



ANÁLISIS DE LOS MODELOS TEÓRICOS UTILIZADOS EN EL ESTUDIO DE LAS ACTITUDES DE LOS CIUDADANOS ANTE LA INTEGRACIÓN EUROPEA

ANALYSIS OF THE THEORETICAL MODELS REGARDING THE STUDY OF CITIZENS' ATTITUDES TOWARDS THE PROJECT OF EUROPEAN INTEGRATION

AUTOR

Joaquín Sotelo González

Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (España)

joaquin.sotelo@gmail.com

RESUMEN

Los medios de comunicación, las autoridades políticas (nacionales y europeas) y numerosas obras académicas de investigación hacen con frecuencia alusión a los estudios de opinión sobre las actitudes de los ciudadanos en relación con el proyecto integrador de la Unión Europea. El interés en conocer tales actitudes se remonta al principio de dicho proceso integrador, pero los métodos en la realización de este tipo de estudios no siempre han sido los mismos. Proponemos un análisis de los elementos teóricos subyacentes a la elaboración de los cuestionarios a los que se somete a los ciudadanos para conocer las opiniones de estos respecto a la actual Unión Europea.



PALABRAS CLAVE:

Opinión pública – Unión Europea – Encuestas de opinión – Actitudes

ABSTRACT

The media, political authorities (national and European) and many other academic works of research often refer to opinion studies regarding citizens' attitudes towards the project of integration concerning the European Union. Interest in knowing about these attitudes dates back to the beginning of the project, however the methods used to carry out these studies have not always been the same. We propose an analysis of the underlying theoretical elements regarding the preparation of the surveys which are carried out among citizens in order to gather data on their opinions of the current European Union.

KEY WORDS

Public opinion – European Union – Polls – Attitudes

ÍNDICE

1. Introducción.
2. Los modelos teóricos utilizados en el estudio de las actitudes ciudadanas ante la integración europea.
 - 2.1. El "enfoque del actor racional".
 - 2.2. El enfoque del cosmopolitismo.
 - 2.3. La influencia de la identidad nacional y la memoria histórica.
3. Bibliografía



1. Introducción

La abundante y creciente literatura sobre los aspectos políticos, económicos y jurídicos de la Unión Europea contrasta con la escasez de estudios, al menos en España, sobre opinión pública acerca de la institución comunitaria que actualmente agrupa a varios Estados europeos. En nuestro país, el Centro de Investigaciones Sociológicas ha sido el organismo que más interés ha mostrado por conocer la opinión de los ciudadanos españoles en lo relativo a la integración europea.

¿Qué es o en qué consiste la opinión pública? Se han escrito cientos de libros para tratar de dar respuesta a esta pregunta, pero no existe una respuesta definitiva. La ausencia de una definición consensuada confirma la impresión de que se trata de una cuestión compleja. De hecho, parece comúnmente aceptado que cualquier estudio sobre este asunto requiere de una aproximación pluridimensional, como apunta el profesor José Luis Dader (1992), en la que entrarían en juego la Sociología, la Psicología, la Filosofía Política y la Comunicación.

Uno de los puntos en los que se aprecia cierta coincidencia en los trabajos más recientes sobre este particular es el que se refiere a la estrecha relación -"íntima conexión", en palabras de Vincent Price (2004), entre la opinión pública y las discusiones, debates y tomas de decisión de carácter colectivo. La opinión pública se hace posible con relaciones, con comunicación, con debates, con organización. Para Price y Roberts es

"un complejo de procesos de comunicación, que suponen relaciones entre distintos niveles a lo largo del tiempo, y en el que la gente, los grupos y las organizaciones desempeñan roles diferenciados. Estos procesos de opinión son públicos en el sentido de que operan juntos,



a través de varios niveles, con el fin de dar forma a respuestas colectivas a asuntos sociales”¹

Por tanto, la opinión pública es dinámica en función del nivel y del asunto sobre el que haya que responder colectivamente y existe en virtud de la falta de unanimidad en relación con ese asunto. A la vista de lo dicho, se entiende entonces la siguiente observación de Cándido Monzón Arribas (1987, 149), autor de uno de los libros más completos sobre esta materia -*La opinión pública. Teorías, concepto y métodos*:-

“La opinión pública necesita de tal manera los medios de comunicación para su expresión y conocimiento que, hoy en día, se hace prácticamente imposible su existencia sin los mismos”.

