

■ CONSTRUCCIÓN EUROPEA, IDENTIDADES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Víctor Pérez-Díaz
Juan Carlos Rodríguez
Josu Mezo



ESTUDIOS
DE LA FUNDACION

SERIE ECONOMÍA Y SOCIEDAD



■ **CONSTRUCCIÓN EUROPEA, IDENTIDADES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Víctor Pérez-Díaz
Juan Carlos Rodríguez
Josu Mezo

Funcas

PATRONATO

ISIDRO FAINÉ CASAS
JOSÉ MARÍA MÉNDEZ ÁLVAREZ-CEDRÓN
FERNANDO CONLLEDO LANTERO
CARLOS EGEA KRAUEL
MIGUEL ÁNGEL ESCOTET ÁLVAREZ
AMADO FRANCO LAHOZ
MANUEL MENÉNDEZ MENÉNDEZ
PEDRO ANTONIO MERINO GARCÍA
ANTONIO PULIDO GUTIÉRREZ
VICTORIO VALLE SÁNCHEZ
GREGORIO VILLALABEITIA GALARRAGA

DIRECTOR GENERAL

CARLOS OCAÑA PÉREZ DE TUDELA

Impreso en España
Edita: Funcas
Caballero de Gracia, 28, 28013 - Madrid
© Funcas

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, así como la edición de su contenido por medio de cualquier proceso reprográfico o fónico, electrónico o mecánico, especialmente imprenta, fotocopia, microfilm, *offset* o mimeógrafo, sin la previa autorización escrita del editor.

ISBN: 978-84-15722-96-0
ISBN: 978-84-15722-97-7
Depósito legal: M-31829-2018
Maquetación: Funcas
Imprime: Cecabank



PRESENTACIÓN

Transcurrido ya casi un lustro desde que los indicadores económicos anunciaron el cambio de ciclo y los signos de la recuperación comenzaron a manifestarse, en amplios sectores de las sociedades europeas persiste la sensación de crisis. La desconfianza y el desánimo parecen haberse instalado en una Europa que, a principios de siglo, se mostraba razonablemente confiada y optimista. Este libro contribuye a explicar las razones de esta situación. Consta de tres capítulos en torno a Europa, en concreto, a su futuro como proyecto político, a la identidad que genera (o no) entre los ciudadanos y al papel que los medios de comunicación han desempeñado en la representación de la realidad y el ascenso de los populismos. A través de estos textos, Víctor Pérez-Díaz, Juan Carlos Rodríguez y Josu Mezo trazan y analizan algunos de los problemas de fondo más importantes de Europa, aportando conocimientos y reflexiones basados en muchos años de estudio e investigación sobre estas cuestiones y otras relacionadas con ellas.

En el primer texto, “Europa en busca de sí misma. Por una estrategia indirecta de la construcción europea”, Pérez-Díaz expone su visión del proyecto europeo como una trayectoria que ha de definirse colectivamente sobre la base del conocimiento, entendimiento y aprendizaje mutuos de las diferentes sociedades europeas. Enfoca la atención en los ciudadanos y su cultura cívica, y toma así distancia de aquellos análisis centrados en las elites como actores determinantes del devenir europeo. A su juicio, en las elites no reside el potencial de superación efectiva y estable de la crisis, sino en una comunidad política formada por (a)gentes responsables, con cierto sentido de eficacia a través de su voz y participación en el espacio público, más proclives a la conversación y a la convivencia en paz y prosperidad que a la tensión y al conflicto. Sí, esta idea de la comunidad responde, en gran medida, a un ideal normativo; pero, según argumenta el autor, en realidad no se encuentra tan alejado de la imagen de las sociedades europeas que perfilan las encuestas, cuyos resultados permiten vislumbrar dosis nada desdeñables de inteligencia y prudencia políticas, así como de sentido cívico.

Ciertamente, a primera vista, el europeísmo no avanza en las sociedades que integran el núcleo de la Unión Europea. Como muestra Juan Carlos Rodríguez en “La evolución y las implicaciones políticas de la identidad europea”, desde que entramos en el último cuarto del siglo XX en los países de la zona del euro no han aumentado los porcentajes de quienes se ven como europeos o se sienten unidos a Europa. Ahora bien, lo que sí permiten afirmar los datos de encuestas recientes es que la identidad europea está llena de contenido político. En efecto, los sentimientos de cercanía hacia Europa entrañan toda una serie de actitudes relacionadas con

la sociedad, la economía y la política, y con la percepción de uno mismo respecto a esas esferas. Son muchos los ciudadanos cuya comunidad política de referencia no es solo nacional o regional, sino también europea, que se sienten cómodos con una identidad híbrida y comparten una serie de actitudes básicas sobre las que es posible impulsar un debate público transnacional, una red de solidaridad social y política entre los ciudadanos de los diferentes Estados miembros y un proyecto europeo más atractivo y convincente –en definitiva, más prometedor– que el hoy existente.

Contra ese proyecto de mayor proximidad e integración europeas se posicionan las fuerzas políticas populistas y nacionalistas, que, poniendo en cuestión algunos de los consensos políticos básicos de las democracias representativas, han cobrado gran importancia política y electoral en los últimos años. Al papel de la prensa en este proceso de emergencia y afirmación populistas dedica Josu Mezo el tercer capítulo de este libro. Bajo el título “Medios de comunicación, descontento político y populismo en Francia, Italia y España”, Mezo se propone entender la relación que se ha creado entre los medios, tanto los más sensacionalistas como los más elitistas, por un lado, y el descontento social y el avance de los populismos, por otro.

En un momento en el que la política europea aparece dominada por la desorientación y las desavenencias, las tres piezas que componen este libro invitan a la búsqueda de experiencias, tradiciones y debates compartidos, de espacios comunes para el razonamiento y la conversación sobre el rumbo de Europa en las próximas décadas. La meta es incierta, pero mucho depende de cómo se desarrolle la singladura: puede hacerse dejando cómodamente que unos pocos mantengan el timón y remen, sin importar mucho hacia dónde vamos, o, por el contrario, que el trayecto vaya discurriendo y ajustándose con el compromiso y el concierto de muchos viajeros que creen en la Unión Europea como *by far the best game in town*¹ para los europeos. Los autores de este libro, basado en una investigación patrocinada por Funcas y publicado en su colección de *Estudios de la Fundación*, dejan tan clara esa alternativa como su propia opción.

Carlos Ocaña y Elisa Chuliá

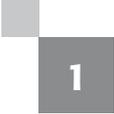
Funcas

¹ Como la definió el Comisario Europeo Johannes Hahn en una conferencia pronunciada en la Universidad de Princeton el 21 de abril de 2017.

PRESENTACIÓN	7
CAPÍTULO 1. EUROPA EN BUSCA DE SÍ MISMA. POR UNA ESTRATEGIA INDIRECTA DE LA CONSTRUCCIÓN EUROPEA	15
Víctor Pérez-Díaz	
INTRODUCCIÓN	17
1. EL RETO A LA CAPACIDAD ESTRATÉGICA	20
1.1. Un largo momento de desorden	20
1.2. Un <i>excursus</i> sobre la situación española	24
2. UNA ESTRATEGIA INDIRECTA	28
2.1. Elites	28
2.2. Ciudadanos	31
3. UNA CONVERSACIÓN EUROPEA	34
3.1. Contenidos y países	34
3.2. Confluencias en identidades y políticas: ¿una senda de relativo acercamiento?	36
3.3. Contrastes en disposiciones cívicas: ¿una senda de imitación y aprendizaje?	39
3.4. ¿Comprensión recíproca? ¿Cultura compartida?	41
CONCLUSIÓN: ¿UNA EUROPA DE MUTUAS CONFIANZAS?	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
ANEXO. VARIEDADES DE EUROPA: IDENTIDADES, RUMBO Y DISPOSICIONES	49
CAPÍTULO 2. LA EVOLUCIÓN Y LAS IMPLICACIONES POLÍTICAS DE LA IDENTIDAD EUROPEA	53
Juan Carlos Rodríguez	
INTRODUCCIÓN	55
1. EL MARCO DE DISCUSIÓN Y EL PLANTEAMIENTO DE ESTE TRABAJO	57
2. LA EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD EUROPEA MEDIDA EN ENCUESTAS DESDE LOS AÑOS SETENTA DEL SIGLO PASADO	64
3. INTENTANDO ENTENDER LA AUSENCIA DE CAMBIOS SUSTANCIALES EN LOS NIVELES DE IDENTIDAD EUROPEA	78
3.1. La evolución de las experiencias de contacto con otros europeos	80

3.2. Apuntes sobre cambios en la esfera pública	88
4. IMPLICACIONES DE LA IDENTIDAD EUROPEA EN LA VISIÓN DEL MUNDO POLÍTICO Y ECONÓMICO DE LOS EUROPEOS	90
4.1. Significados de la Unión Europea y de la identidad europea	92
4.1.1. <i>Significados de la UE</i>	92
4.1.2. <i>La complejidad de los sentimientos de comunidad</i>	98
4.2. Políticas económicas europeas y actitudes genéricas acerca del orden económico preferible	102
4.2.1. <i>Políticas y medidas vinculadas con la construcción europea</i>	102
4.2.2. <i>Actitudes genéricas acerca del orden económico preferible</i>	107
4.3. Inmigración y extranjería: las fronteras de la(s) comunidad(es)	111
4.3.1. <i>Cuestiones más ligadas a la construcción europea (ad intra y ad extra)</i>	111
4.3.2. <i>Cuestiones más generales</i>	115
4.4. Relaciones exteriores de la UE	117
4.5. El rumbo de los acontecimientos	119
5. LAS IMPLICACIONES DE LA IDENTIDAD EUROPEA: CONTROLANDO FACTORES INTERVINIENTES	122
CONCLUSIONES	127
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y FUENTES DE DATOS	133
ANEXO 1. IDENTIDAD EUROPEA Y OPINIONES SOBRE UNA VARIEDAD DE TEMAS: VALORES DEL ESTADÍSTICO D DE SOMERS	139
ANEXO 2. RELACIONES BIVARIADAS DE LAS COVARIABLES DE LOS MODELOS DE LAS REGRESIONES LOGÍSTICAS CON OTRA COVARIABLE (IDENTIDAD EUROPEA) Y CON LAS VARIABLES DEPENDIENTES	142
ANEXO 3. CONSTRUCCIÓN DE LAS VARIABLES DE LOS ANÁLISIS DE REGRESIÓN DE LAS IMPLICACIONES DE LA IDENTIDAD EUROPEA	158
ANEXO 4. REGRESIONES LOGÍSTICAS SOBRE LAS IMPLICACIONES DE LA IDENTIDAD EUROPEA	162

CAPÍTULO 3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DESCONTENTO POLÍTICO Y POPULISMO EN FRANCIA, ITALIA Y ESPAÑA	167
Josu Mezo	
INTRODUCCIÓN: EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN LA ACTUAL “CRISIS DE LA DEMOCRACIA” Y EL TRIUNFO DE LOS PARTIDOS POPULISTAS	170
1. FRANCIA Y EL FRENTE NACIONAL	185
1.1. Una democracia insatisfactoria	185
1.2. El populismo en Francia: el Frente Nacional	194
1.3. Los medios, el descontento político y el populismo en Francia	199
1.3.1. <i>Panorama de los medios de comunicación en Francia</i>	199
1.3.2. <i>Los medios y su relación con el descontento y el populismo</i>	201
2. ITALIA Y SUS MÚLTIPLES POPULISMOS	204
2.1. Un sistema político en crisis permanente	205
2.2. Los partidos populistas italianos	210
2.2.1. <i>La Lega Nord</i>	211
2.2.2. <i>La Alleanza Nazionale</i>	212
2.2.3. <i>Forza Italia (Il Popolo della Libertá)</i>	213
2.2.4. <i>Beppe Grillo y el Movimiento 5 Estrellas</i>	215
2.3. Los medios, el descontento político y el populismo en Italia	217
2.3.1. <i>El panorama de los medios en Italia</i>	217
2.3.2. <i>Los medios y su relación con el descontento y el populismo</i>	219
3. EL CASO ESPAÑOL: CRISIS SÚBITA Y POPULISMO DE IZQUIERDAS	223
3.1. Crisis económica y crisis política	223
3.2. Partidos populistas en España: el caso de Podemos	227
3.3. Los medios, el descontento político y el populismo	233
3.3.1. <i>El panorama de los medios en España</i>	233
3.3.2. <i>Los medios y su relación con el descontento y el populismo</i>	238
CONCLUSIONES	243
FUENTES DE DATOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	246



1

**EUROPA EN BUSCA DE SÍ MISMA.
POR UNA ESTRATEGIA INDIRECTA
DE LA CONSTRUCCIÓN EUROPEA**

VÍCTOR PÉREZ-DÍAZ

■ INTRODUCCIÓN

Itinerario

La construcción europea puede ser vista como un proceso por el que Europa se busca y, eventualmente, se descubre. No como la realización de un proyecto definido de antemano, sino como un camino a explorar, de aprendizajes mutuos en el marco de una conversación entre los diferentes *demos* europeos. Un camino que les invita (pero no les obliga) a ir aprendiendo unos de otros. No solo a los políticos, sino también, sobre todo, a los ciudadanos de a pie. Aprendiendo lo relativo no solo al contenido de las políticas públicas (identitarias o económicas o de inmigración o de aplicación del orden jurídico mismo, por ejemplo), sino también a las formas de hacer política, y al significado de un discurso de justificación de mayor alcance. Para ese aprendizaje queda un largo trecho por delante, lleno de incidencias y no exento de riesgos y sobresaltos¹.

En este trabajo considero el potencial y los límites de la capacidad estratégica de la comunidad política europea para superar, en el tramo del camino que ahora nos toca, un largo y profundo momento de crisis, así como algunas vías para mejorar esa capacidad. Para ello, propongo una estrategia indirecta², que centra su atención en los ciudadanos y su cultura cívica, cuyo objetivo (o si se quiere, el *telos* del proceso: Pérez-Díaz, 1999) sería una comunidad política razonable y relativamente reconciliada, articulada como un entramado de *demos* que, comprometidos en un conversar y un vivir juntos, se van percibiendo unos a otros como cada vez más merecedores de confianza. Un conversar y un convivir que, a su vez, tienen un corolario: el de rechazar un marco interpretativo y pragmático dualista del espacio político, que tienda a escindir la comunidad en dos grandes bandos enfrentados, entre los cuales la conversación y la convivencia serían poco menos que imposibles, y de lo que hoy sería un ejemplo el enfrentamiento drástico entre globalistas, de un lado, y populistas, de otro.

¹ Sobre la tendencia a entender la experiencia europea como la realización de un proyecto, la relación entre *demos* y *demos* y el espacio público europeo ver Pérez-Díaz (1994, 1998 y 1999). Este trabajo es parte de una serie de estudios sobre Europa y España en el marco de la crisis de los últimos años (Pérez-Díaz, Rodríguez y Chuliá, 2013 y 2016; Rodríguez, 2018; y Mezo, 2018).

² Sobre los conceptos de estrategia indirecta y gran estrategia ver Liddell Hart (2015 [1954]).

En la primera sección, y partiendo del supuesto de que estamos en presencia de agentes responsables de sus acciones (que rinden cuentas de ellas precisamente porque se trata de acciones condicionadas, pero no determinadas, ni sobredeterminadas, por una conjunción de factores diversos, entre los que destaco los socioculturales), analizo algunas dificultades para identificar al *demos* europeo como sujeto responsable de ese proceso, y capaz de resolver sus problemas³. Esas dificultades se derivan tanto de la complejidad cambiante de los problemas como de la borrosidad del espacio público: un “barullo sistémico” que resulta, en parte, de una simplificación abusiva de los términos del debate tal como lo plantean políticos y medios, y, en parte, de los límites de los recursos de los ciudadanos para aclararlo. Y, como una ilustración parcial de lo que puede ser esa experiencia de desorden y borrosidad (y las dificultades consiguientes de elites y ciudadanos para manejarla), hago una referencia a la situación española actual, y, en particular, al “drama catalán”.

En la segunda sección exploro la posibilidad de desarrollar esa capacidad estratégica y, tras indicar algunos de los límites de la capacidad estratégica de las elites (y los medios), propongo⁴, desplazando la atención a los ciudadanos, considerar el papel central que, en la mejora de esa capacidad, puede, y debe, tener la voz y la participación cívica de la ciudadanía. Sugiero que esto pasa por una ampliación del alcance de la aplicación del principio de responsabilidad (*accountability*) a la ciudadanía, hasta entender esa responsabilidad como un deber (Pérez-Díaz, 2004), que la ciudadanía se impondría a sí misma y consideraría inseparable de su condición de tal.

En la tercera sección considero que el desarrollo de la capacidad estratégica de Europa y los europeos pasa por un aprendizaje mutuo y una conversación cívica, pero en lugar de entender el *demos* europeo como un conjunto homogéneo lo veo como un entramado de *demoi* comprometidos en una suerte de conversación permanente; y, basándome en encuestas recientes, contrasto las opiniones políticas, pero también los sentimientos de identidad y las disposiciones cívicas de los ciudadanos, agrupando a estos últimos en varias áreas geohistóricas⁵. Llego a la conclusión de que tales voces y testimonios exhiben una dosis bastante apreciable no solamente de prudencia y de sentido cívico⁶, sino también de cercanía entre unos países y otros, a pesar de (significativas) diferencias, lo que reforzaría la posibilidad de una senda de confluencia y aprendizaje mutuo, de confianza recíproca y de cooperación con vistas a un bien común.

³ Y dotado para ello de un grado suficiente de propósito e intensidad de agencia (Pérez-Díaz, 2015).

⁴ Lo que es, por supuesto, compatible con atender a la educación política de las elites y a los ajustes institucionales necesarios, temas en los que aquí no entro.

⁵ Conversaciones complementarias con la conversación entre *demoi* se llevan a cabo entre clases y segmentos sociales, partidos, grupos empresariales, iglesias, comunidades intelectuales, medios, etc.; pero dejo aquí este tema a un lado.

⁶ Lo que es congruente con los resultados de otro estudio reciente sobre *La voz de la sociedad*, referido a España (Pérez-Díaz, 2017).

Siendo el propósito de este ensayo iniciar una discusión, cabe considerarlo como un argumento analítico y empírico, pero también dialógico y retórico, de carácter entimemético, a completar y revisar, a la vista de la experiencia y el debate consiguientes (Burnyeat, 1996; Garver, 1994).

Debates conectados

Esta reflexión se mueve entre campos de debates complementarios e interconectados: debates en ciencias sociales vinculados a debates en el espacio público y a discusiones de filosofía política y moral y referencias históricas (que aquí serán poco más que apuntadas o ilustradas con algunos ejemplos). Centrando la atención en los debates en ciencias sociales, exploro problemas de identidad y gobernanza, que pueden plantearse en términos de pluralidad de identidades colectivas, formas de legitimidad (sustantiva y representativa), y participación cívica y espacio público.

En la controversia actual acerca del *demos* europeo y su relación con los diversos *demos* (Nicolaidis, 2013), y como ya he señalado, propongo entender el *demos* como un entramado de *demos* comprometidos en un proceso que tiene un abanico de desenlaces posibles, pero del que se puede decir que, en general, parece buscar un equilibrio entre el respeto de las diferencias y el impulso hacia una integración mayor. La propuesta normativa de semejante equilibrio no parece, a primera vista, demasiado alejada de la realidad; de hecho, se suele atribuir a la ciudadanía europea del momento un grado muy apreciable de europeísmo, entendiendo como tal su apego a Europa y sus instituciones; lo que dista de ser incompatible con su nacionalismo. Así, Thomas Risse (2010) habla de quienes sienten como compatibles sus sentimientos de pertenencia a Europa y a su país como si tuvieran un “nacionalismo inclusivo”. Sin embargo, conviene ver esta seña de identidad europea (compleja) en su contexto. Por lo pronto, en el contexto de la aquiescencia de gran parte de los ciudadanos de todos los países con un rumbo de los acontecimientos en el que Europa desempeña un papel crucial; como una flota de barcos que comparten una hoja de ruta común, y una bandera, una seña de identidad que les abarca a todos⁷. Pero hay que tener en cuenta que, para mantener el rumbo, hace falta, en este caso, que el capitán y la tripulación de cada barco compartan cierto modo de ser, ciertos impulsos, cierto entendimiento de la situación, ciertas formas de actuar y de reaccionar; porque, si tal cosa no ocurre, se torna problemático que el buque en cuestión y el conjunto de la flota lleguen a puerto.

La atribución de una legitimidad sustancial al marco institucional de la gobernanza europea que marca esa hoja de ruta está relacionada no solo con los sentimientos de identidad colectiva, sino también con el ejercicio de la participación cívica, con la aportación de las tripulaciones en cuestión. A estos efectos, cabe recordar la distinción (que enfatiza Fritz Scharpf, 1999) entre *output legitimacy*, legitimidad apoyada en la eficacia del sistema político para resolver problemas, y la *input legitimacy*, conectada con la participación o la sensación de participación de

⁷ Lo que implica cierta unidad entre identidad y rumbo (Rodríguez, 2018) y una experiencia del europeísmo de los ciudadanos como parte de “un orden natural de las cosas” (Pérez-Díaz, 2013).

los ciudadanos en el proceso político (que vienen a coincidir con lo que llamaría legitimidad sustancial y legitimidad representativa: Pérez-Díaz, 2008). Scharpf insiste en que, por ahora, la *output legitimacy* del sistema europeo de gobernanza sigue siendo muy importante, y la *input legitimacy* lo es menos.

