diario de la editorial Axel Springer exige que también se celebre un referéndum en Alemania e inserta en sus ejemplares una papeleta ficticia en la que se establecen tres medidas sobre las que votar: “Alemania seguirá respondiendo con billones de euros por las consecuencias de las chapuzas y el desgobierno griego; Alemania seguirá invirtiendo billones sin ninguna seguridad en un aparato estatal arruinado y corrupto; Grecia, que consiguió entrar en el euro con cuentas falseadas, permanecerá en nuestro sistema de divisas”³³. Estas sardónicas propuestas van acompañadas de sus correspondientes respuestas: “Sí, seguid mandándoles la pasta; NO, ni un céntimo más para los griegos

²⁸ *Bild*, 16-09-2011, p. 2.

²⁹ *Bild*, 28-09-2011, p. 2.

³⁰ *Bild*, 30-09-2011, p. 2.

³¹ *Bild*, 08-10-2011, p. 2.

³² *Bild*, 03-11-2011, p. 1.

³³ *Bild*, 03-11-2011, p. 2.

arruinados, ¡quitadles el euro!”³⁴. La marcha atrás de Papandreu provoca también un nuevo giro en la percepción de *Bild* sobre el trabajo de la canciller alemana: “Los griegos se someten a Angela Merkules”, titula en su información de la segunda página el 4 de noviembre de 2011.

Bild, sin embargo, no cesa en su campaña de agitación y al día siguiente insiste en la idea del abandono de la moneda única: “¡Por Zeus! ¿Quién nos librará de una vez del país en quiebra?”³⁵. Esta frase es el antetítulo de un análisis sobre las razones favorables a la salida de Grecia de la moneda común, que se titula precisamente “Por esto deben salir los griegos del euro” y viene ilustrado con un billete de mil dracmas y la efigie de un sonriente Papandreu donde originalmente se encontraba el dios Apolo.

1.3 “¡*Bild* dice NO!”

El segundo programa de rescate, aprobado a finales del verano de 2011, como se ha visto, no pudo ponerse en marcha debido sobre todo a la inestabilidad interna de Grecia: se suceden las huelgas generales, la incertidumbre laboral rige el día a día de amplias capas de la sociedad y la economía no da señales de mejora. La formación del nuevo gobierno, dirigido por el tecnócrata Lukas Papadimos y apoyado por socialdemócratas, conservadores y extrema derecha, solo logra desbloquear de manera efectiva la ayuda en febrero de 2012. Entonces *Bild* alza la voz una vez más en primera página: “¡STOP! No sigáis por el camino equivocado”³⁶. Se dirige así el diario a los diputados alemanes, obligados a votar una vez más en el Bundestag a favor o en contra del rescate a Grecia. En su segunda página, un gran titular: “¡*Bild* dice NO!”³⁷.

En abril de 2012 se convocan elecciones anticipadas en Grecia, celebradas en mayo y dan como resultado un parlamento absolutamente fraccionado. Ningún partido puede formar gobierno y se convocan nuevas elecciones, que tienen lugar en junio. Durante la campaña electoral, *Bild* lanza una pregunta: “Griegos, ¿qué habéis hecho con nuestro dinero?”³⁸ y publica otra de sus cartas, esta vez dirigida a los electores griegos, de la que cabe destacar una cita: “Mañana es vuestra elección. Pero en realidad no la hay. En realidad solo tenéis una elección entre la dolorosa razón y el hundimiento total. Nos tememos algo: todavía no lo habéis entendido”³⁹.

³⁴ *Ibíd.*

³⁵ *Bild*, 05-11-2011, p. 2.

³⁶ *Bild*, 27-02-2012, p. 1.

³⁷ *Bild*, 27-02-2012, p. 2.

³⁸ *Bild*, 01-06-2012, p. 2.

³⁹ *Bild*, 16-06-2012, p. 2.

Por entonces no solo Grecia está en dificultades. La primavera de 2012 es también muy adversa para España. Es el momento álgido de la crisis en el país y se acumulan los problemas: el paro está en máximos históricos (rozando el 25%), el déficit público crece vertiginosamente y se convocan huelgas en diferentes sectores. El gobierno recorta masivamente el presupuesto destinado a educación y sanidad mientras aprueba una amnistía que exime a los delincuentes fiscales de su responsabilidad a cambio de recaudar parte de lo defraudado. La bolsa pierde valor y la prima de riesgo se dispara. Bankia, una de las mayores entidades financieras del país, está al borde de la quiebra debido a una nefasta gestión y es rescatada con dinero público. Finalmente, el día 9 de junio el ministro de Economía, Luis de Guindos, anuncia que España ha solicitado y obtenido un rescate financiero por valor de 100.000 millones de euros. De Guindos se refiere al rescate como “un préstamo en condiciones muy favorables”⁴⁰, mientras que el presidente del gobierno, Mariano Rajoy, habla de una “línea de crédito”⁴¹. *Bild*, por su parte, titula que “La UE obliga a España a acogerse al fondo de rescate”⁴², y publica una fotografía del entonces primer ministro de Luxemburgo, Jean-Claude Juncker, agarrando del cuello a Luis de Guindos en un registro jocos, aunque el rostro del ministro español no revela excesiva diversión.