Es frecuente identificar opinión pública y sondeos de opinión y concluir que aquella no es más que lo que dicen estos. A pesar del recurrente uso que se hace de los estudios sociológicos estadísticos, tanto en los medios de comunicación como en trabajos académicos, no debe olvidarse que, como apunta el profesor Dader, *“la detección empírica, por sondeo de opinión, contribuirá a conocer parcialmente una opinión pública, pero no aporta un conocimiento definitivo de ella”* (Muñoz Alonso, 1990, 192).

Para Monzón Arribas, *“las encuestas de opinión no miden propiamente la opinión pública sino que reflejan o fotografían las opiniones y actitudes de la población en un momento dado, es decir, los estados de opinión”.* La teoría diferencia entre corrientes de opinión, estados de opinión y climas de opinión. Según el profesor Monzón Arribas, la existencia de corrientes de opinión se apoya sobre el sentido

¹ La cita ha sido extraída de SÁNCHEZ MARTÍNEZ, Mariano (1999): *Bases de la política de información y comunicación de la Comunidad Europea*, Centro de Investigaciones Sociológicas en coedición con Siglo XXI de España Editores. Madrid, (pág. 59). El autor la refiere a (*sic.*) Price, Vincent & Roberts, Donald F. (1987): “Public opinion process”, en C. R. Berger y S. H. Chaffee (comps.): *Handbook of communication science*. Newbury Park, CA, Sage. Págs. 781-816.



dinámico de la sociedad, aluden al consenso de un sector de la ciudadanía, mientras que un estado de opinión es la consideración de una corriente en un momento dado y en forma estática, es la toma de pulso sincrónica de una corriente de opinión. Y el clima de opinión es el marco axial en el que aparecen las corrientes, es decir, el conjunto de creencias, valores, tradiciones, expectativas... comúnmente aceptados y reconocidos en un sistema social.

Párrafos atrás, aludíamos a los estudios del Centro de Investigaciones Sociológicas como una de las fuentes más utilizadas y mencionadas en España para conocer la opinión de los ciudadanos españoles en lo relativo a la integración europea, pero, en este sentido, no podemos dejar de aludir también a los sondeos de opinión conocidos como *Eurobarómetro*, el instrumento con el que las autoridades comunitarias "miden" el nivel de apoyo de los europeos al proceso de integración.

Los *eurobarómetros* son presentados como "encuestas de opinión pública", lo que, a la vista de lo comentado, debe ser matizado, cuando no puesto en entredicho. Si acaso, permiten conocer un conjunto de opiniones individuales más o menos representativas de una población. Tal y como son concebidos los *eurobarómetros*, se prescinde tanto del carácter procesual de la opinión pública, como del desarrollo a distintos niveles de la misma. El hecho de que unos individuos hagan "pública" su "opinión" respondiendo a las preguntas de un cuestionario no significa que participen en el proceso de la opinión pública. Y lo mismo podemos decir de las encuestas temáticamente afines realizadas en el ámbito español por el Centro de Investigaciones Sociológicas. El público no es un mero agregado de individuos -masa- carente de organización, por lo que la opinión pública no es una suma de opiniones individuales, sino un "*producto cooperativo de comunicación e influencia recíproca*".²

² Es la idea de Charles H. Cooley, ya publicada a principios de siglo XX, en COOLEY, Ch. H., *Social organization. A study of the larger mind* (1922). Charles Scribner's sons. New York.



Otro debate abierto es el relativo al interés de cada individuo en según qué asunto público. En el ámbito concreto de las audiencias, C. Zukin (Sánchez Martínez, 1999, 61-62) distingue cuatro estratos que, ordenados de mayor a menor interés de la audiencia por esos asuntos públicos, serían los siguientes: audiencias atentas, latentes, inadvertidas y apáticas. Siempre hay gente desconectada de las preocupaciones colectivas de turno y, por lo tanto, al margen del proceso de la opinión pública, pero eso no significa un desenganche definitivo, porque el individuo puede cobrar o recobrar el interés por un asunto público en cualquier momento. Así las cosas, ¿puede decirse que únicamente las personas interesadas forman parte de los procesos de opinión pública?, ¿se discrimina de alguna manera a la hora de realizar los sondeos a los sujetos desconectados del asunto en cuestión de los auténticos interesados en tal asunto?