Pero cabe, también, relacionar esos dos aspectos, y argumentar que, sin la implicación de los ciudadanos (*input legitimacy*), sin su apoyo razonado y sostenido a largo plazo en el debate y el proceso de configuración de las políticas públicas, la eficacia del sistema se resiente; tanto más cuanto que la generación de un sentimiento de pertenencia o identidad es un test de la eficacia del sistema para resolver los problemas de desafección política. De modo que, sin el desarrollo de la *input legitimacy* no cabe mantener a largo plazo un alto grado de *output legitimacy*. De hecho, la crisis económica de estos últimos años ha generado una intensa discusión en torno a una política común en la Unión Europea, en la que unos argumentan que aceptar una diferencia de políticas económicas nacionales sería preferible a una “convergencia forzada” (Scharpf, 2016), que, a la postre, podría distanciarles; y otros que en esta situación ven un estímulo para profundizar en la conversación entre los diversos *demoi*, lo que podría aproximarlos. Conversación, pues, problemática; tanto más cuanto menos estable sea la democracia en cuestión, lo cual depende del apoyo razonado y sostenido de la opinión pública y, en consecuencia, del funcionamiento adecuado de los mecanismos de rendición de cuentas (Olsen, 2017). De aquí la centralidad del espacio público en la gobernanza europea no solo a la hora definir el rumbo, sino de mantenerlo. En especial, en mares agitados, en tiempos de turbulencia.

Los europeos se enfrentan hoy a un desorden, largo y profundo, que apunta a una transformación continua⁸; en este caso, los problemas de identidad y de legitimidad (sustancial y representativa) se agudizan, y Europa afronta un problema de disrupción profunda de su percepción y su experiencia del orden y el desorden: tanto del desorden del mundo en el que está, como de su propio desorden interno. De ahí el título de este ensayo, que sugiere no tanto una Europa que trata de recuperar su rumbo cuanto una Europa a la búsqueda de sí misma, que se vería facilitada, en especial, por una conversación entre los *demoi*⁹.

■ 1. EL RETO A LA CAPACIDAD ESTRATÉGICA

■ 1.1. Un largo momento de desorden

En perspectiva histórica, Europa, este agente colectivo, este “nosotros”, tan singular, se encuentra en una situación cuya gravedad y la inquietud que ella inspira

⁸ Bajo la modalidad de procesos de morfogénesis (Archer, 2010) o de metamorfosis (Beck, 2016).

⁹ Es la conversación que queda orillada con frecuencia. Por ejemplo, no está apenas contemplada en textos recientes tan dispares como el *White Paper on the Future of Europe* de la Comisión Europea (2017) o *La declaración de París: una Europa en la que podemos creer* (Bénéton et al., 2017).

recuerdan a las de hace un siglo, en vísperas de la gran guerra. Contra un telón de fondo, sí, de buenas noticias. Pero también hace un siglo se tenía la sensación de vivir una larga fase de relativa plenitud, rebotante de ciencia y civilización: material, política, cultural. Con sus sombras, por supuesto. Pero, en definitiva, una *belle époque*, análoga a la que algunos han venido llamando, a lo largo de los últimos veintitantos años, *fin de la historia*. Aunque ahora, todo hay que decirlo, con una población mucho más numerosa y mejor alimentada, y capaz de tantos logros. Pero también con mayor capacidad de destrucción (y autodestrucción) y, probablemente (digamos que, en el lenguaje del momento, algoritmos y *big data* aparte), menor creatividad cultural. La capacidad de destrucción es obvia, y la de autodestrucción, bastante plausible; y los límites culturales, que se traducen en memorias truncadas y errores recurrentes (que el ruido no logra disimular del todo), desorientación y fallos sustanciales en la capacidad estratégica a medio y largo plazo, son quizá menos evidentes, pero probablemente no menos ciertos¹⁰. En todo caso, suele ser hoy un lugar común el de subrayar la gravedad de la situación y la inquietud que ello suscita: gravedad que se pone de manifiesto en algunos aspectos centrales de la globalización (economía, tecnología, comunicación) y en diversas tensiones geopolíticas y culturales; e inquietud que perturba la identidad y la actuación de los *demos* nacionales y del *demos* europeo que les abarca; con este *demos* quizá en trance de hacerse y aquellos *demos*, de mantenerse, buscando un difícil equilibrio.

Nos encontramos ante una situación que habría que entender como abierta; para empezar, abierta a un abanico de posibilidades, según cuáles sean las decisiones (y no-decisiones) de los agentes. Decisiones, casi todas ellas, bastante libres, pero en las que influye un marco de referencia cultural, normativo, que tiene un grado fluctuante de ambigüedad y de coherencia. Dicho marco corresponde, en efecto, a realizaciones tentativas, a lo largo de la historia, de distintas modalidades de un orden social que, en nuestro contexto geohistórico de los últimos dos milenios, emerge tras lo que llamamos época axial (Jaspers, 1980 [1949]). Esas modalidades han ido derivando en la dirección de apuntar a diversas aproximaciones a un modelo de “buena sociedad”, caracterizada, negativamente, por su contraposición a derivas patológicas autoritarias y/o demagógicas que, en las sociedades modernas y contemporáneas, se podrían definir como sociedades totalitarias; o, positivamente, por su acercamiento al modelo, al *modus vivendi*, de una “sociedad civil”, entendida en un sentido lato, que incluye una democracia liberal *cum* estado de derecho y un amplio espacio público, una economía de mercado *cum* sistema de bienestar, y una sociedad plural (Pérez-Díaz, 2014). Con frecuencia, el reconocimiento de este marco de referencia moral subyace a la disposición cívica de elites y de gentes comunes.

Conviene tener en cuenta que la cultura de referencia no es una cultura meramente declarativa, sino una cultura *vivida* por los agentes; es decir, una cultura que no se reduce a un imaginario (una visión del mundo, unos argumentos, unos lugares comunes en la conversación cotidiana, unas opiniones en encuestas), sino que se

¹⁰ Para un balance decididamente positivo de los dos últimos siglos ver, por ejemplo, Pinker (2018).

extiende a las prácticas sociales, a los hábitos o disposiciones y, por ende, al carácter. Esta cultura vivida tiene una estructura temporal compleja. Suele ser percibida por los agentes en clave de un presente continuo, que incorpora pasado y futuro: el pasado de un relato y el futuro de un proyecto (o de una serie de proyectos en cadena, con frecuencia discontinuos). El pasado permanece, hasta cierto punto, en la identidad de los agentes y en la relativa solidez de las instituciones: un pasado que suele incorporar grandes dosis de olvido (léase, represión de recuerdos), y de nostalgia¹¹. Y un futuro que es como un horizonte, claro o nuboso, pero siempre cambiante.

La situación en la que se encuentra la construcción europea, entendida como un proceso abierto, con un marco cultural de referencia semejante, incluye el requerimiento de un elegir continuo, con su riesgo de errar y su oportunidad de acertar. Se trata de un drama, de un conflicto institucional y cultural permanente entre varios cursos posibles de actuación. Conflicto que tampoco habría que sobredramatizar, sino, más bien, hacerlo objeto de una mirada lúcida y, en lo posible, graduada; sin reducir el abanico de posibilidades al del triunfo de uno de los dos rivales más ostensibles, por ejemplo, en sus versiones de globalistas/nacionalistas y/o populistas, sociedad abierta/sociedad cerrada, sí/no a un legado de la Ilustración, Occidente y el Resto del Mundo (*the West and the Rest*), modernidad vs. tradición, etc. No porque tales dicotomías no puedan tener sentido (alguno tienen, como lo tiene la de derechas e izquierdas: Pérez-Díaz, 2008), sino porque conviene situarlas en un contexto de mayor complejidad y dinamismo.

Entender, sin embargo, el momento actual, no como la hora de la verdad de una batalla definitiva entre dos ejércitos rivales, sino como un proceso abierto a diversos desenlaces, entre guerras y treguas, y cuyo final siempre queda pendiente, contrasta con una fuerte tendencia entre académicos, políticos, agentes mediáticos e, incluso, elites económicas, a entender el proceso político como un duelo entre rivales. Tal vez lo hacen así porque ello suele encajar con sus hábitos de pensamiento y de conducta, con su carácter. Por ejemplo, en el caso de las elites económicas, con su modo habitual de estar en política, su atención puesta en otra parte, con prisas, gentes de acción alternando confidencias de políticos con lecturas rápidas de memorandos simples, pensados como guías para una decisión enérgica tras pesar el pro y el contra de lo que les conviene. Les suelen convenir contrastes simples (sociedad abierta versus sociedad cerrada, globalismo *cum* europeísmo versus nacionalismo y populismo euroescépticos). Sin embargo, esta simplificación, si bien puede ser útil a veces, a los efectos de un tacticismo más o menos prudente y a la vista del carácter reactivo de la política al uso, no facilita las grandes estrategias, que requieren combinar la sencillez del diseño con el reconocimiento de la complejidad cambiante de los problemas y las circunstancias.

¹¹ E incluso, por ejemplo, con un curioso retorno de algunas versiones del gnosticismo antiguo en la cultura vivida de una parte de las elites contemporáneas y sus entornos (Voegelin, 2000 [1958]).

En todo caso, el actual no es momento para la política al uso, reflexiva solo a medias. Estamos ante una crisis muy compleja, que requiere que la sociedad europea aumente sustancialmente su reflexividad y su relacionalidad (es decir, la confianza social precisa para desarrollar y aplicar lo que de la reflexión resulte: Archer, 2007; Donati, 2011; Pérez-Díaz, 2017). Esa complejidad ha ido creciendo, favoreciendo un ambiente de borrosidad en el espacio público. La borrosidad puede ser de dos tipos: la borrosidad como ambigüedad manejable, que puede irse despejando y permitir aprender; y la borrosidad con un toque de bipolaridad, que induce a la tergiversación, la manipulación y el bloqueo. La borrosidad patológica, o barullo sistémico, es como una Torre de Babel en la que se mezclan las voces sin apenas conversación posible (Oakeshott, 1991 [1948]), como una maraña de caminos que no conducen a ninguna parte.

El barullo sistémico del conjunto europeo en estos momentos parece obvio. He aquí algunas pinceladas impresionistas, cuya ligereza espero que los lectores disculpen, y que no tienen otro fin que estimular el avance del argumento mediante el diálogo y, por tanto, el desacuerdo, y reflejar un difuso y extendido estado de opinión.

Ese barullo sistémico es obvio y, en cierto modo, lógico, dado que, al cabo de setenta años (setenta...) de (re)construcción europea de las ruinas de la II Gran Guerra, apenas tenemos un *demos* europeo articulado y reconocible, con la conciencia de sí y el saber e impulso cívicos correspondientes. Tejido social a medias: como si los políticos (y agentes mediáticos, académicos, y elites en general), cual Penélope, hubieran ido destejiendo de noche lo que tejían de día. Atentos, sobre todo, a conservar el control de su taller.

No hay liderazgo a la vista que sirva de timonel o de faro. En muchas gentes impera la sensación de que Bruselas está muy lejos, demasiado lejos; y de cerca, tampoco suele impresionarles. Los debates del Parlamento Europeo suscitan un cortés desinterés. Las reuniones de comisiones y consejos de la UE, vistos a través de los medios de comunicación, tienen un aire de sobreactuación o de sigilo; en ellas quizá se hable de todo, pero reflejan otro mundo, en el que, por lo demás, se dirime no tanto lo de todos cuanto lo de cada uno. El coliderazgo franco-alemán es un referente dudoso, poco creíble a la vista de la historia reciente (o, digamos, de los últimos tres o cuatro siglos) de sus protagonistas.

Y los mapas, nos faltan. No se acaba de ver lo que Europa tiene que hacer en los Balcanes, el Oriente Próximo, Ucrania, África o Iberoamérica. La reciente crisis económica ha sido una ocasión para prestarse atención unos a otros (Risse, 2013), pero no ha acabado de articular la conversación que habría podido convertir un estar alerta en un estar juntos, alertas todos a la cosa común, haciendo cosas juntos, yendo hacia un territorio conocido, entrevisto, siquiera soñado. Los sueños mismos se nos escapan.

Cierto que todos los días surgen problemas, “suceden cosas”. Pero esos “sucesos” no están incorporados a un relato compartido, a una experiencia de pro-

bar fortuna juntos. Que sea así parece normal, porque encaja con el imaginario prevalente que dibuja un mundo en el que cada uno va a lo suyo. Lo que se refleja en los hábitos de la mente y en el carácter de elites, políticos, académicos, agentes mediáticos e *tutti quanti*. Y lo que parece acorde con la regla de oro (moderna, posmoderna, premoderna) de realizarse y triunfar y florecer; queriendo ser todos, ahora, libres e iguales precisamente para eso, siguiendo el impulso primordial de nuestras sociedades avanzadas, que parecen avanzar sin saber hacia dónde.

Obviamente, caben lecturas más optimistas (combinadas con dosis variables de esperanza y de escepticismo) que reducen la angustia que inspira la sensación de desorden. Para empezar, la de que estamos ante un desbarajuste que, de todos modos, evita lo peor, y permite salir del paso sin resolver todos los problemas, pero resolviendo muchos de ellos, como corresponde a una democracia humana, no solo imperfecta o minimalista, sino compatible con, incluso propicia a, un crecimiento económico, tecnológico y demográfico de enormes proporciones (Pinker, 2018). También cabe argüir que si la experiencia europea llega a degenerar en desorden, conflictos endémicos, desconcierto, es por culpa de..., y aquí podemos, buscando un chivo expiatorio, optar, por ejemplo, entre el globalismo o el populismo o un tercero. Y, una vez desahogado el impulso moralista de echar la culpa y arrojar la piedra al chivo expiatorio de turno, cabe pensar que, tal vez, del vals de acuerdos y desacuerdos entre los varios componentes del “cuarteto político” de la actualidad, entre los globalistas, el centro-derecha, el centro-izquierda y los eurófobos nacionalistas/populistas, saldrá “algo bueno”. Por lo pronto, les sobreviviremos.

Es decir, para los más optimistas (y/o más o menos escépticos), no habría que exagerar los tintes sombríos en el diagnóstico de los tiempos. La experiencia sugiere que, incluso, con frecuencia, se puede vivir sin demasiada política. Por ejemplo, sin política monetaria nacional, como vienen haciendo los países de la Unión Económica y Monetaria desde hace casi dos décadas. Y hay ejemplos recientes de vivir con un gobierno provisional o con una prolongación del presupuesto anterior o con una inestabilidad política crónica, en este o aquel país (por ejemplo, en Bélgica, España, Italia). Incluso cabe esperar (se supone que esperar sabiamente) que los extremos (populistas, por ejemplo) se moderarán para acercarse al poder mediante su alianza con los centros; y que, en todo caso, los centros estarán siempre bastante cerca del timón.

■ 1.2. Un *excursus* sobre la situación española

Pero el recorrido del optimismo no termina ahí. Junto al optimismo escéptico hay otro más esperanzado, y que cabe aplicar a lo más próximo. Según él, un orden paneuropeo puede emerger como consecuencia de una gran estrategia que comience porque cada país ponga su casa en orden. Es decir, por que cada cual se constituya, en los hechos y no solo las palabras, como una genuina comunidad política y de este modo contribuya a que, entre todos, se construya una comuni-

dad política de Europa, y vaya surgiendo, por una mezcla de presión institucional y de persuasión, y una suerte de mutación cultural, una Europa bien ordenada. Lo que nos remite a análisis específicos, que atiendan al carácter singular del barullo sistémico y de los recursos y disposiciones de *cada* país.

Pensemos, por ejemplo, en España. (De nuevo, me contento con algunas pinceladas impresionistas, evocando las mismas cautelas a las que me he referido antes.) Para empezar, muchos españoles viven con una visión borrosa de su identidad porque también la tienen de su historia, comenzando por la más próxima. Se han contado la historia de que se dieron a sí mismos una transición democrática hace cuatro décadas: lo que es cierto solo a medias, porque medio la hicieron, medio se la encontraron; de la misma forma que, en lo que ha venido después, ha habido componentes de inercia y de *free-rider* considerables. En todo caso, la historia de los españoles no comienza con la transición, como parecería a la luz de las declaraciones públicas más reiteradas. Antes, hay cuarenta años de guerra civil y de régimen autoritario-burocrático sin acabar de integrarse en el relato actual más que como una sombra. Y antes, un siglo largo de inquietud en el que los españoles se enredan en continuas batallas internas: liberales vs. carlistas, y clericales vs. anarquistas, y socialistas vs. centralistas vs. regionalistas, y nacionalistas periféricos, y a vueltas con aventuras externas deprimentes como la guerra con unos Estados Unidos que nos quieren arrebatar las colonias, y lo consiguen, y las guerras en un Marruecos que queremos colonizar, sin éxito.

Y antes habría un relato casi incomprensible si se aborda desde la perspectiva políticamente correcta del momento, la de los países “que avanzan”. La Ilustración a medias, que muchos imaginan que impregnó un siglo largo de nuestra existencia colectiva, pero otros piensan que hizo poco más que suministrar algunos buenos ejemplos (y otros no tan buenos) y administrar la intendencia, y que para muchos debería impregnar nuestra cultura hoy, pero que, por el momento, suele hacer poco más que proporcionarnos discretos consejos. Y antes: la decadencia y la acidia de un tiempo que vino después de otro de aventuras y glorias, extraordinario, pero con su buena parte de soberbia y su toque de falta de sentido común. Una época con la que los españoles de hoy simplemente no saben qué hacer; si hurgar en ella o dejarla al margen, si enorgullecerse o excusarse por ella; para empezar, porque no saben cómo integrarla en la historia colectiva europea. Y así podríamos seguir, observando, de paso, que esta historia borrosa no es excepcional, sino todo lo contrario: la extrañeza de la historia española es análoga a la extrañeza de la historia de otras muchas naciones europeas. (¿Todas? ¿Casi todas?)

Pues bien, España, con su memoria borrosa, *ergo* identidad borrosa, pretende ahora vivir al día siendo cada vez más avanzada, pero sin saber muy bien quién es el que avanza ni hacia dónde. Haciendo poco más que reaccionar y adaptarse a la globalización y la modernización y el cambio tecnológico y las redes sociales y la última noticia. A la expectativa de aprovechar el momento: *carpe diem*.

Pero he aquí que ahora *ocurre* algo especial. (Ocurrencia/*Vorhandenheit* heideggeriana: lo que está ahí como descontextualizado, como algo que se observa pero con lo que no se sabe qué hacer, como vivido desde fuera¹². “Las cosas que suceden” a las que me he referido antes).

Ocurre que una parte crucial de esa España de tantos siglos, Cataluña, no es ya que amenace con separarse, sino que se está separando¹³. Tal es la apuesta de los separatistas catalanes, no formulada sino *vivida* como un proceso en marcha. Muchos españoles partidarios de que Cataluña permanezca en España han imaginado, todavía imaginan, que los separatistas están formulando esa separación “simbólicamente”, cuando la están consumando. Estos españoles espectadores, suerte de estetas kierkegaardianos, imaginan que contemplan una función, sin ver que los actores sobre el escenario están en vías de apoderarse de la realidad y de reducirles a ellos a sombras de sí mismos (y olvidando que los símbolos forman un todo con aquello que representan). Creen que la función se limita a los incidentes del guion. Los separatistas ganan el referéndum (ilegal) de octubre de 2017 y las elecciones (legales) de diciembre, la aplicación del artículo 155 de la Constitución tiene modestos resultados, las sentencias de prisión provisional a los líderes de la secesión afectan a individuos (más o menos fácilmente) sustituibles. Pero una función es más que una serie de incidentes. Se desarrolla bajo el impulso de una agencia ramificada, una red, de políticos, agentes mediáticos, clérigos, elites económicas, académicos, profesionales, con el concurso de segmentos amplios de las clases medias y populares: actores todos cuyos actos tienen un componente simbólico-ideativo y un componente pragmático y emocional, ambos indisolublemente unidos. Sus palabras, sus gestos son actos cargados de sentimientos morales, de gozos y sufrimientos compartidos. De vida auténtica, o que parece serlo. Estrategias y juegos de palabras, ritos de autoexaltación y de victimismo, tergiversaciones y análisis, astucias y arrebatos, disimulos y alardes acompañan y aumentan la movilización del público, su sensación de poder, su confianza en sí mismo y su desconfianza de un adversario convertido en enemigo. Son actos de construcción de una comunidad, y de destrucción de otra.

Frente a esta movilización, la respuesta constitucionalista, gobierno y sociedad incluidos, parece, por el momento, mecánica y tibia, con escasa reflexión y baja carga emocional y poca empatía (digamos: débil relacionalidad). Es quizá la respuesta de quienes, desorientados, sospechan que las cosas no van bien, y les surge la duda de si son omnipotentes o impotentes; y retrasan el momento de reconocer que el pulso promete ser largo, y recordemos que ese menor impulso afecta a elites y a ciudadanos.

Los políticos apenas saben apelar al sentimiento que puedan tener los ciudadanos de España como una comunidad política. No suelen tener una política de comunicación ligada a una gran estrategia de participación cívica, quizá por no

¹² Ver Dreyfus (1991); lo que puede plantearse también en términos pragmatistas (Rorty, 1991: 33).

¹³ Sobre el problema catalán actual ver Pérez-Díaz (2018) y Rodríguez (2017).

saber comunicar (un déficit de retórica en su educación, quizá subsanable), o por creer que comunicar es redactar relatos y emitir mensajes, sin comprender que comunicar implica un dialogar en el que lo primero es escuchar, y luego, responder, y luego, seguir hablando por turnos.

Tampoco es que los ciudadanos manifiesten tener un gran impulso cívico de por sí. No se movilizan mucho, y sus manifestaciones son, en general, de corta duración y escaso recorrido. Sus rutinas cívicas suelen consistir en un ir acompañando a lo que va ocurriendo. También es cierto que su vida cotidiana transcurre en el marco de instituciones que no suelen ser propicias para esa movilización: ni las instituciones políticas, ni las económicas, ni las sociales. Una democracia partitocrática no favorece un alto grado de participación cívica; tampoco lo hace la experiencia habitual de una economía de mercado que sobreenfatiza el interés particular. Y algo análogo sucede con las tradiciones socioculturales de familias e individuos centrados en sí mismos, y de un asociacionismo no muy extendido orientado a la expresión de voces propias, intereses propios e identidades diferentes orientadas a poner en valor esa diferencia.