El foco de *Bild*, centrado hasta entonces en Grecia, dirige brevemente su atención hacia España. Tras la votación del Bundestag en la que se daba luz verde a la participación de Alemania en el rescate español, el diario de la editorial Axel Springer titula “¡Adiós, millardos!”⁴³ y se dirige a Angela Merkel: “Señora canciller, ¿volveremos alguna vez a ver este dinero?”⁴⁴. Un día más tarde, *Bild* se hace eco de las protestas en las calles españolas y se pregunta: “¿Es España la nueva Grecia?”⁴⁵. El día 23 de julio, en una nueva entrevista con el ministro alemán de Finanzas, Wolfgang Schäuble, *Bild* plantea la siguiente pregunta: “¿Por qué tenemos que apoquinar por culpa de los bancos españoles, señor Schäuble?”⁴⁶. El lenguaje coloquial utilizado en el título no se corresponde con la entrevista: “¿Por qué tienen que responder los alemanes cuando los bancos españoles tienen pérdidas?”⁴⁷, fue la pregunta real que los periodistas de *Bild* plantearon a Schäuble, o al menos la que transcribieron. Aquí se revela uno de los

⁴⁰ La información está disponible en <http://www.eleconomista.es/espana/noticias/4031557/06/12/Espana-va-pedir-el-rescate-para-sanear-sus-bancos-y-el-Eurogrupo-lo-aceptara-segun-Afp.html> [consultado el 21-08-2015]

⁴¹ La información está disponible en <http://www.abc.es/20120610/economia/abci-rajoy-rescate-banca-201206101225.html> [consultado el 21-08-2015]

⁴² *Bild*, 09-06-2012, p. 2.

⁴³ *Bild*, 20-07-2012, p. 2.

⁴⁴ *Ibíd.*

⁴⁵ *Bild*, 21-07-2012, p. 2.

⁴⁶ *Bild*, 23-07-2012, p. 4.

⁴⁷ *Ibíd.*

mecanismos usuales que definen a un periódico sensacionalista: la utilización de expresiones coloquiales, rozando en ocasiones lo vulgar, para tratar cuestiones que normalmente requieren de vocabulario especializado y numerosos matices. El sensacionalismo, al cabo, trata de simplificar, reducir, hacer aparentemente más accesibles los temas complejos, consiguiendo como resultado un empobrecimiento en la percepción por parte del lector, ya que la variedad y especificidad del lenguaje es lo que acerca precisamente a una comprensión más certera de los fenómenos tratados. *Bild* simplifica el lenguaje y logra con ello construir un discurso fácilmente digerible en base a construcciones simples y maniqueas de la realidad.

Los últimos meses de 2012, *Bild* ataca a los políticos alemanes por haber mentido sobre la posibilidad de que Grecia recibiera más tiempo y dinero para ordenar sus cuentas. Habla del “gobierno Grimm”, en referencia a los célebres hermanos cuentacuentos, y se pregunta: “¿Cuántos cuentos de hadas más nos van a contar?”⁴⁸. Al día siguiente de este ataque, *Bild* ofrece un lugar destacado en su segunda página a una serie de diputados liberal-conservadores, apoyos del gobierno en la cámara baja, que se manifiestan contrarios a la ampliación del paquete de medidas de rescate a Grecia: “¡NOSOTROS DECIMOS NO!”⁴⁹, en letras blancas mayúsculas sobre fondo negro y subrayadas en rojo, es el titular que acompaña la noticia.

El diario sensacionalista insistirá en esta línea, presentando a Merkel, Schäuble, Rainer Brüderle (portavoz parlamentario de los liberales) o Horst Seehofer (presidente de Baviera) como “los aduladores”⁵⁰, en referencia a sus declaraciones positivas y tranquilizadoras sobre Grecia, que para *Bild* no se corresponden con la realidad. Finalmente, el 28 de noviembre, *Bild* ofrece a sus lectores un titular: “La historia interminable”, bajo un fotomontaje en el que se representan a los Schäuble, Christine Lagarde (presidenta del FMI), Merkel o Draghi caracterizados como los personajes principales de la conocida película del mismo título, basada en la novela de Michael Ende. Como subtítulo, la siguiente frase: “A la búsqueda de más y más billones para los griegos”⁵¹.

⁴⁸ *Bild*, 25-10-2012, p. 2.

⁴⁹ *Bild*, 26-10-2012, p. 2.

⁵⁰ *Bild*, 27-11-2012, p. 2.