Lo que parece fuera de dudas es que, en la sociedad actual, los medios de comunicación desempeñan un papel decisivo en relación con el fenómeno de la opinión pública. Para empezar, marcan la "agenda". Quizá no digan lo que hay que pensar, pero sí sobre lo que hay que pensar.³ De entre los múltiples hechos y acontecimientos, seleccionan algunos y los lanzan al espacio público. En cierto modo, canalizan el diálogo general -"dirigen la orquesta", como diría el profesor Dader citando a Niklas Luhmann y a Jürgen Habermas- y pueden presentar determinada opinión como común y auténtica sin serlo. Los medios de comunicación no sólo median, sino que mediatizan, como observa Cándido Monzón Arribas. Son, incluso a nivel personal, la principal fuente de información a partir de la cual los sujetos se forman una imagen de la realidad, una percepción del mundo y determinadas categorías de pensamiento con las que interpretan cuanto de interpretable hay en lo

³ Como dice Dader en "Las teorías contemporáneas", en MUÑOZ ALONSO, A. [et al.], *Op. cit.*, (pág. 211):

"Son los medios de comunicación social los que normalmente crean y sostienen la atención y el diálogo de la gente en torno a unos temas. Los medios serían responsables, en gran medida, de la fijación de esos lugares comunes de concentración de la atención, mediante el proceso de selección de temas -o tematización-, lo que directamente remite al efecto de "agenda-setting" o canalización".



que les rodea. Los medios filtran determinadas demandas y propuestas actuando como mecanismos simplificadores en sociedades cada vez más complejas y deshumanizadas.

Además de recoger opiniones, a los sondeos se les reconoce cierta potencialidad para crear opinión. La relación entre sociedad y elites -nos recuerda David Easton (1979)- es retroalimentaria, de modo que un cambio en la opinión pública puede provocar un cambio en las políticas, en nuestro caso de interés, en las políticas europeas. Los estados de opinión pueden influir en el proceso de integración europea. No digamos ya una expresión protocolizada, como puede ser un referéndum.⁴

Reseñadas ya algunas cautelas que deben ser tomadas en la utilización de los datos derivados de las encuestas de opinión y en toda aproximación científica a este asunto, detengámonos ahora en la lógica interna subyacente a los sondeos que sobre las actitudes de la ciudadanía hacia la Unión Europea se realizan, con especial detenimiento en el caso español.

2. Los modelos teóricos utilizados en el estudio de las actitudes ciudadanas ante la integración europea

El interés en conocer las actitudes de la ciudadanía europea ante el proceso de integración continental se remonta al principio de dicho proceso integrador. Ya a mediados del pasado siglo XX, aparecen estudios al respecto como los de K. W. Deutsch, L. J. Edinger, R. C. Macridis y R. L. Merritt, en 1967, *-France, Germany and*

⁴ En este sentido, encontramos un paradigma en el rechazo al Tratado de la Unión Europea que los ciudadanos daneses expresaron en las urnas el 2 de junio de 1992. Aquella negativa supuso una marcha atrás y un replanteamiento en Dinamarca de los términos del Tratado, que fue aprobado en un segundo referéndum una vez tomadas las decisiones de permanecer fuera de la unión monetaria y de la política de defensa común.



*the Western Alliance*⁵ o los de L. N. Lindberg y S. A. Scheingold, en 1970, *-Europe's Would-be Polity*.⁶ Sin embargo, no es hasta los años setenta cuando empieza a medirse sistemáticamente la evolución de la opinión pública en relación con esta cuestión.⁷ Es a partir de entonces cuando también surgen las primeras formulaciones de modelos explicativos, como las de R. Inglehart, R. Shepherd, W. Feld y J. Wildgen, M. Hewstone, R. Eichenberg y R. Dalton. Durante muchos años, dominó la idea de que el único factor determinante del ritmo de integración eran las decisiones tomadas por las elites, tal y como ya venía apuntando E. B. Haas desde mediados de los sesenta. Aunque las elites todavía ejercen un papel crucial, los episodios de profundización en el proceso de integración europea más cercanos a nuestros días han demostrado que ese protagonismo exclusivo ya no tiene justificación, porque sobran los ejemplos de movilizaciones o resultados sociales de protesta respecto a determinadas decisiones o propuestas sobre medidas de construcción comunitaria europea: adopción de moneda única, ampliación comunitaria, proyecto de tratado constitucional...