Tanto más cuanto que las elites constitucionalistas apelan en primer término no a las vivencias inmediatas y próximas de los ciudadanos, sino a tres constructos ideativos e institucionales, muy importantes, sí, pero relativamente abstractos y lejanos, y articulados, con frecuencia, sin apenas relación con aquellas vivencias: a la ley, la economía y el veto europeo. Y, sobre todo, tales mensajes implican tratar a los destinatarios de los mismos como gentes que deberían adoptar la posición pasiva de quienes deberían someterse a la lógica de agencias impersonales y externas: el orden jurídico, la economía globalizada, Europa. Tales apelaciones suelen estar, por tanto, emocionalmente muy por debajo del tenor grave y urgente que parece requerir la situación, y contrastan con la activación de agencia que, por el contrario, los independentistas tratan de estimular en su público, y con la intensidad del tono de sus palabras, que intentan conseguir.

De ahí que, ante la continua agitación independentista, la reacción espontánea de buena parte de las elites y la ciudadanía constitucionalista puede acabar siendo una mezcla inestable de sorpresa, fatiga e irritación. Este déficit cognitivo y desequilibrio emocional en el debate puede suponer que se extienda una sensación general de desbarajuste inmanejable, que abocaría a un proceso de rupturas múltiples del cuerpo político, en España y en Cataluña, y en Europa. Y, sin embargo, también puede suponer, alternativamente, tres hallazgos muy importantes, y positivos, en realidad para todos. Primero, el de la importancia de los sentimientos de amistad cívica asociados a la idea de comunidad política, y a las experiencias de gozo y sufrimiento, de logro y riesgo compartidos, al enfrentarnos con determinados retos colectivos. Segundo, el de la importancia (definitiva) del carácter fiable (o no) que una comunidad pueda adquirir, o perder, en lo que se refiere a las relaciones entre sus distintas partes y a sus relaciones con otras comunidades con las que (se supone) intenta convivir: por vivir en la misma casa, como conciudadanos, o como convecinos. Y tercero, el de la *posibilidad real* de reactivar los sentimientos morales

asociados con la amistad cívica y la confianza mutua: real y no meramente abstracta, precisamente por *haber sido ya realidad* en el pasado, en largas secuencias de nuestra historia compartida, moderna y contemporánea, y, específicamente, en torno a la última transición democrática; y serlo todavía en un grado u otro. Es decir, el hallazgo de que, a la postre, no es inevitable el olvido y la pérdida de esos sentimientos, que podrían (como el tiempo) recuperarse; como no lo es el dejarse llevar de la borrosidad ambiente, que podría esclarecerse.

■ 2. UNA ESTRATEGIA INDIRECTA

■ 2.1. Elites

El objetivo esencial de una estrategia política no es, no debe ser, solo, ni principalmente, el éxito de los primeros movimientos, sino el del medio y largo plazo. No las escaramuzas de arranque, sino la batalla; no la batalla, sino la campaña; no la campaña, sino la guerra; ni siquiera la victoria en la guerra, sino la conquista de la paz (Liddell Hart, 2015 [1954]). Ahora bien, esto solo puede conseguirse con el apoyo sostenido y relativamente coherente de un segmento amplio de la sociedad, *i.e.*, de las bases sociales del sistema político. Por tanto, es crucial que pueda contarse con unas elites que no solo diseñan las estrategias y políticas públicas adecuadas, sino que persuaden y movilizan a una sociedad que les puede rectificar. Las elites pueden diseñar paquetes de *politics and policies*, maniobras y medidas, pero para llevarlas a la práctica necesitan el apoyo sostenido de una opinión pública que tendría que ser más que “mera opinión”: tendría que ser voto, iniciativa y actuación cívica. Pero, para llegar a este punto ¿de dónde partimos?

Comencemos con las elites y con los medios de comunicación. La historia de las últimas décadas, a partir del triunfo aparentemente definitivo del orden occidental, con la disolución del bloque soviético, sugiere que partimos, en muchos países occidentales, de una capacidad estratégica bastante limitada de las elites y de sus entornos próximos, como la que se muestra en haber sabido ganar la guerra fría, pero no la paz que vino después¹⁴.

Cierto que caben varias narrativas de nuestra historia reciente. Con la globalización *in crescendo*, se han agravado los problemas de gobernanza e identidad, pero es innegable el aumento del nivel de bienestar (ingresos, alfabetización, lucha contra hambrunas y epidemias, prolongación de la vida y un largo etcétera). Dado el contraste, los políticos actuarían en un proceso que podría ser visto (con esperanza y optimismo) como de ensayo y error y aprendizaje, impulsados por una cultura de innovación y curiosidad, y/o por una cultura de sentimientos altruistas. O podría ser visto (con cierta distancia) como a remolque de la inercia, o la dinámica, inscritas

¹⁴ Lo cual ya se atribuyó a los vencedores de la I Gran Guerra y su Tratado de Versalles.

en el funcionamiento autónomo de sistemas económicos y tecnológicos y procesos demográficos. O podría ser visto (con espíritu crítico) como de tergiversación y desconcierto y de voluntad de dominación, que suele ser como es visto con frecuencia, y lo que constituye un condicionamiento sociocultural importante de la política española actual.

La discusión queda aquí abierta. Pero, en todo caso, y a los efectos de este argumento, digamos que, al menos, una parte sustancial de las elites pueden ser percibidas como un *establishment* empresarial que innova y planifica; y no solo en Estados Unidos (o en Occidente), sino también en China, por ejemplo (Useem *et al.*, 2017), aunque, en este caso, en complicidad con (y ostensible subordinación a) un aparato autoritario burocrático, protagonista, para consolidar una mezcla de autoritarismo, hiperliberalismo, familismo, paleocorporatismo y neomaísmo, una pesadilla para los cartesianos que buscan ideas claras y distintas. Curiosamente, en un caso y en otro, Estados Unidos y China, dos líderes globales con grandes proyectos de futuro, es el diseño del conjunto, del tipo de sociedad que querrían construir, lo que parece más confuso.

En cuanto a los medios de comunicación, su influencia, y su aportación no solo a dar noticia de los acontecimientos, sino a cualificarlos y explicarlos, a sugerir impulsos y cautelas y a ofrecer una apoyatura al menos razonada al debate público, varían mucho por países. Por ejemplo, en los tres casos analizados por Josu Mezo en este volumen, Francia, Italia y España, a propósito del fenómeno del populismo de la última década, sugieren más un *acompañamiento* del curso de los acontecimientos, que alimenta el barullo sistémico, que una aclaración de este, quizá como resultado de la mentalidad dominante entre los profesionales y los empresarios mediáticos, de su receptividad a lo que imaginan como cambios en la sensibilidad de la opinión, o de su propensión al sensacionalismo y el comercialismo, o de la apuesta política deliberada por un aumento del voto populista aprovechando una situación de crisis.

En general, uno de los sesgos típicos de los medios y de una gran parte de las elites, es el de centrar la atención en el instante presente. Pero el presente se sitúa en el tiempo, como anticipación del futuro y como recuerdo del pasado. Respecto al futuro, caben diversas actitudes hacia él. Unos lo abrazan con fruición, otros lo asumen como inevitable. Algunos de estos últimos hacen de esa inevitabilidad un consuelo. De este modo, ante el relativo fiasco del liderazgo de las elites de hoy, algunos dicen que no hay por qué desesperarse, porque es algo normal: la carencia de capacidades estratégicas de gran alcance es de esperar, porque no hay forma de prever el futuro. Esta actitud puede reflejar la humildad de los líderes y el reconocimiento de sus límites; o, alternativamente, un acto disimulado de autocomplacencia e irresponsabilidad, al aducir que “no somos (tan) responsables de lo que ocurre y por tanto no tenemos que pagar (tanto) por ello” (con lo que no se deja en tan mal lugar a los estrategas de turno, que seguirían jugando a sus estrategias). Buscando la complicidad de la sociedad, este disimulo puede llegar a ocultar un fenómeno general de incultura profunda por parte de quienes no tienen un relato y un proyecto,

ni los echan de menos, porque no aciertan a saber quiénes son ni a saber siquiera si tiene sentido la pregunta sobre quiénes son. Con lo cual estarían disponibles para adoptar un alegre (o mitad alegre, mitad desesperado) *ethos* de adaptación indefinida a la globalización, a los cambios tecnológicos, a los nuevos modelos de vida –con la conquista del firmamento como horizonte.

Es curioso que si la mirada al futuro puede dejar perplejos a muchos, la dirigida al pasado puede traerles enseñanzas sencillas e interesantes. Entre otras, la de que un repaso razonable de la experiencia histórica sugiere no tanto una lógica implacable cuanto un repertorio de posibilidades. Lo cual permite reducir las probabilidades de caer en el estado que provoca la mirada obsesiva al futuro: la esquizofrenia que alterna sentimientos de omnipotencia y de impotencia, y el autoengaño que presenta como proyecto lo que está entre una alucinación y un destino. En cierto modo, el pasado nos podría tranquilizar. Porque nos descubra errores que no hemos de repetir y nos recuerde que hemos estado peor antes. Porque ponga de relieve los muchos casos en los que se han logrado hacer bellas obras de arte y tener experiencias cotidianas bondadosas y razonables, que han hecho de la experiencia de tantos una vida digna de haber sido vivida. O incluso porque nos muestre indicios de aquella capacidad estratégica a largo plazo (para bien y/o para mal) en diversos momentos de la historia, occidental y no occidental.

Por limitarnos al mundo occidental, una gran estrategia de largo alcance está bastante clara en los actos y las palabras del Senado Romano a lo largo de varios siglos. O en los de la monarquía francesa para convertir sus dominios de l'Île-de-France en un estado absoluto hexagonal, que a la postre consiguen establecer. O los de la Monarquía Hispánica y los Austrias, y, a su modo, los Habsburgo austríacos, con sus construcciones institucionales y territoriales diferenciadas, sus contrapoderes parciales y la complejidad de sus compromisos, pero con un intento reiterado de coherencia político-moral suficiente. En los de los Romanov a partir de Pedro, durante dos siglos. En los de la monarquía prusiana, entre mediados del siglo XVII y las primeras décadas del XX. Y, naturalmente, cabría hablar de la trayectoria norteamericana como la del despliegue de un "destino manifiesto", o incluso de la Ilustración como una suerte de agente colectivo con una grandiosa agenda de progreso, en curso; por no hablar de los socialismos reales del siglo XX como el abocamiento de una gran estrategia de transformación social, etcétera, etcétera. Si olvidamos por un momento el pequeño detalle de que todas estas grandes estrategias abocaron, antes o después, al silencio entrecortado de los siglos, y adoptamos una lectura esperanzada de la historia, podemos concluir que, al menos, todas estas experiencias han ampliado y amplían nuestro repertorio actual de posibilidades. Sugieren que un núcleo dirigente puede desarrollar la capacidad de anticipar y proyectar el futuro con el apoyo y la participación activa de diversos segmentos de la sociedad; e intentar (y el solo intento, cuenta) cocrear o participar en la creación de un futuro propiciado por los dioses respectivos como cooperadores necesarios, por ejemplo, a la manera de la Roma antigua (Barrow, 1980 [1949]). Un futuro que no suele venir súbitamente, sino como un visitante que se acerca y llama; tal vez un huésped que ha sido invitado y ha recorrido un camino hasta llegar a la puerta; y viene por etapas

enviando señales siempre por interpretar, a partir de una identidad arraigada en una *longue durée* de ancestros y herederos, inmediatos y lejanos, y arraigada, también, en una tierra cuasisagrada, que recoge los restos de los humanos transeúntes, y permanece, y a la que se vuelve.

Por tanto, el pasado nos podría hacer no más pesimistas, al modo del *Angelus Novus* de Benjamin (1969 [1940]), mirando las montañas de ruinas dejadas atrás, sino más optimistas. Conclusión tanto más lógica cuanto más lógico es pensar que, sin grandes dosis de sentido común y de decencia, de buen juicio y buenos sentimientos, nunca habríamos sobrevivido a nuestra propia sinrazón; y es lógico pensar que esas dosis no son extrañas a las experiencias del común de las gentes, sus sentimientos y sus disposiciones.

Por eso, al plantearnos qué hacer en el aquí y ahora europeo, a los efectos de aumentar la capacidad estratégica de Europa, más que apostar por las elites y sus entornos próximos, incluidos los mediáticos, convendría ensayar una estrategia indirecta que, apuntando al medio y al largo plazo, centrara más su atención en las bases sociales, sin olvidar la presencia de las elites de turno.

A este respecto, interesa, por un lado, hacer lo posible para que se desarrolle un *segmento* de población (hoy quizá del orden del 10/15%) que cuente con un bagaje de tratos diversos con gentes de otros países, idiomas extranjeros, trabajos y estudios fuera de su país; un segmento de gentes “anfibia” (Brooks, 2018), que quizá se sienten formando parte de más de un país, del suyo y de una Europa que les resulta familiar; lo cual supone vivencias y sensibilidades compartidas. Pero, por otro lado, y sobre todo, interesa apostar por el conjunto de las gentes del común, por el largo plazo, por su cultura vivida; con la ayuda de una cultura de la escucha que aplica el “principio de caridad” de Davidson (1974), es decir, que intenta entender lo que los otros quieren realmente decir con lo que dicen. Empatía y familiaridad que, requiriendo ciertas formas civiles de la política y de la vida social en general, conectan a gentes que han compartido experiencias favorables a aprender de los demás, evitar sus errores, imitar sus aciertos, e innovar, medio imitando, medio modificando sus experiencias.

■ 2.2. Ciudadanos

La cuestión de cómo manejar el proceso de cambio (combinación de orden y desorden) de una *politeia* de gran complejidad de la envergadura de Europa, remite a la actuación de las elites (y sus entornos próximos), así como a la actitud y la conducta de una ciudadanía que hace suya la tarea de asegurar la responsabilidad (*accountability*) del sistema político, *politics and policies* incluidas (Olsen, 2017). Todos son responsables. Pedir cuentas y rendir cuentas de modo razonable y con la mirada puesta en el bien común requiere un giro cultural en cómo se ven a sí mismos los ciudadanos: de verse como titulares de derechos a verse como titulares de derechos y deberes (Pérez-Díaz, 2004). Sería una condición previa para una

verdadera política democrática. Los ciudadanos serían responsables, por ejemplo, del conocimiento que tengan de la economía; de la narrativa histórica que suscriban de su país, y de Europa; de los criterios normativos con que juzgan las políticas públicas y las estrategias y tácticas políticas; así como de sus opciones políticas y de su *performance* cívica. Pero ahora quiero fijarme en la responsabilidad de los ciudadanos en lo relativo (1) a su comprensión de los límites de la política, y (2) a su disposición a asumir una identidad colectiva y comprender, con ello, el potencial de la política, que consiste fundamentalmente en poner orden en una casa común, y, por lo mismo, (3) a dar, o no, un fundamento moral a su acción cívica, no como un mero imaginario o un repertorio de doctrinas y argumentos y valores, sino de una cultura incorporada a la experiencia en la forma de hábitos o disposiciones.

En primer lugar, hay dos tipos de límites de la política, los relacionados con la necesidad que las gentes tienen de ser y sentirse libres, en un grado u otro, dentro de la comunidad, lo que implica la norma (moral) de que deben serlo, lo cual requiere poner límites al poder¹⁵; y los relacionados con el grado de eficacia que se pueda esperar del poder, en cualquier caso. Si nos centramos ahora en lo segundo, cabe constatar que la política, y por supuesto la política democrática, maneja normalmente bastantes o muchos problemas que resultan ser insolubles (Olsen, 2017). La falta de capacidad para resolverlos afecta tanto a las elites como a las gentes corrientes, pero, a estos efectos, estas tienen algunas ventajas comparativas. Los políticos y los agentes mediáticos y líderes sociales y económicos pueden albergar sueños de grandeza y omnipotencia, y dar a entender que todo lo pueden resolver, aunque la historia de las sustituciones incesantes de unos por otros atestigua lo contrario. En cambio, la experiencia de la vida de las gentes corrientes, vista a la luz del buen sentido (patente con frecuencia en la conversación cotidiana y en el debate público, *de facto* casi monopolizado por las elites y sus entornos), pone de relieve los límites de la política una y otra vez. Esos límites se corresponden con los que el sentido común ha solido atribuir a la condición humana (límites de la inteligencia y la virtud), en un lenguaje moral u otro, desde tiempos inmemoriales. Obviamente, esos límites pueden fluctuar. Podemos aprender de la experiencia; aunque los criterios para juzgarla no los suele dar la experiencia misma. De hecho, los límites del conocimiento, de la comprensión de las gentes y de las cosas, suelen fluctuar tanto al alza como a la baja en la historia, y los aprendizajes pueden (y suelen) olvidarse. De modo que podemos desaprender, o descuidar un contexto cambiante, como suele ocurrir, por ejemplo, cuando los expertos militares preparan la próxima guerra pensando solo en la anterior (Liddell Hart, 2015 [1949]). Conviene estar, por tanto, atentos a la doble posibilidad de progresar y retroceder al intentar aprender algo, tanto más cuanto que mucho depende, al respecto, de una conversación, interpretación y reinterpretación continuas del curso de los acontecimientos. Todo esto lo suelen saber las gentes corrientes por intuición y experiencia de vida, mientras que

¹⁵ Por supuesto, esta “necesidad percibida” se presenta en la experiencia histórica en muy distintas modalidades, y se expresa en muy diversos lenguajes morales; pero este es un tema (central para una discusión del “relato” al que aludo más adelante: ver también la sección 3.4) cuyo tratamiento desborda el propósito inmediato de este trabajo.

las elites lo olvidan, en una suerte de lapsus freudiano con el que tal vez tratan de evitar enfrentarse a sus propios límites.

Al mismo tiempo, en segundo lugar, la otra cara de los límites de la política es la del potencial de esta para construir, reconstruir y reparar una y otra vez la casa común, y así reforzar una identidad colectiva que es inseparable de la determinación del bien común. No una identidad dibujada con trazos muy estrictos, sino una aproximación prudente, aunque controvertida y necesitada de una conversación continua sobre ella. A este respecto, la situación europea se resiente de los barullos sistémicos antes mencionados: un debate inestable, semiarticulado, dramático; unos retos cada vez mayores; un vivir en casi continuo estado de alerta y, en cierto modo, de alarma. Muchos creen tener motivos para no estar seguros de cuál sea “su casa”: la morada en la que habitan, que consideran suya, en la que dan hospitalidad o la rehúsan, con las razones pertinentes. En todo caso, las experiencias de qué sea el hogar (*home*, *heimat*)¹⁶ no son las mismas para todos, lo cual da lugar a malentendidos recurrentes: la experiencia vivida de las gentes corrientes les suele llevar a (sobre)valorar la casa; la de las elites, a reforzar su capacidad (e inclinación) para vivir en clave de nómadas.

Lo cual nos conduce, en tercer lugar, al tema de los fundamentos culturales de la política democrática actual, y de sus límites morales, por ejemplo, en lo relativo a la orientación hacia el bien común y al respeto a la libertad de las gentes. Se trata de considerar los fundamentos no tanto de “la” democracia, en abstracto, cuanto de sus realizaciones históricas específicas, en un momento y un lugar dados; en el buen entendimiento de que tales fundamentos incorporan no solo las doctrinas, sino también las experiencias de las gentes, sus sentimientos morales, sus disposiciones y su carácter. Aquí, y sin entrar a fondo en el tema, me limito a indicar que lo que suele aducirse, a estos efectos, como “el legado de la Ilustración”, aun siendo crucial para entender nuestro tiempo, no es suficiente para entender el fundamento y el marco cultural de la evolución y el modo de funcionamiento real de nuestras instituciones, tanto menos cuanto más entendamos la cultura como cultura vivida (y no como un credo de valores y derechos). Ni lo es ahora ni lo ha sido ser en los últimos doscientos cincuenta años: es decir, desde el comienzo de la Ilustración. Su récord histórico incluye su contribución destacada, en buena medida luminosa, al entramado institucional de gobierno representativo, espacio público plural, economía de mercado y sistema de bienestar; pero también incluye la sombra de una dosis importante de orgullo y violencia, guerra y colonización, explotación y ofuscamiento, nacionalismo e imperialismo. No se trata de hacer un balance definitivo

¹⁶ Sobre el tema de la nación como *home* aplicado a la experiencia inglesa ver Scruton (2006). Un testimonio distinto, pero relativamente afín con su argumento, puede encontrarse en Manent (2006). Cuestión crucial a este respecto es la relación entre los temas del alcance y contenido del espacio jurídico de (hogar)/estado-nación y del espacio jurídico europeo. Esta ha sido, por cierto, una relación relativamente marginada en la conversación europea hasta ahora, pero que ha desempeñado recientemente un papel en el *brexit* británico, del 2017 (y en las controversias entre medios jurídicos alemanes y españoles, de la primavera del 2018, en torno a la institución de la euroorden a propósito del contencioso catalán).

de ese legado¹⁷, sino de reconocer que la forma de entender la razón aplicada a la *polis* (y, por tanto, a las ideas fuerza de comunidad y libertad individual) que ha solido tener la Ilustración, aun siendo muy estimulante, nunca ha sido tan razonable como para ser lo bastante persuasiva, y sus aspiraciones a la paz perpetua nunca han sido suficientes para alumbrar por sí mismas una sociedad reconciliada; y, sin embargo, sus razones siempre merecen consideración, y sus aspiraciones a la paz, tenerse muy en cuenta.

■ 3. UNA CONVERSACIÓN EUROPEA

■ 3.1. Contenidos y países

La contribución principal de la ciudadanía al tipo de comunidad política razonable y reconciliada antes mencionado es su compromiso en una conversación cívica que pone de relieve y refuerza esa pauta de razonabilidad y reconciliación. En esa conversación se comprueba la capacidad de la sociedad para manejar desacuerdos y conflictos de manera compatible con la determinación y el logro de un bien común.

Ahora bien, comprender esa conversación requiere plantearnos una serie de problemas que culminan en el de interpretar correctamente la posición de unos y otros, empezando con lo que “quieren decir”, habida cuenta de su entendimiento de la situación y de los agentes implicados y del contexto en el que operan. En este momento, solo trato de iniciar ese planteamiento, fijándome en algunos indicadores muy simples, unos relativos a los contenidos de la conversación, y otros, a la diferenciación (y agregación) de los actores atendiendo a diversas variables, y considerando las respuestas del público europeo en varias encuestas recientes.