⁵¹ *Bild*, 28-11-2012, p. 2.

2 Conclusiones

En primer lugar, cabe resaltar la constante contraposición que en el discurso de *Bild* existe entre “nosotros” y “nuestro dinero”, por una parte, frente a “los griegos”, por otra. Se trata de presentar un escenario de comprensión sencilla para el lector, en la que los alemanes juegan el papel de honrados y obedientes trabajadores, que están pagando por los desmanes de otros, de un grupo humano diferente sobre el que cargar la responsabilidad de la crisis. El vocabulario utilizado es puramente coloquial, sobre todo en los titulares, lo que facilita el impacto del mensaje de una manera más directa en el lector. En el cuerpo de la noticia se suelen intercalar comentarios pretendidamente técnicos o especializados con expresiones populares para expresar indignación, asombro o enfado por la situación.

Por otra parte, *Bild* representa un problema complejo, como es la crisis económica que asuela Europa, con argumentos sencillos de comprender, además de repetirlos constantemente para lograr una mejor fijación de los mismos en la mente del receptor. No existe sentido de la responsabilidad ni, por supuesto, voluntad de construir una imagen proporcionada y certera de la realidad.

En cuanto al tratamiento de otros países del sur de Europa, hay que destacar que apenas se le dedica espacio en las páginas de *Bild*. A la hora del rescate de la banca española hubo ciertamente un volumen mayor de informaciones al respecto, aunque en ningún caso se trataron estas del mismo modo que las relacionadas con Grecia, país observado como el eslabón más débil y por lo tanto utilizado como cabeza de turco para descargar las iras de los contribuyentes alemanes.

Se demuestra con este análisis, en definitiva, la puesta en marcha de una campaña de difamación desde las oficinas de *Bild*, que ha colaborado activa y conscientemente en la creación de un estado de opinión negativo en sus lectores presentando a Grecia como un país disoluto donde reinan el despilfarro y la corrupción. Así, este periódico ha tratado de configurar en la mente de su audiencia una imagen detestable del comportamiento de los griegos en general, y no solo de sus clases dirigentes, dando a entender que cualquier correctivo en clave económica, incluyendo una posible salida del euro, no será sino merecido.

Referencias bibliográficas

ASCHMANN, B., SALEWSKI, M. (2005): *Das Bild des “Anderen”. Politische Wahrnehmung im 19. und 20. Jahrhundert*, Stuttgart, Steiner.

- BAKKER, B., FELMAN, J. (2015): “Los ricos y la Gran Recesión” en *Finanzas y desarrollo*, v. 52, n. 2, pp. 38-40.
- BARKER, C., GALASINSKI, D. (2001): *Cultural Studies and Discourse Analysis*, Londres, Sage.
- BUSCH, D. (2005): *Das Bild Griechenlands zwischen Fremd- und Selbstwahrnehmung: Eine Untersuchung der deutschen und griechischen Presseberichterstattung über die Vorbereitungen für die Olympischen Spiele 2004 in Athen*, Berlin, Frank & Timme.
- DE CILLIA, R., REISIGL, M. y WODAK, R. (1999): “The discursive construction of national identities” en *Discourse & Society*, v. 10, pp. 149-173.
- DERVIS, K. (2013): “Europa: perspectivas para el futuro” en *Temas para el debate*, n. 224, pp. 19-21.
- FÜHRER, K.C. (2007): “Erfolg und Macht von Axel Springers „Bild“-Zeitung in den 1950er-Jahren” en *Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History*, n.4, pp. 311–336. Disponible en internet (10-08-2015) <http://www.zeithistorische-forschungen.de/3-2007/id%3D4479>
- GARCÍA, N. E., RUESGA BENITO, S. (coords.) (2014): *¿Qué ha pasado con la economía española? La gran recesión 2.0 (2008 a 2013)*, Madrid, Pirámide.
- JENSEN, K.B. (1991): “Introduction: the qualitative turn”, en JENSEN, K.B., JANKOWSKI, N. W. (eds.): *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, Londres, Routledge, pp. 1-11.
- KRESS, G. (1985): “Ideological Structures in Discourse”, en VAN DIJK, T. A. (ed.): *Handbook of Discourse Analysis*, Londres, Academic Press, v. 4, pp. 27-42.
- QUERO-MUSSOT, A. (2015): “La salida indecisa de Europa de la crisis” en *Política exterior*, n. 164, pp. 132-143.
- SMITH, A. (2002): “Europe's top papers” en *Campaign*. Disponible en internet (17-08-2015) <http://www.campaignlive.co.uk/article/164161/european-newspapers-europes-top-papers>
- STEINBERG, F., MOLINA, I. (2012): “El nuevo gobierno del euro” en *Revista de economía mundial*, n. 2, pp. 59-81.
- TEUBERT, W. (2010): *Meaning, Discourse and Society*, Cambridge (Reino Unido), Cambridge University Press.