A la hora de explicar las actitudes de la gente ante la integración europea, los científicos sociales trabajan principalmente con tres marcos teóricos que aplican a la elaboración de los cuestionarios a los que luego someten con criterios científicos a los ciudadanos.

2.1. El "enfoque del actor racional"

El primero de esos marcos teóricos se basa en consideraciones racionales de orden económico, es el denominado "enfoque del actor racional". Este enfoque enfatiza

⁵ DEUTSCH, K. W.; EDINGER, L. J.; MACRIDIS, R. C. Y MERRITT, R. L. (1967): *France, Germany and the Western Alliance*. Scribner. New York.

⁶ LINDBERG, L. N. Y SCHEINGOLD, S. A. (1979): *Europe's Would-be Polity. Patterns of Change in the European Community*, Prentice-Hall. Englewood Cliffs.

⁷ Los Eurobarómetros se vienen realizando ininterrumpidamente desde 1973.



sobre el cálculo de costes y beneficios y, según la teoría, los individuos serán más favorables a la Unión Europea y expresarán un mayor grado de europeísmo cuanto mayores sean las ventajas que asocien con la pertenencia a la Unión Europea. La operacionalización de los costes y beneficios de la integración es considerada por Miles Hewstone (1986) como uno de los factores más importantes de la actitud ante la Unión Europea⁸.

El enfoque del actor racional se manifiesta en teorías como la denominada *Value-Expectancy Theory*, desarrollada en la década de los sesenta del siglo XX por M. Fishbein. También se manifiesta, como apuntan R. Eichenberg y R. Dalton (1993), en la influencia que sobre el nivel de apoyo a la integración ejerce el conocimiento de datos relativos a las tendencias de inflación, tasas de desempleo y crecimiento económico. Una tercera manifestación de este enfoque otorga un destacado papel a las elites racionales que calculan los costes y los beneficios de la integración y que luego transmiten sus conclusiones a una masa desinformada que acepta acríticamente esas evaluaciones y moldea su percepción en función de ellas. Cuanto más dispares sean las evaluaciones de las elites, más dividida estará la opinión pública.

El concepto de "apoyo utilitarista" viene siendo utilizado desde los años setenta del siglo XX cuando se trata de explicar actitudes hacia la integración, de manera que el individuo valora la pertenencia a la Unión Europea en función del cálculo de ganancias y pérdidas -personales y nacionales- derivadas de dicha pertenencia.

Los cuestionarios utilizados en los estudios del Centro de Investigaciones Sociológicas -también en el Eurobarómetro- incluyen una serie de preguntas para

⁸ Otras importantes variables para este autor son la confianza en las instituciones europeas, el interés en los asuntos de la Unión Europea y el grado en que se espera que ésta alcance objetivos deseados. También el contacto entre ciudadanos comunitarios, la afinidad con ellos y la evaluación relativa del propio país son variables influyentes en la percepción ciudadana del proceso de integración.



detectar la percepción de costes y beneficios derivados de la pertenencia a la Unión Europea (Díez Medrano, 1995, 23):

"¿Cree usted que la pertenencia de España a la Comunidad Europea [hoy Unión Europea] beneficia mucho, bastante, poco o nada a nuestro país?"; "Ahora le voy a leer una serie de frases y me gustaría que me dijera cuál es su grado de acuerdo con cada una de ellas: muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo: - Personalmente, me he beneficiado de que España pertenezca a la Comunidad Europea. / -España ha salido perjudicada de su pertenencia a la Comunidad Europea. / -La pertenencia de España a la Comunidad Europea sirve para enriquecer a otros países. / - España se ha beneficiado de la política agraria común. / -El dinero que España recibe de la Comunidad supone una ayuda muy pequeña para la economía española".