Por lo que se refiere a los contenidos, cabe distinguir dos componentes: uno relativo a la sustancia de los juicios de los agentes (su *logos*), y otro a su carácter (su *ethos*). La conversación en cuestión se refiere a los mensajes (y deliberaciones) que intercambian los actores en lo relativo tanto a sus identidades y sus tomas de posición sobre políticas públicas como a sus modos de ser o de estar en la política, es decir, a su carácter o sus disposiciones cívicas. El componente más ostensible (y al que se suele dar mayor atención) de la conversación europea es el sustantivo (proclamaciones de identidad y contenidos de las políticas públicas, juicios sobre el rumbo seguido y el futuro deseable). Los componentes relativos al carácter se refieren a la capacidad y al impulso cívico del público, su confianza en los demás y en su propia capacidad para la participación política, su confianza en las instituciones, su experiencia en acciones colectivas, su interés en la política, sus intercambios diversos con otros países europeos.

¹⁷ Curiosamente, el rechazo de un balance en cierto modo similar es lo que parece sugerir el Papa Francisco (2018: 62) en sus conversaciones con Dominique Wolton.

Por otra parte, en lo que concierne a la diferenciación y agregación de los actores caben varios enfoques complementarios; por ejemplo, atendiendo a variables individuales de género, educación, edad, religión, posición socioeconómica, y tantas otras. Aquí voy a centrarme en la diferenciación por *demos* o países. De hecho, esa es una variable crucial para entender la conversación en el espacio público europeo: una conversación entre comunidades políticas diferenciadas en trance de coordinarse cada vez más intensa y problemáticamente, y que normalmente llevan a cabo las elites, pero que propongo que observemos entre los pueblos. Exploro, pues, el tema de la conversación europea siguiendo el hilo conductor de la diversidad de estados-naciones; y de hecho, como veremos, para los propios encuestados la identidad de preferencia, su marco de referencia primordial para su experiencia política, es su país, su estado-nación. Ello sugiere que probablemente entenderemos mejor a los europeos si, viéndoles como una pluralidad de ciudadanía trabada entre sí, tratamos de entender sus semejanzas y sus diferencias en el contexto de una modalidad de esa trabazón: la de una conversación. Una conversación en la que los participantes se invitan, en cierto modo, a un compromiso recíproco de cooperación y/o de competición, de seguirse la pista, de imitarse y de influirse y de aprender unos de otros, o no. De hacer o de no hacer juntos, de protegerse y cobrar impulso o de bloquearse y debilitarse. Diciendo lo que quieren; atendiendo a cómo se pronuncian sobre sus identidades y los contenidos de las políticas públicas; y, sobre todo, mostrando cómo son con sus disposiciones cívicas.

Es obvio que una conversación así no es fácil, y menos aún “a veintisiete” (el número de Estados miembros del momento, a la vista del *brexit*; hace algún tiempo, quince; mañana, ya se verá). En un intento de simplificarla y facilitarla, podemos ensayar la idea de agrupar los países por áreas geohistóricas y seleccionar unos pocos en cada una de ellas, como un primer paso en la discusión¹⁸. Distingo así tres grandes áreas geohistóricas: que suponen cierta proximidad geográfica y cierta experiencia histórica compartida; y dentro de cada una, selecciono cuatro países. Para delimitarlas, aparte de la cercanía física, tengo en cuenta algunos rasgos gruesos de su historia moderna. Distingo así, primero, una Europa centro-norte, con una impronta germánica en sus primeros tiempos históricos, y una pertenencia difusa a un área de cultura protestante en su primera modernidad; y aquí selecciono a Alemania, Holanda, Suecia y Dinamarca. Segundo, una Europa centro-sur, con una impronta histórica latino-mediterránea destacada y, específicamente, con una identidad político-religiosa católica durante los tres siglos de la primera modernidad; y aquí elijo a Francia, Italia, España y Portugal. Ambas áreas han sufrido, en general, la experiencia (inmediata o próxima) de las dislocaciones de 1914-1945, incluidas grandes guerras y guerras civiles, y confrontaciones con movimientos populistas totalitarios, de signo diverso, que acabaron dejando atrás. Tercero, una Europa del este, eslava, magiar, balcánica, con un trasfondo de cristianismo (ortodoxo, católico, en menor medida protestante); y, muy en particular, habiendo compartido una experiencia de tres cuartos de siglo XX de régimen totalitario comunista, del que ha

¹⁸ Puede verse la aplicación de un esquema semejante al tema de cultura e innovación productiva en Europa, en Pérez-Díaz y Rodríguez (2010, 2013 y 2018).

emergido en fecha relativamente reciente, hace un cuarto de siglo. Y aquí elijo a Polonia, Hungría, Chequia y Rumanía.

Obviamente quedan piezas sueltas (Irlanda o Grecia, por ejemplo) y caben otras divisiones. Cabe, por ejemplo, identificar un área central que incluya a Alemania y Francia. Centrales lo son ambos países en más de un sentido: desde luego, en cuanto al ejercicio y la ambición de un (discreto u ostensible) liderazgo o coliderazgo, desde el comienzo, de la aventura de la Unión Europea. También, con una larga historia de rivalidades; por lo pronto, desde los tiempos de los descendientes de Carlomagno, por no hablar de la época moderna, Ilustración incluida. La alternativa que adopto aquí es la de ver a Alemania como parte del área centro-norte, y a Francia, de la centro-sur; y creo que los datos aquí aducidos la dan cierta verosimilitud adicional a esta clasificación.

A continuación comento muy sumariamente datos cuyo detalle se contiene en los tres cuadros del Anexo¹⁹. Cruzo los países seleccionados con variables relativas a identidades y orientaciones políticas, y a disposiciones cívicas y recursos socio-culturales. Mis comentarios son muy tentativos, y propuestos a título de primera aproximación. Apuntan a la posibilidad de diversas sendas para el futuro; de aquí que estén entre interrogantes. Sendas que sugieren pistas para examinar la posibilidad de confluencias en línea con la tendencia, a la que me refiero en la introducción, a cuestionar el marco dualista del espacio público. En el caso de los indicadores de identidades y orientaciones políticas sustantivas sugiero la posibilidad de una senda de acercamiento; y en el de los indicadores de disposiciones cívicas, la de una senda de influencia mutua, imitación y aprendizaje²⁰.

■ 3.2. Confluencias en identidades y políticas: ¿una senda de relativo acercamiento?

En el cuadro 1 del Anexo se recogen datos referentes a los sentimientos de unión de los encuestados al propio país, a Europa y a la Unión Europea, así como otros sobre su visión del futuro y su orientación general acerca de políticas públicas relevantes para entender el significado de aquellos sentimientos. Muestran que los sentimientos de identidad europea son bastante intensos (sabemos también que son sumamente estables: Rodríguez, 2018). Si la identidad se plantea en términos de sentirse muy o bastante unido a Europa, los porcentajes oscilan entre el 50 y el 78% (ligeramente mayores en el centro-norte: entre el 65 y el 78%). (Los porcentajes disminuyen, y oscilan entre el 43 y el 60%, si la referencia es la Unión Europea; con la salvedad de un 34% en el caso de Chequia).

¹⁹ Agradezco a María García y Juan Carlos Rodríguez su ayuda en la elaboración y discusión de estos cuadros.

²⁰ Puede encontrarse un enfoque relativamente análogo, que se sitúa entre el contraste y la oportunidad de imitación y aprendizaje, en el terreno de las variedades del capitalismo, en Hall y Soskice, eds. (2001).

Sin embargo, esos sentimientos europeístas no son preponderantes, al estar mucho menos extendidos que el sentimiento de unión con los Estados nación, que se suele situar en torno al 90-100%. Con todo, no hay contradicción entre sentimientos europeístas y sentimientos nacionales. Por el contrario, puede haber compatibilidad emocional entre ambas identidades, de modo que, entre quienes se sienten muy unidos a su propio país, un 64% se sienten muy o bastante unidos a Europa (y un 33%, poco o nada unidos)²¹. De ello cabría inferir que la realidad compleja de los sentimientos de las gentes corrientes se resiste a subsumirse en la representación simplificada de esa realidad por parte de los muchos políticos, expertos y medios de comunicación que insisten en contraponer a europeístas y nacionalistas²².

Congruentes con ese sentimiento de identificación con Europa parecen ser las respuestas a preguntas sobre el horizonte del futuro, y sobre varios indicadores de la orientación general de la sociedad que se ponen de manifiesto con preguntas clave sobre tendencias en curso y políticas públicas. Respecto a la visión del futuro, en todos los países la mayoría está en desacuerdo con la idea de que su país podría afrontar el futuro de mejor manera fuera de la Unión Europea (UE); con porcentajes que oscilan entre el 52 y el 81% (salvo Italia, que registra un 44%), destacando ligeramente, de nuevo, los países del área centro-norte (que oscilan entre el 68 y el 81%).

A su vez, creer que el mejor futuro de su país está en la Unión Europea parece congruente con un grado notable de aquiescencia en el público respecto a lo fundamental del rumbo que ha estado siguiendo la UE desde hace décadas. Tal se observa si se toman como referencia la percepción de la globalización como oportunidad (“la globalización es una oportunidad de crecimiento económico”), la centralidad del sector privado para crear empleo (“el sector privado está mejor situado que el sector público para crear nuevos puestos de trabajo”), y el tratamiento prudente de la deuda pública (“no se deben retrasar las medidas para reducir el déficit y la deuda pública”), siendo el acuerdo con tales afirmaciones mayor en el caso de los países del centro norte, en especial, respecto a la globalización (el acuerdo oscila entre el 74 y el 83% en el centro-norte; y entre el 42 y el 65% en el resto) y a la centralidad del sector privado (el centro norte oscila entre el 69 y el 75%; y entre el 46 y el 69% en el resto). Respecto al manejo de la deuda y el déficit, las diferencias son menores, observándose en el conjunto una oscilación entre el 64 y el 82%²³.

Cabe pensar, pues, que el futuro es percibido como si estuviera inscrito en el rumbo del presente: un rumbo con el que estarían *grosso modo* de acuerdo. Como si la mayoría, en los doce países considerados, compartiera un imaginario político *mainstream* en lo que se refiere a tendencias y políticas públicas clave,

²¹ Cálculos propios con datos de *Eurobarómetro 87.3*, con trabajo de campo en mayo de 2017.

²² Quizá cabría pensar que las gentes corrientes, menos ideologizadas, son como (prosaicos) “realistas” que viven el presente, y las elites, más ideologizadas, como (sofisticados) “surrealistas” que viven anticipando los problemas del futuro.

²³ Y sabemos, por otras fuentes, de un consenso relativamente amplio que existe en torno al euro en una mayoría de países, con las notables excepciones de Dinamarca y Suecia, y Polonia y Chequia.

porque se moviera en un terreno de confluencias entre lo que fueron las tradiciones demócrata-cristiana, socialdemócrata y liberal-conservadora de políticas públicas desde hace más de medio siglo; y ello a pesar de la tendencia de la mayor parte del *establishment* político y cultural a dar al desacuerdo político un aire de batalla campal, y a apelar, para ello, a diferencias en la autoubicación del propio electorado en la escala izquierda-derecha.

Aun descontando que las preguntas son pocas e imprecisas, y que el tema requiere, por tanto, una discusión mucho más cuidadosa, y aun teniendo en cuenta la probable superficialidad de los argumentos que subyacen a las propias respuestas, a primera vista, esos datos parecen reflejar el imaginario convencional, “prudente y normal”, propio de gentes atentas a la realidad cotidiana, pragmáticas y no por ello menos habituadas a postergar muchas decisiones y tergiversar un poco, haciendo ajustes y deshaciéndolos, en un titubeante y continuo ensayo y error. No tan polarizadas como se dice, ni mucho menos. Parece como si estuviéramos ante una actitud bastante generalizada, semitácita, dicha a medias, de aquiescencia reticente con la hoja de ruta habitual: las líneas maestras de lo que muchos consideran el rumbo razonable. Porque es posible, y/o porque quizá sea el menos malo o el mejor posible. Casi un curso europeo *apropiado* de la historia común; con lo que ese curso supone de apoyo a la mezcla de democracia liberal y Estado de derecho, capitalismo con reservas y sistema de bienestar que, con sus reparaciones y dudas permanentes, ha sido, de hecho, la senda por la que ha transitado el conjunto de Europa occidental desde el final de la segunda gran guerra, y Europa oriental desde la implosión del comunismo.

Es cierto que los políticos han acompañado todo lo anterior con una mezcla de reformismo taticista permanente y del ruido y la furia de los desencuentros ideológicos entre las derechas y las izquierdas (con sus homilías y sus declaraciones *ex cathedra* de rigor). Quizá la ciudadanía comparte más su práctica taticista que su discurso dramático, y la prudencia de sus tomas de posición sugiere una relación relativamente débil con su autoubicación ideológica (al menos en lo que se refiere al conjunto de los ciudadanos de cada país) en la escala izquierda-derecha. También es posible que la diferenciación ideológica, que se articula de un modo diferente en cada país, no sea tan relevante, porque no lo sean las diferencias de las políticas públicas entre los grandes partidos una vez en el poder. Es decir: estaríamos ante una ciudadanía cuyo imaginario parece bastante afín a la tradición de *politics and policies*, a lo que han solido ir *haciendo* los políticos del *mainstream* del espacio electoral en Occidente, y en particular en Europa occidental, a lo largo de los últimos tres cuartos de siglo, en el curso de cuatro o cinco generaciones (incluyendo la generación del 68).

Según esto, cabría desdramatizar un tanto la situación actual; puesto que las tomas de posición de segmentos amplios de la ciudadanía sugieren que, en el fondo, hay una base de acuerdo, o aquiescencia entre la ciudadanía y la clase política, a pesar de las posibles confusiones ideológicas y semánticas de ambos, en torno a un pragmático “ir tirando” con el *statu quo*, oscilando entre un “algo más” de

socialdemocracia y un “algo más” de liberalismo conservador, lo que proporciona un marco común de referencia para los debates. Pero todo ello, sin acabar de decirlo en voz alta, aceptándose así el hecho de que, en el espacio público, se dé una notable borrosidad en los argumentos y en las declaraciones sobre los problemas de economía política.

Estaríamos así en el equivalente a un posible punto de partida para un debate público relativamente pacífico y argumentado, dibujándose así la eventualidad de una senda futura de acercamiento de las posiciones. Punto de partida poco espectacular, pero nada despreciable, porque lo que hay por debajo de aquella confluencia es el enorme aprendizaje que, para el conjunto de la sociedad, resulta de haber vivido o visto muy de cerca los horrores de dos grandes guerras y dos totalitarismos, de izquierdas (comunismo) y derechas (fascismo y nazismo): dos decisivas experiencias recalcitrantes (White, 1981; Pérez-Díaz, 1983) de larga duración y de extraordinaria intensidad, y cuya memoria está todavía viva.

Ahora bien, si hay razones para esperar que, mediante el debate y, tal vez, el aprendizaje consiguiente, las confluencias puedan reforzarse, también las hay para templar y matizar esta expectativa, a la vista de las disposiciones cívicas prevalentes en los ciudadanos de los diversos países, que examino someramente a continuación.

■ 3.3. Contrastes en disposiciones cívicas: ¿una senda de imitación y aprendizaje?

Las diferencias entre países, y áreas, son más acusadas y parecen sistemáticas en lo que se refiere al marco de disposiciones cívicas, capacidades e impulsos, según los datos del cuadro 2 del Anexo, en los que destacan claramente los países del centro-norte. Estos países tienen índices que oscilan entre 5,2 y 6,9 en una escala de 0 a 10 en sus niveles de *confianza en los demás* (un componente académico clásico del capital social; Putnam, 2000), frente a una oscilación entre 3,6 y 4,8 en el resto de los países. Asimismo, difieren en la confianza en la capacidad de cada uno para intervenir en política y/o llevar a cabo una actividad en un partido político. Es mayor esta confianza en los países del centro-norte, cuyo índice oscila entre 3,8 y 5,2; mientras que en el resto oscila entre 2,6 y 4 (siendo los índices menores en el este que en el sur).

Esos sentimientos de confianza deben de estar ligados con prácticas y hábitos sociales efectivos, porque es difícil que se dé un nivel alto de confianza, en sí mismos y en los demás, si faltan los hábitos y la experiencia adquirida de acción colectiva que corroboran y justifican, ponen a prueba y sancionan esa confianza. De nuevo, encontramos una mayor *experiencia asociativa* en el centro-norte, donde entre el 42 y el 54% hacen trabajo voluntario o participan en asociaciones voluntarias, mientras que los porcentajes en el resto de países oscilan entre el 5 y el 28%.

Asimismo, los datos sobre *interés en la política* y sobre la inclinación a entablar discusiones políticas sugieren un impulso cívico claramente mayor en los países del centro-norte. El mucho o bastante interés en la política se da en la franja del 63 al 68% en el centro-norte; y entre el 17 y el 48% en el resto.

A *contrario sensu*, el desinterés por la política puede tener que ver, a su vez, con el fenómeno de la *desafección política* (o, más bien, de ambivalencia política, si se tiene en cuenta la frecuencia con la que se vota a partidos y políticos que “no gustan”, como mal menor). Esa desafección se pone de relieve, por ejemplo, en forma de relativa ausencia de confianza en el parlamento, los políticos, el sistema judicial y la policía: a título de ejemplo, el índice de confianza en los políticos oscila entre 3,9 y 5 en el centro-norte, y entre 1,9 y 3,3 en el resto. Algo semejante sucede con la confianza en los medios de comunicación. El porcentaje de quienes creen que dan información fiable se sitúa entre el 72 y el 77% en el centro-norte; y entre el 34 y el 57% en el resto (con la excepción de Portugal, con un 72%).

Curiosamente, la falta de interés por la política no se refleja en una sensación de no *saber lo que ocurre* en el propio país, en Europa y en el mundo. Es como si los encuestados creyeran saber lo suficiente como para no interesarse. Tal vez porque saben que su opinión cuenta poco, y ello se corresponde con su falta de confianza en las instituciones.

En todo caso, no hay diferencias importantes en lo relativo a entender el propio país: quienes creen que tienen una idea bastante clara de lo que sucede en su país oscilan entre el 58 y el 75% en el centro-norte; y entre el 54 y el 62% en el resto. Pero sí las hay respecto a lo que sucede en Europa y en el mundo. Quienes creen que saben lo que ocurre en la UE oscilan entre el 63 y el 73% en el centro-norte, y el 44 y 58% en el resto (con la salvedad de un 74% en Polonia). Quienes imaginan que saben lo que ocurre en el mundo se sitúan entre el 76 y el 87% en el centro-norte; y entre el 54 y el 62% en el resto.

El mayor o menor entendimiento de lo que ocurre en el mundo exterior puede venir (eventualmente) de la mano del grado de familiaridad que los ciudadanos tengan con él (o, en sentido estricto, de haber contado con la oportunidad de tenerla).

Puede ser mayor cuando, por ejemplo (como se detalla en el cuadro 3 del Anexo), se conocen *idiomas* extranjeros; y/o, en los últimos doce meses, han sido muchas las *visitas* a otro país europeo, las *lecturas* de libros en otros idiomas o las *relaciones* sociales con otros europeos. Una vez más, a este respecto, son los países del centro-norte los que, al tiempo que creen entender mejor la complejidad del mundo, parecen tener un mayor grado de conocimiento práctico o experiencia del exterior, por lo pronto, de Europa. Así, los del centro-norte hablan un idioma extranjero (entre el 65 y el 93%) más que el resto (entre el 35 y el 51%); y, recientemente, han visitado en mayor proporción un país extranjero (entre el 61 y el 79%; frente a entre el 22 y el 53% del resto), establecido relaciones sociales con personas de otro país de la UE (entre el 59 y el 81%; frente a entre el 16 y el 25% del resto).

En otras palabras, no ya lo que dicen (sobre su identidad, sobre las políticas europeas), sino el testimonio de lo que hacen, sugiere en los países del centro-norte un potencial de recursos socioculturales y de disposiciones cívicas que favorecería su implicación en la ciudad europea. Y, en ese sentido, ofrecerían, en principio, al resto, un ejemplo del que aprender.

■ 3.4. ¿Comprensión recíproca? ¿Cultura compartida?

Ahora bien, ¿podríamos atribuir por esa combinación de disposiciones (confianza, asociacionismo, interés en la política, conocimiento del exterior) un mayor grado de fiabilidad a los países del centro-norte? Son más fiables, sí, en lo atinente a sus disposiciones cívicas, en general. Pero, ¿están esas disposiciones cívicas *orientadas* hacia Europa? ¿Están acompañadas de una cultura de cuál sea el bien común europeo? Y yendo más lejos, ¿están los europeos preparados para entablar una conversación entre los de unos y otros países, aplicando el “principio de la caridad”? En otras palabras, ¿están en condiciones de interpretar correctamente, de comprender, a los otros países europeos? ¿Los respetan? ¿Conocen, entienden, empatizan incluso, lo suficiente con sus historias? En otras palabras, ¿han desarrollado un grado suficiente de amistad cívica con los otros países europeos? E incluso: ¿comparten con ellos un relato razonablemente integrador de sus respectivas experiencias?

Todas estas no son preguntas meramente literarias o académicas, ni música celestial. Sin una proporción *suficiente* de respuestas positivas a estas preguntas, no hay un *demos* europeo, ni, por lo demás, un *demos* genuino del país europeo en cuestión. Esas preguntas apuntan a la base de la confianza recíproca que permite un vivir juntos y un hacer común sostenido en el tiempo. Por ello, creo que, más bien, deberíamos tomar todo lo anterior referido a identidades y políticas, incluido lo que sabemos de acercamientos, confluencias y aprendizajes posibles, como un mero punto de partida en una senda de discusión y de experimentación, con muchas etapas por delante. Una senda que puede ser sinuosa, con una sucesión de quiebros, de juegos de punto y contrapunto.

Hay que tener en cuenta que si los saberes sobre temas complejos pueden ser cada vez más ligeros, los temas mismos pueden ser cada vez más difíciles: el futuro de la Unión Europea, el manejo de su economía, qué hacer con la inmigración, el espacio jurídico europeo, la política exterior. Problemas que, en general, Europa ha sabido, no tanto resolver, cuanto vivir con ellos (Judt, 1996). Y que se han vuelto más acuciantes por el aumento de los riesgos, asociados con errores y ofuscaciones recurrentes. No está claro que los europeos perciban con suficiente claridad lo que es el bien común europeo en un mundo cambiante y a veces fuera de quicio; ni que los europeos sepan unos de otros tanto como para interpretarse correctamente y comprenderse; habiendo pasado por tantas y tantas experiencias de rivalidades (miméticas, con frecuencia), lo que les haría proclives a albergar

estereotipos recíprocos banales y no necesariamente benignos, como se muestra con alguna frecuencia cuando la ocasión surge.

Se trata de gentes no solo diferentes, sino que (se digan lo que se digan) no se entienden siquiera a sí mismas como desconectadas de esas diferencias, como ajenas a un relato histórico diferenciado, como desarraigadas del territorio repleto de *lieux de mémoire* que les rodea (Nora, 1997). Así que la situación parece recomendar, a este respecto, una dosis mayor de discernimiento y de paciencia, pero sin desdeñar el núcleo razonable del optimismo ingenuo de pensar que, entre tanto, es posible que una suerte de progreso pueda seguir su marcha. El mundo se conecta de múltiples modos; y, entre otras cosas, turistas, emigrantes, universitarios haciendo *le grand tour* y usuarios de redes sociales, se irían enterando a medias, al menos, de algunos rasgos de los países por los que transitan o con los que contactan.

Pero, con todo, estemos atentos a que contactar o conectar no es necesariamente comprender. Tanto menos si se acompaña de un dejarse llevar por la heurística simple de los estereotipos o prejuicios del lugar, lo cual dificulta el diálogo. Por ello, incluso una mayor capacidad para el compromiso político respecto a lo que las gentes consideran “suyo” puede venir de la mano de un sentimiento débil de solidaridad con lo que quizá no se acaba de considerar “nuestro”; es decir, de una motivación insuficiente en pro del bien común europeo.

En definitiva, a la hora de la verdad, los aprendizajes no solo tienen que ser mutuos, sino que deben venir acompañados de una compleja y paciente y profunda reflexión sobre Europa como tal, y sobre su relación con su mundo exterior y con su pasado.

■ CONCLUSIÓN: ¿UNA EUROPA DE MUTUAS CONFIANZAS?

El proceso de construcción europea lleva mucho tiempo en clave de hacerse a medias, porque la capacidad estratégica de las elites es limitada y porque el proceso se ha ido haciendo con una participación cívica a remolque. Los debates suelen ser demasiado borrosos; la crisis reciente ha provocado un aumento del ruido y la inquietud; los problemas parecen desbordarnos.

Este trabajo ha explorado una variedad de problemas conectados entre sí. En los términos académicos sugeridos al comienzo del ensayo, podemos hablar de problemas de construcción de un *demos* europeo como clave de bóveda de un entramado de *demos*, cuya trabazón depende de una conversación continua; problemas de legitimidad sustantiva (*input y output legitimacy*), que requieren el apoyo de la sociedad, el cual se pide y se concede (en una forma y grado por determinar) en el espacio público; problemas de *accountability*, cruciales para el desarrollo de la identidad y la legitimidad. Problemas, todos, cuya solución no se puede confiar al mero funcionamiento de las instituciones, siempre condicionado por la interpre-

tación y la conducta real de los agentes concernidos; ni al liderazgo de unas elites casi siempre a punto de demorarse en la contradicción performativa de hacer una Europa comunitaria, pero asegurándose el control, cada uno, de su propio territorio (Pérez-Díaz, 1994). En realidad, la solución depende, en gran medida, de la calidad y la intensidad de la participación cívica en la conversación.

La perspectiva de la conversación puede ayudarnos a entender y manejar mejor las diferencias europeas, centrando la atención en las diferencias entre unos países y otros: en la contribución de las variedades de Europa a esa conversación. Una contribución que, en parte, se fundamenta en sus opiniones, pero que, sobre todo, lo hace en su sentir una pertenencia y compartir un rumbo, y, muy especialmente, en poner en juego su capacidad cívica, sus hábitos y disposiciones a participar en el debate y en el manejo de los asuntos comunes, y en el testimonio, en definitiva, de su participación cívica.

De ahí mi propuesta a favor de una estrategia indirecta, centrada en un mayor grado de participación de la ciudadanía en un debate y una acción colectiva razonables. Aunque la evidencia sugiere que, en la Europa de estos años, aquellos hábitos y disposiciones están desarrollados a medias, ese “a medias” indica ya un punto de partida. Tampoco es, como hemos visto, el mismo en unos países y otros, por lo que cabría entender estas diferencias como una oportunidad de aprendizaje mutuo y de mejora de todos. Cabría entenderlas como una invitación a un contraste entre diferentes narrativas y modos de ser. El juego de ese contraste no sería tanto el de la contraposición de opiniones o posiciones sobre políticas sustantivas, cuanto el de cómo persuadirse mutuamente, desarrollar la capacidad cívica y estratégica, y hacerse razonablemente más fiables entre sí. Y el de cómo, en el juego de implementar las conclusiones, siempre provisionales, de esos tratos y debates, en la búsqueda de sí misma, una Europa, entramado de países diferentes, se va encontrando.

Se trata de una búsqueda cuya etapa siguiente podría ser la de intentar responder a la pregunta de qué podría hacer que esa comunidad política europea, en su conjunto, se sintiera ella misma “fiable” con relación al resto del mundo; cuál sería el relato que podría hacer de sí misma en el contexto mundial. Cabe esperar que una Europa que avanza por ese camino de confianzas mutuas, descubra, como de paso, buscándolo solo a medias, cuál es el papel que sueña, o quiere, o cree que debe desempeñar en ese mundo. Esto será un nuevo test crucial de cuáles podrían ser sus señas de identidad y su proyecto, que será difícil de superar antes de que haya puesto Europa su casa en orden, y sus recuerdos en orden. Unos recuerdos teñidos de rivalidades miméticas centenarias.

Entre las conclusiones provisionales que podríamos trazar del conjunto de la evidencia empírica aquí reunida acerca de la conversación *sui generis* inscrita en las encuestas a los públicos europeos, querría destacar cinco. La *primera* conclusión es que, en los sentimientos de identidad y en los contenidos de las orientaciones básicas sobre políticas públicas, podría haber cierto *rapprochement* entre todos

los países, a pesar de la rotundidad con que políticos y medios suelen plantear sus desacuerdos. Por supuesto, hay diferencias, pero no tantas. No hay una Europa nativista y otra globalista, con los países claramente alineados en un sentido u otro. Más bien hay una cierta confluencia, tácita, o poco explícita, pero reconocible, a favor de un *modus vivendi* entre las dos personalidades de quienes actúan como parte del *demos* europeo y de los *demoi*, y, con ello, la búsqueda de una especie de equilibrio entre economía de mercado y protección social pública, entre la conciencia de los límites de la política y la de sus promesas, que ha marcado y marca una experiencia más que centenaria. Todo lo cual sugiere ni polarización ni acuerdos rotundos, pero sí una senda de alternancias sin traumas, y de experimentos y compromisos prudentes.

La *segunda* conclusión se refiere a la importancia del contraste entre disposiciones o virtudes cívicas en la conversación europea. Aquí, los países del centro-norte, escandinavos y germánicos, representados por Suecia, Dinamarca, Alemania y Holanda, están enviando ciertos mensajes al resto, no ya por lo que dicen, sino por lo que hacen y por cómo son en lo que concierne a los asuntos comunes. El mensaje principal es que, sin ser más ni menos europeístas en sus sentimientos de identidad y sus declaraciones generales, los países del centro-norte proponen un modo de estar en la política según el cual (1) la confianza en los demás es mayor; (2) la confianza que las gentes tienen en sí mismas para intervenir en política es también mayor; (3) parecen más habituados a participar en actuaciones colectivas, presumiblemente con vistas a objetivos comunes, (4) tienen más confianza en sus instituciones públicas, (5) tienen la sensación de que entienden mejor los problemas de conjuntos sociales amplios (su país, Europa, el mundo), a la vez que (6) parecen tener más trato, por muchas vías, con gentes particulares de ese ancho mundo, lo que probablemente les proporciona saberes prácticos y una sensación de familiaridad con problemas más abstractos de carácter general, lo que facilitaría su manejo; y probablemente, como colofón de todo ello, (7) expresan más interés por la política.

La propuesta parece razonable. Puestos a embarcarse en unas políticas europeas u otras, conviene tener en cuenta los hábitos y los recursos socioculturales, en definitiva, la fiabilidad de los que se embarcan en la aventura. Son las disposiciones y las formas de estar en la política las que indican si estamos, o no, ante agentes comprometidos en la acción pública que son creíbles, *fiables*. Países que no tergiversan con la ley, que no se engañan a sí mismos, que se consideran responsables de sus actos, en quienes se puede confiar para que empiecen poniendo su casa en orden como paso previo al de poner orden en la casa europea. Y, eso supuesto, para comprometerse en una conversación con los demás sobre el qué hacer y el cómo hacerlo; y hacerlo; y no dejarlo para más tarde. Y todo ello sabiendo muy bien que la confianza puede quedar comprometida por una crisis imprevista, tanto más cuanto que el pasado compartido incorpora la memoria de tantos encuentros y tantos desencuentros.

Así pues, todos pueden y deben aprender de los demás. Pero, y esta es la *tercera* conclusión, añado aquí una nota de cautela. No se puede enseñar ni aprender desde la autocomplacencia y el desdén hacia los demás, al menos no entre quienes se sienten y/o aspiran a ser gentes libres. Tampoco enviar mensajes requiere subirse a un púlpito ni colocarse en una posición de superioridad moral. Una cura de humanidad y de realismo es imprescindible. Somos todos falibles, nadie es perfecto. Todos los balances son un tanto precarios, y la historia nos ha demostrado (*ad nauseam*) que conviene dejar el Juicio Final para un poco más tarde. Los mensajes, las enseñanzas, deben ser tratados, pues, como propuestas; que, pudiendo ser razonables, deben ser templadas por la disposición a escuchar, y por el desarrollo de una orientación de todos hacia alguna forma de bien común europeo, incluso alguna forma de humildad compartida, habida cuenta de la dramática historia de cómo los europeos hemos llegado hasta aquí y cómo nos hemos manejado en el mundo en general. Un relato que algún día podríamos contarnos sin melancolías y sin vanaglorias, tan innecesarias las unas como las otras.

Lo cual me da pie para mi *cuarta* conclusión: la de que, siendo falibles, no podemos descartar nunca la posibilidad de una deriva de elites y ciudadanos hacia la ignorancia y el desaprendizaje, la soberbia y el resentimiento, o una u otra combinación de necedad y de lo que una muy larga tradición de la humanidad ha solido identificar, en un lenguaje u otro, como “malos sentimientos”. Claro es que cabe combatir esa deriva con la ayuda de la (buena) educación, el esfuerzo cotidiano (en tareas justas), la favorable influencia de unos y otros y el diseño de las instituciones pertinentes. Y conviene reconocer, por tanto, que la probabilidad de que las elites y los ciudadanos de a pie acierten en la tarea de convivir de manera decente y razonable es, sin duda, bastante alta. Por lo menos, tan alta como su contraria.

Pero, y esto me lleva a mi *quinta* y última conclusión, si no hay lógica alguna de la historia que garantice un futuro mejor, en cambio, sí hay motivos para esperarlo, y cabe apostar (a la manera de Pascal) por que el éxito de una estrategia indirecta centrada en los ciudadanos, contribuya a aproximarnos a él. Y lo que la evidencia y el argumento de este trabajo sugieren es que la voz de esa ciudadanía europea, en las presentes circunstancias, parece moderadamente congruente con tal objetivo, en la medida en que envía el mensaje de una relativa confluencia de identidades y políticas que contradice la tendencia a la polarización y la subsiguiente ruptura de la comunidad política; así como el mensaje de un posible aprendizaje mutuo de disposiciones cívicas y, quién sabe, quizá también de comprensiones recíprocas.

Y quedaría pendiente el asunto crucial del contraste entre los relatos históricos de los diversos países. Asunto crucial, puesto que la plausibilidad del proyecto de un futuro común depende de un ejercicio de memoria, verdadero y ecuaníme, difícil y amistoso, por parte de todos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCHER, M. S. (2007), *Making our way through the world: human reflexivity and social mobility*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (2010), "Introduction: the reflexive re-turn", en M. S. ARCHER (ed.), *Conversations about reflexivity*, Londres y Nueva York, Routledge: 1-13.
- BARROW, R. H. (1980 [1949]), *The Romans*, Harmondsworth, Middlesex, Penguin Books.
- BECK, U. (2016), *The metamorphosis of the world*, Cambridge, Polity Press.
- BÉNÉTON, P. (2017), "La declaración de París. Una Europa en la que podemos creer". Disponible en: <https://thetrueeurope.eu/una-europa-en-la-que-podemos-crear/>
- BENJAMIN, W. (1969 [1940]), *Illuminations: essays and reflections*, Trad. HARRY ZOHN; ed. HANNAH ARENDT, Nueva York, Schocken Books.
- BROOKS, D. (2018), "The rise of the amphibians", *The New York Times International Edition*, 17/18 de febrero: 9.
- BURNEYAT, M. F. (1996), "Enthymeme: Aristotle on the rationality of rhetoric", en A. OKSENBERG RORTY, (ed.), *Essays on Aristotle's Rhetoric*, Berkeley, University of California Press: 88-115.
- COMISIÓN EUROPEA (2017), *White paper on the future of Europe. Reflections and scenarios for the EU27 by 2025*, Bruselas, European Commission.
- DAVIDSON, D. (1974), "On the very idea of a conceptual scheme", *Proceedings and Addresses of the American Philosophical Association*, 47: 5-20.
- DONATI, P. (2011), *Relational sociology. A new paradigm for the social sciences*, Londres y Nueva York, Routledge.
- DREYFUS, H. (1991), *Being-in-the-world: a commentary on Heidegger's Being and time, division I*, Cambridge, Mass., The MIT Press.
- GARVER, E. (1994), *Aristotle's Rhetoric: an art of character*, Chicago, The University of Chicago Press.
- HALL, P. A., y D. SOSKICE (eds.) (2001), *Varieties of capitalism: the institutional foundations of comparative advantage*, Oxford, Oxford University Press.
- JASPERS, K. (1980 [1949]), *Origen y meta de la historia*, Trad. F. Vela. Madrid, Alianza.
- JUDT, T. (1996), *A grand illusion? An essay on Europe*, Nueva York, Hill and Wang.
- LIDDELL HART, SIR BASIL, (2015 [1954]), *Stratégie*, Trad. Lucien Poirier, París, Perrin.
- MANENT, P. (2006), *La raison des nations: réflexions sur la démocratie en Europe*, París, Gallimard.
- MEZO, J. (2018), "Medios de comunicación, descontento político y populismo en Francia, Italia y España", en V. PÉREZ-DÍAZ, J. C. RODRÍGUEZ y J. MEZO, *Construcción europea, identidades y medios de comunicación*, Madrid, Funcas: 159-243.
- NICOLAÏDIS, K. (2013), "The idea of European democracy", en J. DICKSON y P. ELEFTHERIADIS (eds.), *Philosophical foundations of European Union law*, Oxford, Oxford University Press: 247-274.
- NORA, P. (dir.) (1997), *Les lieux de mémoire 2*, París, Gallimard.
- OAKESHOTT, M. (1991 [1948]), "The Tower of Babel", en *Rationalism in politics and other essays*, Liberty Press, Indianapolis: 465-487.
- OLSEN, J. (2017), *Democratic accountability, political order, and change. Exploring accountability processes in an era of European transformation*, Oxford, Oxford University Press.
- PAPA FRANCISCO (2018), *Política y sociedad. Conversaciones con Dominique Wolton*, Trad. M. M. Leonetti. Madrid, Encuentro.

- PÉREZ-DÍAZ, V. (1983), "El proyecto moral de Marx cien años después", *Papeles de Economía Española*, 17: 66-109.
- (1994), "The challenge of the European public sphere", *ASP Research Papers*, 4b/1994.
- (1998), "La cité européenne", *Critique Internationale*, 1, 1: 101-126.
- (1999), "La formación de Europa: nacionalismos civiles e inciviles", *ASP Research Papers*, 27a/1999.
- (2004), "The underdeveloped duty dimension of the European citizenship", en H. MACHINSKA (ed.), *Idea Europy*, Varsovia, Biuro Informacji Rady Europy: 206-219.
- (2008), *El malestar de la democracia*, Barcelona, Crítica.
- (2013), "Between the natural and moral order of things: the euro and the problem of agency", en G. MORO (ed.), *The single currency and European citizenship*, Nueva York, Bloomsbury: 182-195.
- (2014), "Civil society: a multi-layered concept", *Current Sociology*, 62, 6: 812-830.
- (2015), "La intensidad de agencia, su anclaje y su paisaje: clase obrera y elites, mercado de trabajo y cultura en la España actual", en V. PÉREZ-DÍAZ *et al.*, *Agentes sociales, cultura y tejido productivo en la España actual*, Madrid, Funcas: 17-87.
- (2017), "The voice of society and the crisis: the potential and limits of reflexivity and civility", *Stan Rzeczy*, 12: 277-301.
- (2018), "Formas políticas frágiles: la doble dualidad democrática y el buen sentido ciudadano", en B. PENDÁS, (dir.), *España constitucional, 1978-2018. Trayectorias y perspectivas*, Volumen II. Madrid, CEPC.
- PÉREZ-DÍAZ, V., y J. C. RODRÍGUEZ (2010), *La cultura de la innovación de los jóvenes españoles en el marco europeo*, Madrid, Fundación Cotec.
- (2013), *Capital social e innovación en Europa y en España*, Madrid, Fundación Cotec.
- (2018), "Moral culture and innovation in Europe", *ASP Research Papers*, 115(b)/118.
- PÉREZ-DÍAZ, V.; RODRÍGUEZ, J. C., y E. CHULIÁ (2013), *Europa, Alemania y España: imágenes y debates en torno a la crisis*, Madrid, Fundación de las Cajas de Ahorros.
- (2016), *Un triángulo europeo: elites políticas, bancos centrales y populismos*, Madrid, Fundación de las Cajas de Ahorros.
- PINKER, S. (2018), *Enlightenment now. The case for reason, science, humanism and progress*, Londres, Allen Lane.
- PUTNAM, R. D. (2000), *Bowling alone. The collapse and revival of American community*, Nueva York, Simon & Schuster.
- RISSE, T. (2010), *A community of Europeans? Transnational identities and public spheres*, Cornell, Cornell University Press.
- (2013), "Two Sides of the Same Coin?", en G. MORO (ed.), *The single currency and European citizenship*, Nueva York, Bloomsbury: 111-122.
- RODRÍGUEZ, J. C. (2017), "El desafío independentista: sociedad y política en la Cataluña actual", *ASP Research Papers*, 113(a)/2017.
- (2018), "La evolución y las implicaciones políticas de la identidad europea", en V. PÉREZ-DÍAZ, J. C. RODRÍGUEZ y J. MEZO, *Construcción europea, identidades y medios de comunicación*, Madrid, Funcas: 53-157.
- RORTY, R. (1991), *Essays on Heidegger and others. Philosophical Papers II*, Cambridge, Cambridge University Press.
- SCHARPF, F. (1999), *Governing in Europe*, Oxford, Oxford University Press.

- (2016), “Forced structural convergence in the Eurozone: or a differentiated European Monetary Community”, *MPIfG Discussion Paper*, 16/15.
- SCRUTON, R. (2006), *England: an elegy*, Londres, Nueva York, Continuum.
- USEEM, M., *et al.* (2017), *Fortune makers. The leaders creating China's great global companies*, Nueva York, Public Affairs.
- VOEGELIN, E. (2000), “Science, politics and Gnosticism”, en *The collected works of Eric Voegelin. Volume 5. Modernity without restraint*, Ed. Manfred Henningsen. Columbia y Londres, University of Missouri Press: 243-313.
- WHITE, M. (1981), *What is and what ought to be done*, Londres, Oxford University Press.