Según la *Value-Expectancy Theory* -"objetivos deseados y probabilidad de logro de los mismos"-

*"la actitud ante un objeto es una función compuesta del valor otorgado a los atributos u objetivos aparentes del objeto y la probabilidad percibida por los individuos de que el objeto esté de verdad asociado a tales objetivos", es decir, las "actitudes son función de la suma de productos de los valores otorgados por los individuos a distintas metas que se ha fijado la Unión Europea y las probabilidades percibidas por los individuos de que tales metas se alcancen"*⁹.

⁹ *Ibid.*, (págs. 24-25). De manera algebraica, la expresión sería:

n

$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i e_i$, donde A_0 es la actitud ante un objeto O ; b_i es la probabilidad subjetiva de que O esté



El índice de *value-expectancy* se obtiene con la formulación de preguntas relativas al grado de confianza en que se consigan metas tales como alcanzar una política exterior y de defensa común, conseguir que haya paz en Europa, lograr una Constitución Europea, etc.

Sabido es que uno de los objetivos históricos de la Unión Europea ha sido eliminar barreras a la libre circulación de productos, servicios, personas y capitales. Sería entonces de esperar que los individuos identificados con esta meta fueran más europeístas que aquellos proteccionistas contrarios a ella. Pues bien, en el Estudio 2084 realizado por el Centro de Investigaciones Sociológicas entre el 8 y el 13 de marzo de 1994, se incluyeron dos preguntas -la número 22 y la número 23- relacionadas con las actitudes librecambismo/proteccionismo:

P. 22: Dígame si está usted muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con la frase siguiente: "*Se debería proteger a los productos españoles de la competencia de productos de otros países de la Comunidad Europea*".

| | |
|--------------------------|--------|
| Muy de acuerdo | 44,6 % |
| De acuerdo | 38,5 % |
| En desacuerdo | 7,3 % |
| Muy en desacuerdo | 0,8 % |
| NS | 8,3 % |
| NC | 0,4 % |

P. 23: Imagínesse que un banco o empresa de su ciudad tiene que elegir entre dos personas para el puesto de director, una de ellas es de aquí y la otra es de otro país

i=1

asociado al atributo i ; e_i es el valor otorgado al atributo i ; y n es el número de atributos.



de la Comunidad Europea. La persona que viene del otro país europeo está ligeramente más preparada que la de aquí. ¿A quién contrataría Usted?

| | |
|---|--------|
| A la persona de otro país de la CE | 27,4 % |
| A la persona de aquí | 53,7 % |
| Le daría igual | 10,3 % |
| NS | 8,0 % |
| NC | 0,6 % |

Los datos revelan actitudes mayoritariamente proteccionistas por parte de los encuestados, lo que, en una teoría lógica, debería redundar en un rechazo a la Unión Europea del mismo o similar grado. Sin embargo, y a tenor de otros datos recogidos en ese mismo Estudio 2084 del Centro de Investigaciones Sociológicas, no es así. En la pregunta número 21 se pide a los mismos encuestados que se pronuncien sobre su actitud, en general, hacia la Comunidad: un 5,9 % se manifiesta muy a favor; un 30,6 %, bastante a favor; un 22,4 %, algo a favor; un 22,4 %, ni a favor ni en contra; un 7,2 %, algo en contra; un 3 %, bastante en contra; un 1,9 %, muy en contra; un 6,1 %, no sabe y un 0,5 %, no contesta. Es decir, el porcentaje de encuestados que se manifiesta algo en contra (7,2 %), bastante en contra (3 %) y muy en contra (1,9 %) suma un 12,1 % en total, mientras que el porcentaje de proteccionistas llega al 83,1 % en la pregunta 22 (44,6% + 38,5%). Las contradicciones son evidentes. Más aún si relacionamos las respuestas a las preguntas número 23 y número 13 del cuestionario: si en la número 23 comprobamos que un 53,7 % contrataría "a la persona de aquí", en la número 13 comprobamos que un 28,6 % considera muy importante "eliminar todas las barreras a la libre circulación de trabajadores entre los países de la CE" y un 43,6 % lo considera bastante importante.



Aun aceptando el argumento de que ser partidario de la Unión Europea no tiene por qué significar estar a favor de la eliminación de las barreras nacionales al comercio y a la circulación de las personas, es evidente que existen contradicciones. La detección de una asociación entre actitudes librecambistas y actitudes europeístas hablaría más en favor del conocimiento que los españoles tienen del significado de la Unión Europea.

2.2. El enfoque del cosmopolitismo

El segundo marco teórico utilizado por los científicos sociales a la hora de explicar las actitudes ciudadanas hacia la integración es el denominado enfoque del cosmopolitismo, lo que R. Inglehart (1991) denomina como existencia de valores postmaterialistas/localistas que, junto a las habilidades políticas individuales y la antigüedad del país como miembro de la Unión Europea, es una de las tres variables que, según Inglehart, influyen en las actitudes hacia la Europa comunitaria.

El postmaterialismo surge, según R. Inglehart, tras la segunda guerra mundial como consecuencia de una serie de cambios operados en las poblaciones europeas, que se acostumbran a la seguridad económica y física y que tienden a sentirse menos amenazadas por sus vecinos. Cuando un individuo tiene sus necesidades básicas cubiertas, sus preocupaciones se dirigen a asuntos de carácter más intelectual, le asaltan otras inquietudes más abstractas que las meras pulsiones materialistas de conservación básica. El surgimiento del postmaterialismo posbélico contribuyó al declive del nacionalismo y del patriotismo exacerbado entre las poblaciones de Europa Occidental y estimuló la formación de alianzas internacionales.¹⁰ Entre los rasgos de los individuos postmaterialistas está el de su actitud supranacionalista, relacionada a su vez con altos niveles de habilidades políticas y de movilización

¹⁰ Para una mayor profundización en este tema, consultar INGLEHART, R. (1991): *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, (págs. 466-473).



cognitiva.¹¹ El desarrollo de valores postmaterialistas en la población, tales como la sensación de ciudadanía europea o la menor predisposición a luchar por el país propio, predice actitudes cosmopolitas y, por tanto, actitudes más positivas hacia la Unión Europea.

J. H. Janssen (1991) disiente en parte de la teoría de R. Inglehart, porque si bien reconoce que los postmaterialistas son más favorables a la Unión Europea, ello no es tanto por sus valores como por poseer mayores habilidades de tipo político que los materialistas. M. Gabel (1998) va más allá en la crítica a la relación postmaterialismo/apoyo a la Unión Europea y dice que los valores postmaterialistas y la movilización cognitiva sólo sirven de explicación para los miembros originarios de la Comunidad Económica Europea, pero no para los posteriormente incorporados. Para Gabel, el criterio definitivo de apoyo o no a la integración es el cálculo coste/beneficio y, también, el partidismo político y el apoyo al Gobierno de turno, de manera que si el partido político con el que se identifica el individuo es europeísta, también lo es el propio individuo, lo mismo que si está de acuerdo con la política del Gobierno de su país y ésta es de corte europeísta.

El primer autor en utilizar el papel del desarrollo de una visión cosmopolita en la adopción de actitudes integracionistas fue K. W. Deutsch, a principios de los años cincuenta del siglo XX. Los modelos posteriores inspirados en el de Deutsch incluyen variables estructurales como la frecuencia de viajes al extranjero o el hecho de haber trabajado o de haber vivido en algún otro país europeo durante un determinado espacio de tiempo, por ejemplo, durante seis meses.

¹¹ El grado de movilización cognitiva del individuo es directamente proporcional a su capacidad para recibir e interpretar mensajes emitidos por una comunidad política remota. Según los desarrolladores de este concepto, K. W. Deutsch e R. Inglehart, la movilización cognitiva se incrementa a medida que se intensifica el seguimiento de las noticias y la frecuencia con la que se habla de política.



M. Hewston realizó un complejo y sofisticado estudio en el año 1986 -*Understanding Attitudes to the European Community*-, en el que integró los dos enfoques hasta ahora comentados, el del actor racional y el del cosmopolitismo. Díez Medrano (Ibid., 13) menciona algunas de las conclusiones de dicho estudio:

"1) Los europeos tienen un conocimiento muy limitado de la Comunidad Europea. 2) En líneas generales, el grado de apoyo a la Comunidad Europea es bastante elevado. 3) Las variables más importantes a la hora de explicar las actitudes ante la Comunidad Europea son las consideraciones de costes y beneficios, la confianza en las instituciones europeas, el interés por los asuntos de la Comunidad Europea y el grado en que se espera que la Comunidad Europea alcance objetivos deseados. Otras variables como son el contacto con ciudadanos de otros países de la Comunidad Europea, el grado de afinidad hacia dichos ciudadanos, y la evaluación relativa del propio país, afectan de manera indirecta a las actitudes ante la Comunidad Europea al incidir sobre la evaluación de costes y beneficios y el grado en que se espera que la Comunidad Europea alcance objetivos deseados. 4) Los ingleses son menos pro-europeos que los alemanes, franceses e italianos".