ANEXO. VARIETADES DE EUROPA: IDENTIDADES, RUMBO Y DISPOSICIONES

Cuadro 1

SENTIMIENTOS DE IDENTIDAD NACIONAL O EUROPEA, UE COMO FUTURO DEL PROPIO PAÍS, ACTITUDES ECONÓMICAS Y AUTOUBICACIÓN IDEOLÓGICA EN DOCE PAÍSES EUROPEOS (2017) (PORCENTAJES, SALVO INDICACIÓN EN CONTRARIO)

	SUE	DIN	ALE	HOL	FRA	ESP	ITA	POR	POL	HUN	CHE	RUM
Se siente muy/bastante unido/a a...												
Su país	96	99	95	89	94	83	94	99	95	95	92	90
Europa	78	78	75	66	64	59	51	55	70	75	60	59
La Unión Europea	48	51	64	47	56	57	45	51	63	56	35	56
Totalmente / más bien en desacuerdo con la idea de que PAIS podría afrontar el futuro de mejor manera fuera de la Unión Europea												
	69	78	75	83	62	70	44	60	58	60	51	54
Autoubicación ideológica (media en la escala de izquierda a derecha, del 1 al 10)												
	5,0	5,1	5,0	5,0	5,2	4,4	5,3	4,6	6,2	6,0	5,5	5,1
Totalmente / más bien de acuerdo con la frase "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"												
	83	81	74	76	53	53	49	66	58	58	43	47
Totalmente / más bien de acuerdo con la frase "el sector privado está mejor situado que el sector público para crear nuevos puestos de trabajo"												
	70	75	74	69	59	69	46	64	70	55	58	67
Totalmente / más bien de acuerdo con la frase "no se deben retrasar las medidas para reducir el déficit y la deuda pública en PAIS"												
	83	75	72	74	70	64	68	80	68	78	79	65
A favor de una unión económica y monetaria europea con una sola moneda, el euro (porcentaje)												
	25	29	82	79	72	75	58	75	32	52	20	60

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

Cuadro 2

CONFIANZA SOCIAL, AUTOEFICACIA POLÍTICA, CONFIANZA EN INSTITUCIONES Y PARTICIPACIÓN CÍVICA EN DOCE PAÍSES EUROPEOS (2014)

	SUE	DIN	ALE	HOL	FRA	ESP	ITA	POR	POL	HUN	CHE	RUM
Confianza en los demás (ESE, 2014) (media en la escala del 0, "la mayoría de la gente intentaría aprovecharse de usted si pudiera", al 10, "la mayoría de la gente sería honrada con usted") (*)	6,2	6,9	5,2	6	4,6	4,8	4,8	3,6	3,9	4,2	4,6	3,8
Grado de confianza en la propia capacidad para participar en política (ESE, 2014) (media en la escala del 0, "no confía en absoluto", al 10, "confía plenamente")	5,1	5,2	5,1	3,8	4,0	3,9	--	3,0	2,7	2,6	2,7	--
Grado en que se considera capaz de tener un papel activo en un grupo que se dedica a temas políticos (ESE, 2014) (media en la escala del 0, "nada capaz", al 10, "totalmente capaz")	4,9	5,5	4,4	3,5	3,6	3,3	--	2,8	2,8	2,2	3,0	--
Participación en acciones sociales y políticas, entregar dinero o recaudar fondos para una actividad social o política: lo ha hecho en los últimos doce meses (ISSP, 2014) (%)	31	34	37	20	22	18	--	--	9	3	11	--
Hace trabajo voluntario o participa activamente en una o varias organizaciones de una lista de 14 (EB76.2, nov/dic, 2011)	55	48	43	50	28	12	22	6	13	14	22	14
Confianza en distintas instituciones o actores políticos (ESE, 2014) (media en la escala del 0, "no confía en absoluto", al 10, "confía plenamente") (*)	6,2	5,9	5,1	5,2	3,9	3,7	3,2	3,1	2,8	3,9	4,0	3,9
Parlamento nacional	5,0	4,9	3,9	4,9	2,7	2,2	1,9	2,0	2,0	2,9	3,3	3,1
Políticos	6,4	7,4	5,9	6,0	5,2	4,0	4,5	3,7	3,5	4,6	4,7	3,8
Sistema judicial	6,9	7,7	6,8	6,4	6,1	6,3	6,1	5,6	5,1	5,3	5,7	4,4
Policía												
Los medios de comunicación [nacionales] ofrecen información fiable: sí, seguro o sí, hasta cierto punto (EB86.1, 2016)	77	77	72	74	34	38	52	73	43	44	51	57
(porcentaje)												
La política le interesa mucho o bastante (ESE, 2014) (porcentaje) (**)	67	68	67	63	45	41	48	39	36	28	17	42
Cuando queda con amigos o familiares, discute frecuentemente sobre asuntos de política nacional (EB87.3, 2017)	37	32	33	48	24	23	21	9	18	13	21	8
(porcentaje)												

Nota: (*) El dato de Italia es de 2012, y el de Rumanía de 2008.

Fuentes: Elaboración propia con datos de ISSP (2008, 2014), la Encuesta Social Europea (2008, 2012, 2014) y los Eurobarómetros 76.2 (septiembre-noviembre 2011), 86.1 (septiembre-octubre 2016) y 87.3 (mayo 2017).

Cuadro 3

SENSACIÓN DE ENTENDER LO QUE PASA EN EL MUNDO Y EXPERIENCIA FORÁNEA EN DOCE PAÍSES EUROPEOS (PORCENTAJES)

	SUE	DIN	ALE	HOL	FRA	ESP	ITA	POR	POL	HUN	CHE	RUM
Muy de acuerdo o de acuerdo con la frase "cree que tiene una idea bastante clara de los temas políticos importantes que afectan a su país" (ISSP, 2014)	74	59	66	75	59	55	--	--	62	62	55	--
Totamente / más bien de acuerdo con la frase "usted entiende bien lo que pasa en el mundo" (EB87.3, 2017)	81	84	76	87	69	57	62	64	69	52	44	61
Totamente / más bien de acuerdo con la frase "entiendo cómo funciona la Unión Europea" (EB87.3, 2017)	74	65	68	64	46	44	45	52	75	56	44	59
Habla al menos un idioma distinto del materno lo suficientemente bien como para tener una conversación (EB77.1, 2012)	91	89	66	94	51	46	38	39	51	35	49	48
En los últimos 12 meses ha visitado otro país de la Unión Europea (EB87.3, 2017)	68	77	61	80	38	22	41	33	34	30	53	28
En los últimos doce meses ha leído un libro, periódico o revista en un idioma diferente de su idioma materno (EB87.3, 2017)	68	54	34	59	26	24	16	25	25	18	21	21
En los últimos 12 meses ha establecido relaciones sociales con personas de otro país de la Unión Europea (EB87.3, 2017)	75	60	70	81	45	39	34	48	36	22	34	28

Fuentes: Elaboración propia con datos del ISSP (2014) y los Eurobarómetros 77.1 (marzo 2012) y 87.3 (mayo 2017).



2

LA EVOLUCIÓN Y LAS IMPLICACIONES POLÍTICAS DE LA IDENTIDAD EUROPEA

Juan Carlos Rodríguez

INTRODUCCIÓN

En este trabajo se muestra cómo los niveles de la identidad europea en la Europa de los 15 (UE-15) no han aumentado en las últimas cuatro décadas y media, a pesar de los cambios sociales, económicos y políticos habidos desde entonces, y cómo, de todos modos, quienes se identifican con Europa o la Unión Europea (UE) mantienen actitudes acerca de la comunidad política en que se va convirtiendo la Unión claramente diferenciadas de las de quienes se identifican poco o nada con ambas.

Lo primero es problemático desde el punto de vista de las principales explicaciones acerca de los hipotéticos efectos de la integración europea, que imaginarían cambios sustantivos en dicha identidad, y desde el punto de vista de quienes esperan la emergencia de un *demos* europeo como fundamento de una unificación política europea digna de tal nombre. Sin embargo, también puede interpretarse en el sentido de que la integración europea ha permitido, a pesar del mantenimiento de los Estados nación o de las naciones europeas como principal referencia política, que la identidad europea no se haya diluido con el tiempo. Lo segundo evidencia que la identidad europea no es una construcción vacía de contenido, sino un componente sustantivo de la percepción de sí mismos de muchos europeos, que no puede menos que tener consecuencias en su visión de los asuntos del común que afectan a todos los europeos. Es evidente que no hay un *demos* europeo que haya sustituido a los *demos* nacionales, pero también lo es que un segmento de los ciudadanos de la UE cuenta con unas identidades híbridas que, quizá, sean afines al modo de integración económica, social y política de la Europa de los últimos sesenta años, según el cual la emergencia de una unidad política europea no ha supuesto la desaparición de las unidades políticas nacionales.

Varios acontecimientos recientes en Europa ponen de manifiesto la relevancia de preguntarse por la existencia de un *demos* europeo o, al menos, por la de una identidad europea extendida entre los ciudadanos de la UE.

Las soluciones aplicadas o discutidas a escala de la unión económica y monetaria (UEM) a la crisis financiera y de la deuda pública de hace más de un lustro atañen, en última instancia, a la medida en que las clases políticas nacionales tienen en cuenta los intereses o puntos de vista de los ciudadanos europeos de otros países. Bien porque se diseñen o rediseñen las instituciones correspondientes para facilitar el crecimiento y la estabilidad económica de todos los miembros de la UEM e inciten conductas fiscales suficientemente sensatas en dichos miembros; bien porque, independientemente de lo anterior, comportan medidas de solidaridad entre naciones que pueden llegar a la emisión de deuda pública europea para resolver los problemas fiscales de los países con más dificultades. Esto último sería un

caso de redistribución a escala europea más evidente y con más efectos simbólicos y prácticos que las tradicionales políticas de cohesión.

La crisis de los refugiados tuvo un carácter parecido, pues los puntos de vista al respecto fueron muy distintos de unos países a otros. No pocos de los representantes de dichos países consideraron que las decisiones impulsadas por Alemania fueron demasiado unilaterales, y erradas al no incorporar los puntos de vista de algunos de los países más afectados por la llegada masiva de refugiados de las guerras del Oriente Próximo.

La cuestión del *demos* europeo suele formularse en términos de si existe el sustrato social o comunitario para una unidad política europea similar a los Estados nacionales que forman la UE; bien en términos más estrictos, bien en los términos más ligeros, que no lo son tanto, de la rendición de cuentas ante la ciudadanía europea a la que habrían de someterse las autoridades europeas en sus distintas manifestaciones (Pérez-Díaz, 1998). Pero también puede formularse en términos que no impliquen la existencia, obvia o cuestionada, de una comunidad política estatal o cuasi-estatal. Podemos imaginar ese *demos* como un segmento europeizado de los *demos* nacionales en el que la perspectiva europea (por ejemplo, de solidaridad con los demás europeos, entendida en un sentido amplio) es lo bastante relevante como para producir efectos en las discusiones públicas nacionales o a escala europea, incluyendo efectos en las políticas públicas de esos mismos países o, indirectamente, a escala europea, en la medida en que los representantes de los electorados nacionales atienden las demandas de los segundos o rinden cuentas ante ellos. O podemos imaginarlo como una perspectiva compartida más ampliamente que se activa en momentos críticos en los que esa perspectiva tiene sentido.

En ambos casos, tras la cuestión del *demos* europeo o los *demos* nacionales europeizados (o no) trasluce la cuestión de la identidad europea. Es decir, a los efectos anteriores, no tanto la de quiénes somos los europeos cuanto la de la extensión, y la fortaleza, de los círculos de solidaridad social y política en Europa. Unos, los que esperan la emergencia de un *demos* europeo cuasi-nacional, contarán con que se sustente en una identidad europea que subsuma en gran medida las identidades nacionales, o que las sustituya. Otros, quizá más pragmáticos, esperarán la emergencia de identidades híbridas (nacionales y europeas o viceversa), con un alcance suficiente y unas consecuencias prácticas de cierta sustancia en el comportamiento político de quienes se reconocen en esas identidades mezcladas.

Por todo ello, no extraña la eclosión de estudios sobre la identidad europea en las dos últimas décadas¹, que se habría visto también alentada por la discusión sobre la identidad europea promovida por las propias instituciones europeas desde hace bastante tiempo (Stråth, 2002). Dicha producción ha debido de crecer a la par que la discusión académica sobre el auge de los populismos anti-Unión Europea y de la relativa a la “politización de la integración europea” (Kriesi, 2016; Hurrelmann,

¹ Véase la exhaustiva revisión que hacen Kaina y Karolewski (2013).

Gora y Wagner, 2015), es decir, la emergencia de conflictos políticos a escala de la UE y en cada país miembro acerca del rumbo que debe seguir dicha integración².

Este trabajo, obviamente, no puede atender a todas las dimensiones de la discusión sobre la identidad europea, pero sí pretende hacer un par de aportaciones sustantivas a dos de las más relevantes, e, indirectamente, a una de menor entidad. Sin entrar todavía en cuestiones de definición, la primera se refiere a la discusión sobre el alcance actual y la evolución en el tiempo de la identidad europea. El trabajo trata de responder, por una parte, a la pregunta acerca de la proporción de la ciudadanía de la UE que alberga sentimientos identitarios europeos y acerca de la intensidad de esos sentimientos, pero, sobre todo, a la de cuánto han podido variar en el tiempo. Esta discusión está muy imbricada con la de la emergencia de un *demos* europeo, a la que haremos alguna mención. Y también lo está con la de cómo han de entenderse los procesos de formación de la identidad europea, es decir, con la de qué cambios sociales, económicos o políticos han podido tener lugar desde los inicios del proceso de integración europea que pueden haber influido en el desarrollo (o la ausencia de desarrollo) de una identidad europea. El trabajo responderá a esa pregunta mediante un análisis exhaustivo de las encuestas que, desde los años setenta, intentan medir, con mayor o menor acierto, dicha identidad. Y, como se ha apuntado más arriba, responde afirmando que los cambios han sido menores, en términos netos, al menos en lo que respecta al grupo de países de la UE-15.

Por otra parte, el trabajo trata de ofrecer una respuesta a la pregunta acerca de las implicaciones de la identidad europea de los ciudadanos europeos, es decir, a la de los correlatos actitudinales y de comportamiento que tienen las distintas intensidades de dicha identidad. Esta discusión, a su vez, está imbricada con la de los contenidos de la identidad europea, tanto que podrían considerarse dos caras de la misma moneda. El trabajo responderá a esta pregunta mediante un análisis empírico y exploratorio basado en un *Eurobarómetro* reciente, cuyo análisis mostrará, como ya se ha dicho, una asociación sustantiva entre los sentimientos de identidad europea y un conjunto de actitudes económicas y políticas que apuntan a contenidos claramente sustantivos de dicha identidad, lo suficientemente relevantes como para que podamos hablar, como poco, de un segmento de los europeos, cómodo con una identidad híbrida, para el cual la comunidad política de referencia no es solo la nacional, sino la supranacional, la europea.

■ 1. EL MARCO DE DISCUSIÓN Y EL PLANTEAMIENTO DE ESTE TRABAJO

Alcance y evolución de la identidad europea, y factores de transformación

Con respecto a la temática del alcance y la evolución de la identidad europea, se distinguen dos posiciones básicas en la discusión académica. Unos estudiosos

² Véase también Meijers (2013), sobre la importancia de la crisis del euro en dicha politización.

creen que apenas ha “crecido” a lo largo de las décadas transcurridas, bien porque estiman que el alcance que puede medirse con las técnicas de encuestas al uso es bastante limitado, bien porque la comparación, complicada, de los datos recientes con los del pasado así lo sugiere (Green, 2007). Veamos varios ejemplos más de esta perspectiva. Antonsich y Holland (2014) se refieren a la ausencia de signos de un reescalamiento de las identidades territoriales en Europa, que asocian a una inercia de dichas identidades a pesar de los cambios habidos en las estructuras económicas y políticas. Duchesne (2008) habla de la identidad europea como un *work in progress*, y Polyakova y Fligstein (2016) afirman que aunque los proyectos de integración económica y política de los padres fundadores han avanzado mucho, el de conseguir que los europeos tengan la identidad europea como principal está mucho más retrasado. Nicolaïdis (2013b) ni siquiera admite la existencia de este proyecto, argumentando que los sucesivos tratados de las Comunidades Europeas no lo contemplaban, pues postulaban el reconocimiento mutuo de identidades más que su fusión. Nicolaïdis se encuentra entre quienes más han impulsado la propuesta de entender la vida política en la UE desde el punto de vista de los *demoi* (nacionales) que la componen, y no tanto de un *demos* que no acaba de emerger³.

Otros autores, encabezados por Risse (2010, 2014), sí creen que se han producido cambios sustantivos, y apuntan a los elevados porcentajes de ciudadanos que en encuestas como los *Eurobarómetros* afirman compartir una parte sustancial (o menor) de una identidad europea, lo que sería, sobre todo, resultado del funcionamiento de las instituciones europeas y de la europeización de las discusiones públicas nacionales. Risse también se ha posicionado en la discusión sobre el *demos* europeo, argumentando que la esfera pública y la identidad se han europeizado lo suficiente como para sostener políticas públicas tales como las propias de una unidad política con *demos*, por ejemplo, las redistributivas (Risse, 2014).

Mi punto de vista no acaba de encontrar acomodo en ninguna de las dos posturas acerca del alcance y la evolución de la identidad europea. Por una parte, la evidencia demoscópica confirma la existencia de segmentos nada desdeñables de la ciudadanía que comparten una identidad europea en distintos grados, en cuyo sentido me aproximaría a la perspectiva de autores como Risse. Como veremos, unos ciudadanos (los menos) la comparten de manera, por así decirlo, más coherente, y menos sometida a los vaivenes de las coyunturas económicas y políticas, y para otros es un sentimiento más superficial y más voluble, más sometido a los vientos de la coyuntura. Pero en ambos casos, como muestro más adelante, esos sentimientos tienen relevancia en términos de las actitudes económicas y políticas de quienes los albergan, especialmente las relacionadas con la construcción europea, pero no solo con ellas. Eso sí, sus efectos aparentes no son tan relevantes como los que tiene en muchas actitudes sobre la política y la economía la autoubicación en la escala de izquierdas a derechas ni como los que tienen en las cues-

³ Véase, también, Kielmannsegg (1996), Cheneval y Nicolaïdis (2017), Bellamy (2013) y Twist (2006). En los orígenes de la discusión sobre los *demoi* europeos, véase Weiler (1999: capítulo 10) y Pérez-Díaz (1999).

tiones correspondientes los sentimientos identitarios ligados a la cuestión de los nacionalismos periféricos en bastantes países europeos, de lo cual es un ejemplo claro el del nacionalismo catalán en España (Rodríguez, 2017). Como poco, podría hablarse de una “identidad europea delgada” en muchos europeos (Cerutti, 2008).

Sin embargo, por otra parte, que existan esos segmentos no implica que hayan crecido en paralelo o a consecuencia de la integración europea. Esto es algo que hay que determinar empíricamente, no solo comparando los datos a lo largo del tiempo, sino imaginando qué tipo de transformaciones sociales o políticas podrían haber dado lugar al cambio, y constatando hasta qué punto se han dado esas transformaciones. Mi análisis sugiere que los cambios en la identidad europea han sido menores desde los años setenta (la fecha más antigua que puede compararse con la actualidad) y que las transformaciones sociopolíticas que podrían haberlos provocado bien no han tenido los efectos previsibles, bien, simplemente, han sido de un alcance limitado.

Con respecto a los procesos de formación de la identidad europea, en lo fundamental hay dos posturas básicas entre los estudiosos, que Recchi (2014) denomina culturalista y estructuralista, aunque en los análisis concretos no pocos las combinan. La estructuralista entendería la adquisición de la identidad como algo ligado a la implicación de los individuos en determinadas relaciones sociales y/o a su vida en determinados lugares. Como recuerda Recchi, en la tradición marxista, la consciencia de clase la adquirirían los obreros gracias a la proximidad física y a la facilidad para encontrarse (en las fábricas), pero una tradición muy distinta, que ejemplifica con Simmel, enfatizaría que las relaciones sociales están ancladas en determinados espacios, que pueden tener una notable *psychological salience*.

Procesos relevantes para la formación de la identidad europea desde el punto de vista estructuralista serían las migraciones laborales exteriores, las visitas al extranjero como turistas, las estancias (prolongadas) para cursar estudios en otros países, o, más recientemente, las relaciones sociales transfronterizas que se mantienen entre amigos a través de Internet y una variedad de redes sociales *online*. La perspectiva estructuralista se corresponde con lo que los estudios sobre la integración europea han denominado tradicionalmente como enfoque funcionalista o neofuncionalista. Una variante, la de Haas (1958), planteaba que lo que hoy llamamos identidad europea se desarrollaría a medida que los europeos fueran traduciendo en sentimientos de pertenencia las crecientes ventajas materiales de la integración. La variante de Deutsch (1957) enfatizaba más el papel de los crecientes contactos transnacionales en la emergencia de dicha identidad. Representantes actuales de dicha perspectiva, como Fligstein (2009) y el propio Recchi (2014) se centran, sobre todo, en la relevancia de las relaciones sociales transnacionales.

La perspectiva culturalista es más afín a la idea de la socialización secundaria, la que se ejerce en instituciones como la escuela, y a través de la exposición a determinados mensajes, a través de la persuasión. La identidad no sería algo adquirido, experiencial o vivencialmente, sino a través de la transmisión de ideas. Pro-

cesos relevantes para la formación de la identidad europea según esta perspectiva serían: la transmisión de contenidos de la historia de Europa o sobre la construcción europea en el sistema escolar; las políticas simbólicas de los gobiernos nacionales o las instituciones europeas; la creciente presencia de las instituciones europeas como foco del debate público; la europeización de los medios de comunicación de masas; o, en términos más generales, el desarrollo de una esfera pública europea y/o la europeización de las esferas públicas nacionales.

Bruter (2003) ha destacado el papel de los símbolos europeos y de los medios de comunicación. Risse (2005, 2010, 2014), por su parte, está entre quienes más han apostado por la creciente centralidad que tienen los asuntos europeos como foco y como contenido de la discusión pública⁴, no tanto por la emergencia de una esfera pública europea distinta de las nacionales cuanto por la europeización de las esferas nacionales, en términos de los asuntos debatidos y de los actores participantes, algo que los autores suelen mostrar mediante análisis de contenido de noticias y opiniones aparecidas en los principales periódicos de cada país⁵. En una línea similar habría que mencionar a Checkel (2015), que plantea la cuestión de cuánto importa esa europeización de las esferas públicas.

Este trabajo no pretende atender propiamente a esa discusión, sino, más bien, aprovechar los dos puntos de vista para constatar hasta qué punto se dan las transformaciones que deberían estar acrecentando los sentimientos de pertenencia a Europa o la UE. En cualquier caso, mi perspectiva es más sintética, y podría resumirse en la idea de la “cultura vivida”; es decir, como cultura expresada en la conducta e incorporada a ella, y con distintos grados de reflexividad (Pérez-Díaz, 2015; Pérez-Díaz y Rodríguez, 2011 y 2013). Ello implica, en conversación con el enfoque estructuralista, considerar que los efectos que pueden tener los contactos transnacionales son inseparables de sus contextos de sentido, es decir, de las creencias de los individuos en contacto, de sus juicios, de sus orientaciones morales y cognitivas, de su cultura, en definitiva. Los resultados “transformadores” de esas experiencias dependerán, como en cualquier otra acción social, del sentido que les otorguen sus protagonistas y, probablemente, de la mayor o menor reflexividad que acompañe a esas experiencias (Pérez-Díaz, 2017). En conversación con la perspectiva culturalista, la de este trabajo implica que, para tener efectos en la identidad, los contenidos europeístas transmitidos, por ejemplo, a través de la escuela o la esfera pública, han de acabar contribuyendo a que los individuos den sentido a sus prácticas, a sus experiencias, en las que se acabarían encarnando aquellos contenidos como parte del orden natural de las cosas, como las creencias que sustentan la acción social, generalmente de modo inconsciente. Desde este punto de vista, nada garantiza la comunicación eficaz entre la cultura vivida de las elites (nacionales o europeas) que pueden protagonizar la esfera pública y la de las gentes del común: pueden estar a

⁴ Hooghe y Verhaegen (2017) también apostarían, implícitamente, por la relevancia de la esfera pública y por la relevancia del foco de la clase política en los sentimientos de identidad, mayor que la de la confianza en los conciudadanos europeos.