2.3. La influencia de la identidad nacional y la memoria histórica

El tercer marco teórico en la averiguación empírica de las actitudes de los ciudadanos hacia la integración europea es el que se refiere a la influencia de la identidad nacional y la memoria histórica. El propio M. Hewstone introdujo estas variables en su mencionado estudio y, precisamente con ellas, explica el menor europeísmo de los británicos. Dentro de esta tercera tradición se enmarcan las obras de autores como E. Benoit, E. Noelle-Neumann, L. Barzini, W. J. Mommsen, D. Vernet, W. Wallace, M. Slater y E. Schultz. Desde este punto de vista, se justifica el apoyo de



Alemania a la integración, por ejemplo, por el deseo de este país de abandonar el aislamiento político en el que se vio tras su derrota en la segunda guerra mundial. Para Francia, la unificación habría sido considerada un medio para conseguir el liderazgo político sobre Europa. En el caso español, el notable apoyo a la integración se habría basado, según esta teoría, en la identificación de Europa con la modernización y el progreso, con la democracia, el aperturismo y las libertades. El ingreso de España en la Comunidad Europea habría sido idealizado como la oportunidad de cerrar definitivamente un período de aislamiento y *anormalidad* -la dictadura franquista- y consumir casi irreversiblemente la transición democrática. Recordemos que en los años de la transición, todas las fuerzas políticas y sindicales, si bien por motivos estratégicamente distintos, estaban de acuerdo en el *acercamiento* a Europa. También se ha sugerido que tras la pérdida de las últimas colonias, en 1898, los españoles habrían adquirido cierto complejo de inferioridad que habría justificado asimismo el apoyo a la integración. En cierto modo, sería el célebre "problema de España", según el cual, en términos orteguianos, España era el problema y Europa, la solución. En el otro extremo, el relativo recelo británico a la integración estaría basado en su tradicional aislacionismo, en el que bastante tendría que ver su condición de insularidad, en su atlantismo o "especial relación" con los Estados Unidos y en una serie de particularidades tanto de la historia como del carácter británico.

A pesar del sentido que tiene todo lo dicho en el párrafo anterior, realmente todavía está por evaluar empíricamente entre la población en general el papel desempeñado por la identidad nacional y la memoria histórica en la formación de actitudes ante la integración europea.

Dentro de este tercer marco teórico es usual encontrar en los cuestionarios preguntas relativas a las imágenes nacionales y de otros países o grupos de países. Es plausible que, a falta de otras informaciones, las personas nos guíen por las imágenes, positivas o negativas, que cada uno tiene asociadas al objeto sobre el que



se nos pide que nos definamos a favor o en contra. Es lógico predecir una relación positiva entre las imágenes que los individuos tienen de la Unión Europea y sus actitudes hacia ella. Más difícil es predecir el tipo de relación -positiva o negativa- entre las imágenes que el individuo tenga de su país y su actitud hacia la Unión Europea.

Para medir las imágenes que los entrevistados tienen de España y de la Unión Europea suelen incluirse en los cuestionarios indicadores de carácter socioeconómico -rendimiento en el trabajo, competitividad, eficiencia, salarios...-, indicadores de carácter político -corrupción, confianza en las instituciones...-, indicadores relativos a justicia social e indicadores relativos a calidad de vida.

En los estudios de opinión no sólo se incluyen preguntas para medir el grado de identificación del individuo con su Estado, sino también para medir el grado de identificación del individuo con su región. Y a partir de los datos obtenidos, se trata de establecer algún tipo de relación entre esas identificaciones y las actitudes integracionistas, tarea realmente difícil por la cantidad de hipótesis que se pueden barajar. Por ejemplo, el caso de un individuo que manifieste una identificación más intensa con su región que con su Estado puede ser entendido como una falta de confianza en las instituciones estatales, lo que podría traducirse en un mayor apoyo a instituciones supranacionales, como las de la Unión Europea, tendentes a asumir los papeles del Estado con el que el informante está insatisfecho. Luego estaríamos ante una relación positiva: cuanto mayor es la identificación con la región, mayor apoyo a la Unión Europea.¹² Pero podríamos encontrarnos una relación negativa si el

¹² Miguel de Unamuno habría explicado tal circunstancia como

"un curioso fenómeno que cabe llamar de polarización, consistente en que van creciendo paralelos el sentimiento cosmopolita de Humanidad y el apego a la pequeña región nativa [...] a expensas del sentimiento patriótico nacional". Lluís Racionero, en su obra *España en Europa*, de la que se ha extraído la cita de Unamuno, suscribe la idea unamuniana: *"Cuando vamos a diluirnos en un todo más amplio, necesitamos una zona de referencia para saber quiénes somos, para conservar nuestra personalidad"*. *"El hombre se identifica más fuertemente con lo que toca, huele y ve, aquello que pisa con vivencias más que con abstracciones, convivencias más que constituciones"*, (págs. 140-141).



individuo se identifica fuertemente con la región y no apoya a la Unión Europea. En ese caso una hipótesis socorrida sería pensar que ese individuo tiene un mayor apego a lo cercano y que recela de lo que va más allá de su entorno más directo.

Pero hay otros muchos indicadores que condicionan o pueden condicionar las actitudes de la opinión pública hacia la integración. De hecho, aspectos tales como la situación económica doméstica, el momento y las circunstancias del ingreso de cada Estado en el proyecto comunitario europeo o la antigüedad de pertenencia de cada nación pueden provocar variaciones en la opinión pública sobre la Unión Europea.

3. Bibliografía

COOLEY, Ch. H. (1922): *Social organization. A study of the larger mind*. Charles Scribner's sons. New York.

DADER, José Luis (1992): *El periodista en el espacio público*. Bosch. Barcelona.

DEUTSCH, K. W.; EDINGER, L. J.; MACRIDIS, R. C. y MERRITT, R. L. (1967): *France, Germany and the Western Alliance*. Scribner. New York.

DÍEZ MEDRANO, Juan (1995): *La opinión pública española y la integración europea: 1994*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid.

EASTON, David (1979): *Esquema para el análisis político*. Amorrortu editors. Buenos Aires.

EICHENBERG, R. C.; DALTON, R. J., "Europeans and the European Community: The Dynamics of Public Support for European Integration", *International Organization*, Vol. 47, No. 4, (Autumn, 1993), (págs. 507-534).

GABEL, M., "Public support for European integration. An empirical test of five theories", *Journal of Politics*, No. 60, (1998), (págs. 333-354).

REVISTA DE LA SEECI

Sotelo González, Joaquín (2007): *Análisis de los modelos teóricos utilizados en el estudio de las actitudes de los ciudadanos ante la integración europea*. Nº 14. Noviembre. Año XI. Páginas 42-60
ISSN: 1576-3420 DOI: <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2007.14.42-60>



HEWSTONE, M. (1986): *Understanding Attitudes to the European Community: A Social-Psychological Study in Four Member States*. Cambridge University Press. Cambridge.

INGLEHART, R. (1991): *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid.

JANSSEN, J. H., "Postmaterialism, cognitive mobilization, and support for European integration", *British Journal of Political Science*, No. 21, (1991), (págs. 443-468).

LINDBERG, L. N.; SCHEINGOLD, S. A. (1979): *Europe's Would-be Polity. Patterns of Change in the European Community*. Prentice-Hall. Englewood Cliffs.

MONZÓN ARRIBAS, Cándido (1987): *La opinión pública. Teoría, concepto y métodos*. Tecnos. Madrid.

MUÑOZ ALONSO, Alejandro [et al.] (1990): *Opinión pública y comunicación política*. Eudema Universidad. Madrid.

PRICE, Vincent (2004): *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Paidós. Barcelona.

RACIONERO, Lluís (1987): *España en Europa*. Planeta. Barcelona.

SÁNCHEZ MARTÍNEZ, Mariano (1999): *Bases de la política de información y comunicación de la Comunidad Europea*. Centro de Investigaciones Sociológicas en coedición con Siglo XXI de España Editores. Madrid.