⁵ Dicha bibliografía está tratada suficientemente en Risse (2010: capítulos 6 y 7).

gran distancia o basarse en lenguajes y lógicas muy distintas (Pérez-Díaz, 2017). O puede que los mensajes que se transmiten no sean los que creen o dicen esas elites transmitir con sus declaraciones y símbolos europeístas, sino los que transmiten con sus comportamientos, que pueden ser contradictorios con los primeros (Pérez-Díaz, 1994).

Implicaciones de la identidad europea, y sus contenidos

Con respecto a las implicaciones (o funciones) de la identidad europea, la bibliografía empírica suele estudiar directa o indirectamente cuánto se asocia la identidad europea de los individuos con la legitimidad que otorga a la UE⁶, bien como tal, es decir, como muestras de apoyo genéricas, bien en términos del grado de apoyo de políticas específicas. Ejemplos recientes de este tipo de estudios serían los siguientes. Cerutti (2008) está entre los que se plantean la relevancia de la identidad europea para la legitimidad de las instituciones y las políticas europeas, teorizando que la legitimidad sustantiva (Weber) requiere como condición básica la identidad política de la sociedad implicada, pues solo “la construcción de instituciones o las políticas públicas percibidas como legítimas por un público que siente ser un actor puede crear sentido para el reconocimiento de la nueva unidad política” (pp. 13-14). El trabajo de Fuchs (2011) es un ejemplo de las investigaciones empíricas basadas en encuestas en las que se intenta explicar el apoyo a la UE (en este caso, la confianza en instituciones europeas y la preferencia por instituciones supranacionales) a partir de actitudes individuales sobre ámbitos variados, incluyendo los sentimientos de identidad. En esta investigación se observa cómo los sentimientos de identidad son los que más se asocian con los indicadores de apoyo a las instituciones europeas, situándose detrás de la utilidad percibida de la pertenencia del propio país a la UE. En Marks y Hooghe (2003) se concluye que aunque una identidad nacional fuerte se asocia con un mayor apoyo a la integración europea, si se trata de una identidad nacional excluyente (es decir, no compatible con la europea) el apoyo es mucho menor. Mitchell (2014), por su parte, comprueba cómo la identidad europea de sus encuestados se asocia sustantiva y positivamente con el apoyo a una mayor integración económica europea, aun teniendo en cuenta los condicionantes utilitaristas o instrumentales del apoyo.

Mi aportación se sitúa en esa línea de investigación, pero con un enfoque propio. En primer lugar, no atiendo apenas a la relación entre identidad europea y el apoyo genérico a la UE o la integración europea. Está suficientemente estudiada y comprobada, y tampoco nos dice mucho, más allá de que ambos tienden a presuponerse mutuamente. En segundo lugar, mi análisis incluye las opiniones acerca de varias políticas europeas, pero no como tales, sino como parte de un conjunto de actitudes estructurado según los distintos aspectos de la vida en común de los europeos, como si fueran un *demos*, y que están relacionadas directamente con políticas europeas o son de índole más general. Intento cubrir una amplia gama de aspectos: el significado de la propia unidad política (la UE), el orden económico y las políticas

⁶ Véase una síntesis del debate en Ruchet (2011).

económicas, los límites de la comunidad política y la relación con los otros (inmigración y extranjería), la política exterior, y el rumbo en el que están embarcados los europeos. Es decir, se tratan más temas que los que son habituales y abarcables en los artículos académicos al uso. En tercer lugar, mi análisis tiene un carácter exploratorio. No planteo hipótesis estrictas acerca de la relación entre la identidad y las otras actitudes correspondientes, aunque construyo argumentos plausibles al respecto. En la medida en que es un trabajo exploratorio, algunas búsquedas resultarán en asociaciones poco sustantivas y otras en asociaciones sustantivas. Doy cuenta de ambas, pero sigo explorando las sustantivas, procurando delimitar la influencia relativa de la identidad y de otras características y opiniones de los entrevistados que puedan estar influyendo en dicha identidad y en las otras actitudes. En cualquier caso, el énfasis recae no tanto en la significación estadística de las asociaciones, sino en su sustancia, es decir, en si los cambios en la variable de identidad están asociados con cambios apreciables en las otras variables, y no meramente en si podemos descartar que esos cambios se deban al azar.

Por último, y en la medida en que el análisis tiene relación con la discusión acerca de los contenidos de la identidad europea, aunque no sea el objeto central de aquel, recojo a continuación mi posición. Es frecuente que quienes investigan empíricamente (con encuestas) los contenidos de la identidad europea, acaben concluyendo que el contenido sustantivo de la identidad (política) de la UE, tal como es promovido por las elites europeístas y tal como lo ve el público en general, “se refiere a una comunidad de valores moderna, democrática, secular y cosmopolita” (Risse, 2010: 51); una comunidad “post-nacional”, en los términos que asigna Risse al proyecto de esas elites; o una identidad europea de los tipos del “universalismo moral” o “universalismo postnacional” de los que habla Delanty (2002).

La principal perspectiva alternativa a la anterior enfatizaría las tradiciones culturales europeas, y resaltaría lo distintivo de esas tradiciones, incluyendo las religiosas y las nacionales, y encajaría, en principio, con la categoría del “particularismo cultural” de Delanty. Tal como la entiende un autor como Risse (2010: 51-52), esa perspectiva solo tendría sentido como base para contraponer a la visión cosmopolita una visión excluyente (de inmigrantes, y extranjeros en general) que replicaría los puntos de vista del nacionalismo a escala europea. Algo de esto debe de haber en los programas de los partidos anti-UE y en la sintonía que han mantenido con proporciones no desdeñables de los públicos nacionales correspondientes. Sin embargo, cabe una interpretación distinta. Para Nicolaidis (2013a), el núcleo normativo fundamental de la UE es la “no dominación transnacional y el reconocimiento mutuo transnacional”. Es decir, el proyecto europeo sería “antihegemónico”, pero no “antinacional”; esto es, consistiría en evitar que unos Estados (nacionales) dominen, directa o indirectamente, a otros (como había ocurrido en el pasado). Y su base principal serían las naciones, pero embarcadas no en un proceso de competición y antagonismo, sino de creciente reconocimiento y relaciones de “amistad, mutualidad, inclusividad, solidaridad, lealtad o fidelidad” (p. 360), pero partiendo cada pueblo de su propia trayectoria.

En realidad, tampoco tiene tanto sentido contraponer el cosmopolitismo o el universalismo a las tradiciones culturales europeas, pues, aunque ambos pueden tener orígenes en tradiciones propias de otras civilizaciones, también lo tienen en las europeas, y es en sociedades de raigambre europea (incluyendo Norteamérica) donde los valores universalistas, en la forma de derechos individuales, economías de mercado y regímenes democráticos liberales, se han consolidado más claramente. De este modo, la insistencia en una cultura europea no tiene por qué implicar xenofobia o particularismo cultural, sino, precisamente, un recordatorio del tipo de raíces culturales e históricas que puede tener el universalismo y, *al contrario*, del tipo de raíces y circunstancias en las que es menos probable que emerja. Así, la reticencia al ingreso de una Turquía formalmente democrática en la UE puede entenderse, por una parte, como un caso de particularismo cultural excluyente. O, por otra, o como una duda acerca de cómo puede afectar la llegada de un país de tradición islámica de gran tamaño a las condiciones efectivas en las que sobreviven la democracia y los derechos individuales en Europa, y que no se sustentan en una adhesión abstracta o genérica a los principios que subyacen a ambas.

El plan de este trabajo

Como ya se ha dicho, este trabajo no atiende a todos los aspectos de la discusión académica sobre la identidad europea. En particular, no se ocupa de qué debemos entender por identidad europea. Más bien, adopta un espíritu pragmático y parte de que los distintos indicadores de identidad europea, *grosso modo*, miden algo muy parecido. Este enfoque es suficiente si lo que se pretende es observar cómo ha ido evolucionando, a grandes rasgos, dicha identidad, así como comprobar en qué medida se asocian los distintos grados de la identidad europea con actitudes políticas de índole variada. En este sentido, no entro en discusiones sobre si la identidad es algo que tienen las colectividades o los individuos, si implica un sentimiento de pertenencia a una unidad política o si implica un sentimiento de copertenencia a un “nosotros” europeo (Kaina y Karolewski, 2013). Parto de que se trata de un sentimiento o una constatación que pueden albergar los individuos y que puede medirse suficientemente mediante encuestas. Es decir, se trataría de entender un aspecto de la integración europea “desde abajo” y no “desde arriba” (Deutschmann, 2015).

El trabajo tiene dos partes claramente diferenciadas. En la primera se observa la evolución de la identidad europea a lo largo de las últimas cuatro décadas y media, utilizando exhaustivamente los indicadores de encuesta disponibles. A la vista de los resultados de la indagación, consistentes en que los cambios han debido de ser menores, aporto evidencia de las transformaciones sociopolíticas que, supuestamente, han tenido lugar y deberían haberlos producido, comentando la congruencia entre la ausencia de cambios sustantivos en la identidad y la intensidad de los cambios sociopolíticos. En la segunda me ocupo de las implicaciones de la identidad europea en un conjunto de actitudes relativas a cómo ha de ordenarse una comunidad política como la UE, para comprobar si la identificación como europeo o la cercanía a la UE significa realmente algo. De nuevo, el análisis es bastante completo, considerando sistemáticamente una multiplicidad de aspectos, e inten-

tando comprobar los efectos propios de la identificación con la UE más allá de las características sociodemográficas de los individuos y de determinados juicios que podrían influir tanto en la percepción de su propia identidad como en las actitudes hacia la comunidad política europea. Mi conclusión principal es que, efectivamente, el sentirse más o menos unido a la UE se asocia sustantivamente con algunas opiniones relativas a asuntos centrales de la ordenación de la vida política de la comunidad de referencia (la UE), pero no con otros. Las asociaciones sustantivas, con todo, configuran un retrato claro de las implicaciones de la identidad europea e, indirectamente, de los contenidos predominantes en ella.

Para ambas tareas trabajo con datos agregados a escala de la Unión Europea de los 15, es decir, los miembros ingresados hasta 1995, y no de los llamados nuevos Estados miembros, pues esa agregación permite la suficiente perspectiva diacrónica requerida en la primera parte del análisis. En coherencia con esta elección, también limito el análisis de la segunda parte del trabajo a ese mismo agregado. En ambas, en cualquier caso, tengo en cuenta las variaciones nacionales que puedan ser de interés.

■ 2. LA EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD EUROPEA MEDIDA EN ENCUESTAS DESDE LOS AÑOS SETENTA DEL SIGLO PASADO

Para poder responder a la pregunta acerca de si la integración europea ha transformado sustantivamente la identificación con Europa o con, antes, la Comunidad Europea, y, hoy, la Unión Europea, es necesario contar con series temporales suficientemente prolongadas. En particular, han de remontarse lo más posible al pasado, de modo que se pueda captar el alcance de esa identificación en el momento más próximo a los orígenes del proceso. Desafortunadamente, no contamos con encuestas para finales de los años cincuenta, y ni siquiera para los años sesenta, por lo que tenemos que conformarnos con iniciar la comparación a comienzos de los años setenta. Lo cual es problemático, pues no podemos descartar que los momentos fundacionales no fueran momentos cruciales, en la medida en que naciones que hasta hace pocos años se habían enfrentado en una guerra total habían ya experimentado una cooperación cada vez más intensa (incluso de índole supranacional) a lo largo de más de dos décadas, desde el establecimiento de la OTAN en 1948, y de las Comunidades Europeas en 1958. Esta experiencia, a su vez, pudo contagiar a los públicos de terceros países, persuadidos por el ejemplo de los fundadores de ambas organizaciones de la posibilidad real de embarcarse en un proyecto común que trascendiera en parte las diferencias nacionales.

De todos modos, desde principios de los setenta hasta 2017 ha transcurrido tiempo más que suficiente para que el proceso de integración, por alguna de las vías consideradas en la sección anterior, hubiera tenido efectos sustantivos en las poblaciones de quienes eran miembros de las Comunidades Europeas por entonces, así como en las de quienes ingresaron en las dos décadas siguientes.

Elaborar series de largo recorrido sirve también para descontar, en la medida de lo posible, los cambios coyunturales en la identidad europea. Estos, como veremos, se deben, sobre todo, aunque no siempre y con la misma intensidad en todos los países, al momento del ciclo económico en que se lleva a cabo la encuesta correspondiente. En general, tiende a caer la identificación con Europa o con la UE en las fases bajistas y tiende a ascender en las fases alcistas. Incluir el mayor número de años posible en la serie reduce el problema de comenzar en un tipo de fase y acabar en otro, sesgando la evolución al alza o a la baja según el caso.

En este intento se diferencia este trabajo de buena parte de los estudios al uso, que tienden a conformarse con periodos temporales más cortos⁷. En parte, es lógico hacerlo así, pues no hay series del todo homogéneas que cubran el periodo que tratamos, de modo que las comparaciones no pueden hacerse con todas las garantías. Sin embargo, la combinación de series basadas en preguntas distintas, pero que miden, *grosso modo*, el mismo fenómeno, aprovechando los periodos en que se solapan, puede ofrecernos una imagen lo suficientemente clara de las líneas básicas de la evolución de aquel.

A continuación se presenta la información básica al respecto, que procede, sobre todo, de los *Eurobarómetros*, pero también del *Estudio Europeo de Valores*. Las preguntas, cuyo enunciado refiero en el texto, nos servirán para construir series que recogen las siguientes informaciones:

- El porcentaje que afirma pertenecer a Europa en primer o segundo lugar, eligiendo entre un conjunto de “grupos geográficos” (localidad, región, país, Europa, mundo), y que se puede calcular para el periodo 1973-2008.
- El porcentaje de encuestados que piensan a menudo en sí mismos como europeos / ciudadanos de Europa, calculable para el periodo 1982-2006.
- El porcentaje que se ve en el futuro cercano como solo europeo o como europeo y de su nacionalidad, primando lo primero, calculable para el periodo 1992-2013; al que cabe añadir la serie que sustituye a la anterior y que se refiere a lo mismo aplicado al momento presente, y que es válida para el periodo 2013-2017.
- El porcentaje que afirma sentirse muy o bastante unido a Europa, calculable para el periodo 1991-2017.

⁷ No lo hace Green (2007). Risse (2010) cita ese mismo texto de Green para mostrar cómo los sentimientos de identidad no cambian mucho a largo plazo, pero construye parte de su argumentación con los porcentajes de los que en el conjunto de la UE se sienten muy o bastante unidos a Europa entre 1991 (49%) y 2004 (67%) (página 42), resaltando, precisamente, ese aumento como una de las muestras de la creciente europeización de las identidades nacionales. Sin embargo, prescinde del mismo indicador predicado de la Unión Europea, que crece mucho menos entre 1991 y 2006 (no hay datos para 2004), desde el 48 al 50%; y descuida que casi todo el aumento en el primer caso tiene lugar en un solo *Eurobarómetro* (de 1999), sin que haya una buena razón para explicarlo. Véase más adelante, en esta misma sección.

- El porcentaje que afirma sentirse muy o bastante unido a la Comunidad Europea / la Unión Europea, calculable para el periodo 1991-2017.

Esos indicadores recogen distintos aspectos o niveles de la identidad europea individual, sobre todo, cognitivos y afectivos o evaluativos, tal como recordará al analizarlos individualmente. He calculado esos porcentajes (cuando era posible) para los países del grupo que suele denominarse Unión Europea de los 15 (UE-15), que es el que permite observar mejor los cambios a lo largo de un periodo de tiempo más largo.

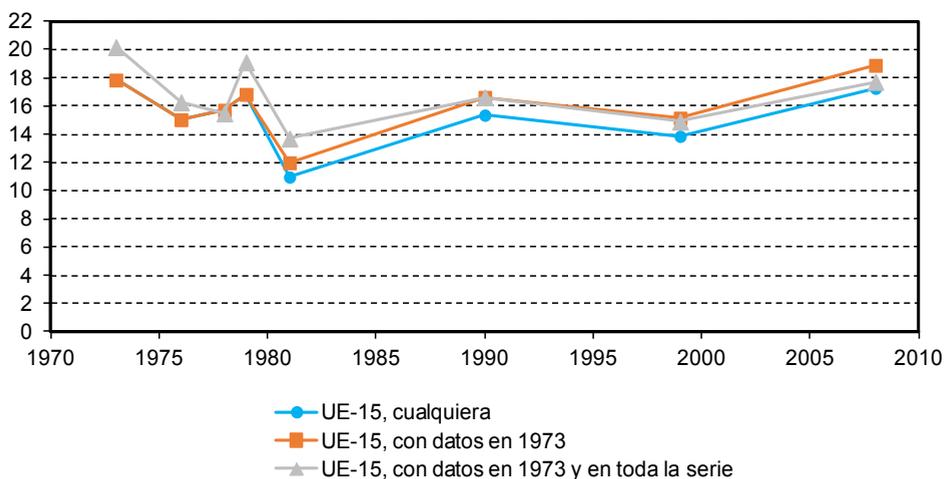
A continuación muestro la evolución de cada una de esas series resumiendo la información mediante una media aritmética simple de los datos correspondientes a los países disponibles en cada encuesta y considerando someramente las variaciones que se dan de un país a otro.

La pertenencia a Europa en primer o segundo lugar

La serie con más recorrido se inicia con uno de los primeros *Eurobarómetros*, todavía no denominados así, con trabajo de campo en 1973, y se prolonga hasta 2008 gracias a que la pregunta correspondiente se incorporó a las cuatro olas del *Estudio Europeo de Valores* (1981-2008). Mide el porcentaje que afirma pertenecer a Europa, ante todo y en segundo lugar, cuando se propone a los entrevistados

Gráfico 2.1

UE-15 (1973-2008). DICEN PERTENECER A EUROPA (ANTE TODO Y EN SEGUNDO LUGAR) (PORCENTAJES) (MEDIA NO PONDERADA DE LOS DATOS DE CADA PAÍS)



Fuentes: Elaboración propia con datos de *European Communities Study* (1973), los *Eurobarómetros* 6, 10a y 12 y las cuatro olas del *Estudio Europeo de Valores*.

elegir dos grupos geográficos de una lista de cinco (localidad, región, país, Europa, mundo). Las dos fechas se corresponden con finales de ciclos alcistas, por lo que el hipotético efecto del ciclo se vería reducido. Se trata de un indicador que implica, sobre todo, una dimensión cognitiva: los entrevistados se saben, se reconocen perteneciendo a Europa, en un grado determinado, establecido en comparación con otras unidades geográficas o políticas.

El gráfico 2.1 sugiere que ese porcentaje cayó entre 1973 y 1981, para subir después, con algún altibajo, hasta 2008. Como no contamos con datos anteriores, no podemos saber si el descenso inicial se produce desde niveles superiores al 18% que establece el inicio de la serie, pero tendría sentido si fuera válida la hipótesis de que los momentos de crisis económica redundan en un deterioro de la sensación de sentirse europeo. El recorrido neto entre 1973 y 2008 sugiere cambios menores, y si tenemos en cuenta solo a los países de la UE-15 que tienen datos en 1973 y a lo largo de toda la serie, sugeriría un descenso, menor, del porcentaje.

Según este indicador, el sentimiento europeo no habría experimentado grandes cambios a escala de país entre 1973 y 2008 (cuadro 2.1), pero habría caído

Cuadro 2.1

UE-15 (1973-2008). DICEN PERTENECER A EUROPA (ANTE TODO Y EN SEGUNDO LUGAR) (PORCENTAJES)

	1973	1976	1978	1979	1981	1990	1999	2008
Alemania	26,1	17,1	13,0	14,0	17,6		8,0	13,6
Bélgica	19,4	13,7	14,2	15,9	16,2	23,2	21,1	21,4
Francia	18,4	14,5	16,1	15,1	11,7	23,8	16,9	18,8
Italia	20,6	20,7	19,7	24,0	13,4	20,5	17,3	18,2
Luxemburgo	19,4	21,5	33,0	17,8			32,1	46,0
Países Bajos	22,3	10,2	17,5	19,4	12,1	18,6	18,0	19,4
Dinamarca	8,4	8,7	8,8	5,7	10,0	10,3	8,6	16,1
Gran Bretaña	13,0	18,0	11,2	18,7	7,1	10,4	9,2	9,2
Irlanda	13,2	11,0	7,9	20,9	7,8	9,7	5,2	7,4
Grecia							14,8	14,2
España					8,4	8,9	8,0	7,0
Portugal						15,4	10,9	11,4
Austria						12,0	12,0	16,4
Finlandia						20,6	9,9	23,5
Suecia					5,5	11,2	16,0	16,4

Fuentes: Elaboración propia con datos de *European Communities Study* (1973), los *Eurobarómetros 6, 10a y 12*, y las cuatro olas del *Estudio Europeo de Valores*.

en Alemania (aunque hay que tener en cuenta que los datos anteriores a 1999 corresponden solo a la RFA), Irlanda y, quizás, el Reino Unido, mientras que habría crecido en Dinamarca y, especialmente, en Luxemburgo.

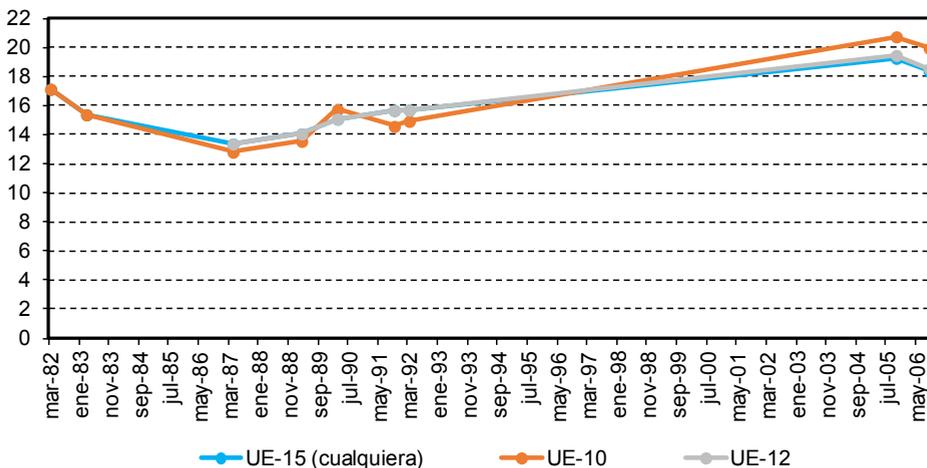
Piensen en sí mismos como europeos con frecuencia

El segundo indicador se mueve en niveles similares al anterior, y representa el porcentaje que piensa a menudo en sí mismo no solo como nacional de su país, sino también como europeo. En este caso se trata de un indicador con un componente cognitivo sustantivo, que daría cuenta de una autopercepción de los entrevistados. No creo, de todos modos, que haya que tomarlo al pie de la letra (como no habría que tomarlo si preguntásemos a un español si piensa en sí mismo como español a menudo), sino, más bien, como un indicio de la intensidad de la identificación con Europa.

Tan solo cubre el periodo 1982-2006, pero es útil para corroborar una parte de la información proporcionada por el primer indicador. Esto es, que la identidad europea se erosionó con la crisis de los setenta y primeros ochenta, pero se fortaleció después en paralelo a la recuperación del crecimiento económico en la segunda mitad de los ochenta (gráfico 2.2). También sugiere que ese fortalecimiento supuso que en 2006 (casi en la cima de un ciclo económico alcista) el porcentaje apenas se situase por encima del observado en 1982 (a finales de una fase bajista).

Gráfico 2.2

UE-15 (1982-2006). A MENUDO PIENSA EN SÍ MISMO/A NO SOLO COMO NACIONAL DE SU PAÍS SINO COMO EUROPEO/A (PORCENTAJES) (MEDIA NO PONDERADA)



Fuentes: Elaboración propia con datos de los Eurobarómetros 17, 19, 27, 33, 35.0, 36, 37.0, 64.2 y 66.1.

Los datos a escala de país (cuadro 2.2), leídos en conjunto con los del primer indicador, confirman, *grosso modo*, la idea de que los niveles de identidad europea no cambian tanto, así como las sugerencias de las caídas de Alemania y el Reino Unido, pero no tan claramente la de Irlanda. También confirmaría el alza de Dinamarca, pero no la de Luxemburgo, país que, en todo caso, tiende a presentar niveles altos de identificación con Europa.

Cuadro 2.2

UE-15 (1982-2006). A MENUDO PIENSA EN SÍ MISMO/A NO SOLO COMO NACIONAL DE SU PAÍS SINO COMO EUROPEO/A (PORCENTAJES)

	mar.-82	mar.-83	abr.-87	mar.-89	mar.-90	oct.-91	mar.-92	oct.-05	sep.-06
Alemania (*)	25,1	17,3	11,3	11,0	12,4	8,7	7,8	16,2	16,9
Bélgica	11,5	11,4	9,2	15,6	14,4	13,4	14,3	19,0	21,4
Francia	19,0	20,6	17,2	21,5	19,1	21,1	14,9	22,1	19,9
Italia	16,3	17,0	15,7	14,2	19,6	19,2	17,3	24,0	18,8
Luxemburgo	34,4	23,0	18,8	13,9	17,0	15,0	21,8	37,8	32,6
Países Bajos	5,1	13,4	7,9	10,3	8,1	11,1	9,7	18,4	16,7
Dinamarca	10,4	11,9	10,4	8,7	16,0	13,9	16,2	20,5	21,3
Irlanda	8,8	6,5	7,9	9,0	11,3	12,7	14,1	15,5	13,7
Reino Unido	14,5	8,3	9,4	8,4	11,8	11,0	11,2	8,5	10,9
Grecia	26,2	24,5	20,2	23,0	27,6	19,7	22,1	25,4	27,2
España			20,6	18,4	16,3	23,5	22,9	15,0	11,8
Portugal			11,8	14,8	7,4	18,8	16,2	11,2	11,4
Austria								18,2	14,0
Finlandia								21,9	24,2
Suecia								15,2	14,8

Nota: (*) Hasta 1990, RFA.

Fuentes: Elaboración propia con datos de los Eurobarómetros 17, 19, 27, 33, 35.0, 36, 37.0, 64.2 y 66.1.

El entendimiento de uno mismo, sobre todo, como europeo (y no tanto como nacional de un país) en el futuro cercano

El tercer indicador de identidad europea comienza su recorrido más tarde que los anteriores, pero alcanza tiempos más recientes y, combinándolo con otro indicador muy similar, permite llegar a la actualidad. Se trata del porcentaje que se ve en el futuro cercano como solo europeo o como europeo y de su nacionalidad, primando lo primero, resultado de una pregunta utilizada en varios Eurobarómetros.

De nuevo, se trataría de un indicador, sobre todo, cognitivo, que da razón del grado de la identificación con Europa, en este caso, establecido en contraposición y/o combinación jerarquizada con la identidad nacional.

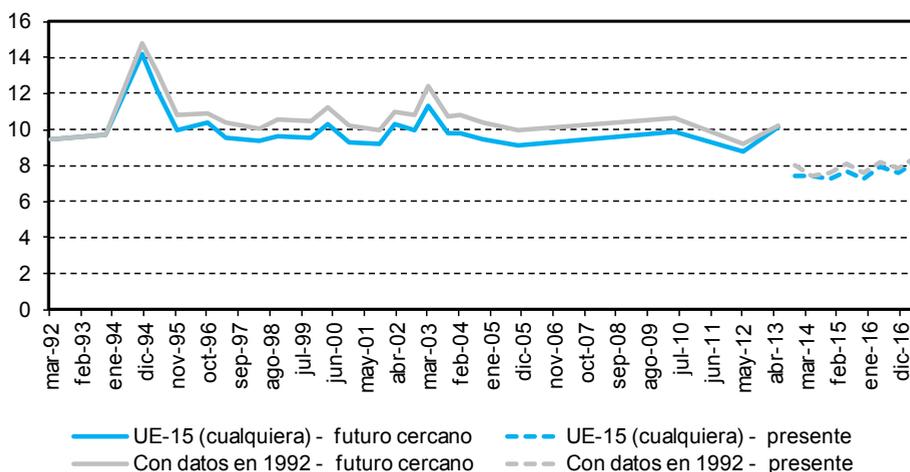
La cifra puede calcularse para el periodo 1992-2013, y no es tan complicado compararla con los resultados de la pregunta que ha sustituido a la pregunta anterior en el *Eurobarómetro*, y que se refiere a lo mismo planteándolo en el momento presente. Este nuevo porcentaje puede calcularse para el periodo 2013-2017.

La cifra agregada (la media no ponderada de los países de la UE-15) sugiere una gran estabilidad del indicador (y su sucesor) entre 1992 y 2017. Descontando incrementos bruscos y pasajeros de difícil explicación, el porcentaje de los que se veían preferentemente como europeos en el futuro próximo ha permanecido estable, muy cerca del 10%, y el de los que se ven así en el presente apenas ha variado entre 2013 y 2017, aunque la mínima variación sugiere una suave tendencia al alza (gráfico 2.3). Esto último sería compatible con el argumento de la relevancia del ciclo económico, pero esta no sería nada obvia para el resto de la serie.

La ausencia de variación relacionada con el ciclo puede interpretarse de dos modos. Por una parte, que el indicador recoja un porcentaje bajo de entrevistados

Gráfico 2.3

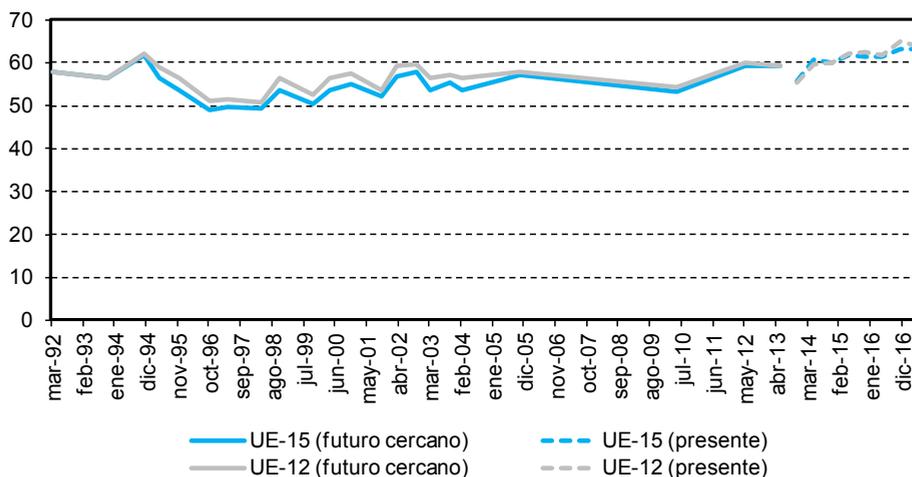
UE-15 (1992-2017). EN UN FUTURO CERCANO / EN EL PRESENTE SE VE COMO EUROPEO/A Y NACIONAL DE SU PAÍS O COMO SOLO EUROPEO/A (PORCENTAJES)



Fuentes: Elaboración propia con datos de *Eurobarometer Interactive*, complementados con datos de los *Eurobarómetros* 43.1, 44.1 y 47.1.

Gráfico 2.4

UE-15 (1992-2017). EN UN FUTURO CERCANO / EN EL PRESENTE SE VE COMO NACIONAL DE SU PAÍS Y EUROPEO/A, EUROPEO/A Y NACIONAL DE SU PAÍS O COMO SOLO EUROPEO/A (PORCENTAJES)



Fuentes: Elaboración propia con datos de *Eurobarometer Interactive*, complementados con datos de los Eurobarómetros 43.1, 44.1 y 47.1.

implica que las variaciones a lo largo del tiempo serán menos acusadas. Por otra, puede que ese (bajo) porcentaje se acerque al que podríamos denominar “núcleo duro” del sentimiento europeo en la UE-15, al que no le afectarían apenas las coyunturas económicas, por estar compuesto por individuos más seguros de sus sentimientos o creencias al respecto. Algo de eso debe de pasar, si observamos lo que ocurre con una variante ampliada del indicador, que añade los que se ven sobre todo nacionales, pero también europeos, a los que se ven solo europeos o más europeos que nacionales (gráfico 2.4). Obviamente, se trata de porcentajes mucho mayores (rondan el 50-60%), pero lo interesante es que su evolución sugiere un cierto seguimiento del ciclo económico: caída inicial hasta 1996 (últimos coletazos de la crisis de los noventa e inicio de la larga expansión subsiguiente); ascenso hasta 2005 (larga expansión económica); caída hasta 2010 (coincidente con buena parte de la crisis reciente); y recuperación desde entonces (coincidiendo con buena parte de la última recuperación económica). Si este paralelismo fuera cierto, sugeriría que los vaivenes de la identidad europea asociados al ciclo se predicen, casi exclusivamente, de quienes la asumen en niveles más superficiales, y no tanto de quienes las asumen más coherentemente.

A escala de país, las variaciones netas en ese “núcleo duro” también son menores entre 1992 (o 1995) y 2017, como se observa en el cuadro 2.3.

Cuadro 2.3

UE-15 (1992-2017). EN UN FUTURO CERCANO / EN EL PRESENTE SE VE COMO EUROPEO/A Y NACIONAL DE SU PAÍS O COMO SOLO EUROPEO/A (PORCENTAJES)

	En un futuro cercano			En el presente		
	1992	1995	2005	2013	2013	2017
Alemania	12,7	16,3	13,8	11,6	8,3	13,9
Bélgica	12,3	16,5	14,6	11,7	12,5	12,6
Francia	11,9	15,4	12,0	9,9	10,7	5,3
Italia	12,3	15,1	7,9	13,4	7,6	4,6
Luxemburgo	16,2	29,6	21,4	24,6	19,9	21,7
Países Bajos	10,4	11,7	8,3	9,5	5,7	8,2
Dinamarca	4,8	5,9	10,4	4,4	3,8	6,0
Irlanda	7,8	5,9	7,7	12,4	5,4	4,2
Reino Unido	7,9	11,1	3,3	5,5	4,3	7,7
Grecia	5,0	4,1	7,1	4,5	5,1	2,5
España	8,0	8,3	9,6	9,5	9,4	13,3
Portugal	4,4	3,9	3,8	6,1	3,2	1,7
Austria		9,6	8,0	10,1	6,2	9,7
Finlandia		6,4	2,9	15,0	4,3	5,3
Suecia		6,0	5,7	4,4	5,2	6,5

Fuentes: Elaboración propia con datos de *Eurobarometer Interactive*, complementados con datos de los *Eurobarómetros 43.1, 44.1 y 47.1*.

El sentimiento de unión a Europa y a la Unión Europea

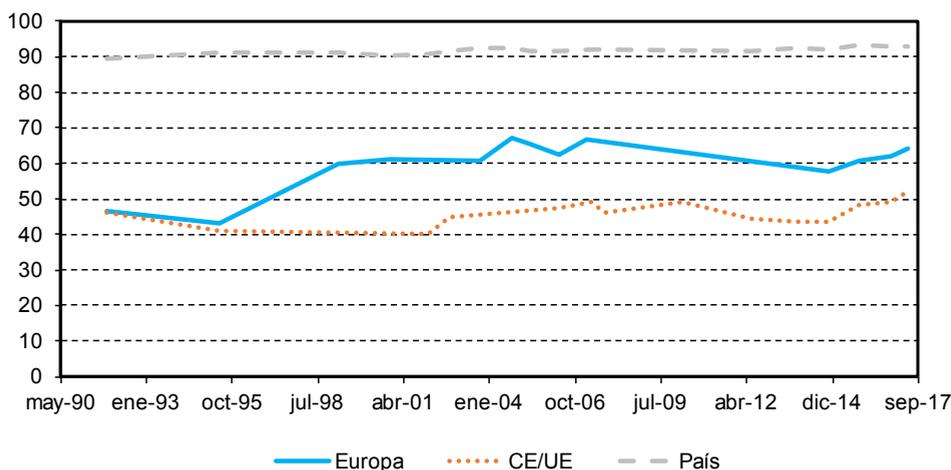
Los dos últimos indicadores sirven para contrastar la información provista por el anterior, pues cubren casi el mismo periodo, el de 1991 a 2017 en este caso. Representan, por una parte, el porcentaje medio que declara sentirse muy o bastante unido a Europa y, por otra, el de quienes declaran lo mismo respecto de la UE (la Comunidad Europea antes del cambio de denominación)⁸. En esta ocasión, el indicador tiene, sobre todo, un componente evaluativo, pues mide la intensidad del sentimiento de cercanía, de apego, de unión a dos colectivos, Europa y la UE.

El gráfico 2.5 los recoge en compañía del mismo porcentaje predicado del país del entrevistado, a efectos comparativos. Como puede comprobarse, los dos

⁸ Utilizo el adjetivo "unido/a" porque es la versión que aparece actualmente en los *Eurobarómetros*, habiendo sustituido a "perteneciente".

Gráfico 2.5

UE-15 (1991-2017). SE SIENTE MUY/BASTANTE UNIDO/A A EUROPA, LA UNIÓN EUROPEA, SU PAÍS (EN PORCENTAJE)



Fuentes: Elaboración propia con datos de *Eurobarometer Interactive*, complementados con datos de los Eurobarómetros 36, 43.1 bis, 51.0, 54.1, 67.1, 73.3.

primeros indicadores tienen un comportamiento distinto al comienzo de las series. Mientras que el sentimiento de pertenencia a la UE tiende a caer suavemente entre 1991 y comienzos de 2002, esa caída es sustituida en el sentimiento de pertenencia a Europa por un notable ascenso entre 1995 y 1999. A partir de entonces ambas series no se distinguen tanto: ambas sugieren una estabilidad de los indicadores con cierta asociación con el ciclo económico. Si el cambio en 1995 en el sentimiento de unión a Europa fuera real⁹, dicho sentimiento habría crecido casi veinte puntos entre 1991 y 2017. Por el contrario, el sentimiento de pertenencia a la UE apenas habría variado en términos netos.

⁹ El cambio podría deberse a una nueva formulación de la pregunta al respecto. En 1995 se preguntaba en la misma frase por el sentimiento de unión a "su país, la Unión Europea o a Europa entera" (*Eurobarómetro 43.1bis*), pero en 1999 se suprimió la referencia a la Unión Europea y se preguntó solo por "Europa", sin añadir "entera" y sin estar precedida por una referencia explícita a la UE (*Eurobarómetro 51.0*). Quizá la referencia explícita a la UE, que había precedido en 1991 y 1995 a la referencia a Europa, influía en parte de los entrevistados haciéndoles que proyectasen sus sentimientos sobre la UE a sus sentimientos sobre Europa, debilitando estos últimos. Desde entonces, ambas referencias aparecieron en Eurobarómetros distintos, pero volvieron a encontrarse en noviembre de 2014 (*Eurobarómetro 82.3*). Sin embargo, se mantuvo la diferencia que solía darse en años anteriores entre los dos porcentajes que comentamos, por lo que no parece que la redacción de la pregunta tuviera tantos efectos.

En el cuadro 2.4 se observa cómo el “salto” de 1995 a 1999 (+16,5 puntos porcentuales) es común a la gran mayoría de los países de la UE-15, con las excepciones de Francia (+4,9), Reino Unido (5,4) y Grecia (-4,8). A partir de ahí, los cambios tienden a ser menores hasta mayo de 2017, y menos comunes al conjunto. El indicador experimenta alzas notables en Alemania (+16,8 puntos), Reino Unido (+16,9) y Francia (+10,7), pero cae claramente en Italia (-14,5), España (-8,9), Portugal (-6,5), justamente tres de los países que más sufrieron la reciente crisis económica. A ellos cabría añadir el caso de Grecia, que cae aun partiendo del nivel más bajo del conjunto. A lo largo del periodo 1995-2017, el indicador crece claramente en todos los países menos Italia (+0,1) y Grecia (-6,4).

La historia es algo distinta si se cuenta desde el punto de vista del sentimiento de pertenencia a la Unión Europea (o a la Comunidad Europea) (gráfico 2.5). En conjunto, el promedio de la UE-15 aumenta 11,1 puntos entre 1995 y 2017, claramente menos que lo hace el promedio referido a Europa (+20,8 puntos). Esta diferencia, *grosso modo*, se mantiene para las variaciones a escala de país, de manera que los aumentos son más moderados y las caídas (Italia, Grecia), más pronunciadas (cuadro 2.4).

Cuadro 2.4

UE-15 (1991-2017). SE SIENTE MUY O BASTANTE UNIDO/A A EUROPA (PORCENTAJES)

	oct-91	jun-95	mar-99	oct-03	feb-07	nov-14	may-17
Alemania	45,7	42,0	58,0	61,8	71,3	64,6	74,8
Bélgica	47,4	44,6	63,0	66,9	74,1	57,8	63,5
Francia	49,3	48,1	52,9	56,5	62,7	59,1	63,6
Italia	59,5	50,8	65,4	67,8	69,3	47,1	50,8
Luxemburgo	52,5	60,8	78,1	76,1	81,9	78,5	83,6
Países Bajos	31,2	27,2	49,4	29,1	57,2	55,2	65,7
Dinamarca	60,3	40,2	70,6	72,6	80,6	71,8	78,2
Irlanda	33,9	42,4	56,5	57,8	62,1	51,3	65,5
Reino Unido	36,9	31,2	36,7	41,4	52,4	45,2	53,6
Grecia	51,3	45,6	40,8	51,5	47,7	37,2	39,1
España	52,3	36,2	68,1	67,1	69,3	49,8	59,2
Portugal	40,8	46,2	61,2	63,1	63,4	45,4	54,7
Austria		49,5	61,8	65,7	58,9	57,3	60,6
Finlandia		40,9	64,4	62,1	71,0	69,1	71,0
Suecia		44,8	70,8	71,7	77,7	75,5	78,4

Fuentes: Elaboración propia con datos de *Eurobarometer Interactive*, complementados con los *Eurobarómetros 36, 43.1 bis, 51.0 y 67.1*.

Cuadro 2.5

UE-15 (1991-2017). SE SIENTE MUY O BASTANTE UNIDO/A A LA CE/UE (PORCENTAJE)

	oct-91	jun-95	oct-02	abr-07	nov-14	may-17
Alemania	41,9	38,8	45,6	55,3	49,2	63,5
Bélgica	46,8	49,3	48,7	65,9	51,3	58,0
Francia	53,6	55,8	52,9	56,1	51,4	56,4
Italia	60,4	57,7	61,7	62,1	38,6	44,5
Luxemburgo	54,9	64,1	75,2	62,3	72,2	78,9
Países Bajos	28,6	26,8	28,7	31,9	31,7	46,8
Dinamarca	42,3	32,5	45,5	40,3	44,5	50,5
Irlanda	35,9	46,3	49,7	56,6	43,1	59,5
Reino Unido	35,4	29,9	27,5	34,6	35,9	42,5
Grecia	48,7	44,0	37,6	40,5	30,3	33,0
España	58,5	42,6	43,1	61,5	45,8	57,4
Portugal	46,7	47,7	49,0	56,6	44,7	51,0
Austria		36,3	48,6	47,6	40,8	45,0
Finlandia		22,9	24,4	30,2	34,8	47,0
Suecia		20,7	34,0	37,9	39,7	48,2

Fuentes: Elaboración propia con datos de *Eurobarometer Interactive*, complementados con los *Eurobarómetros 36 y 43.1 bis*.

El conjunto de los indicadores

En el gráfico 2.6 se recoge la evolución de todos los indicadores utilizados. A efectos de emitir un juicio sobre el total del periodo cubierto (1973-2017), los más relevantes son la afirmación de pertenecer a Europa en primer o segundo lugar y el sentimiento de estar muy o bastante unido a Europa / la UE. Gracias al primero sabemos que el nivel medio de identificación con Europa era muy parecido en 1973 y 2008, y si comparamos los otros dos entre, aproximadamente, 2008 y 2017, se observa que los niveles son también muy parecidos. Por ello, puede afirmarse que entre 1973 y 2017 no ha debido darse ninguna variación sustantiva entre los niveles de identificación con Europa en el conjunto de países considerado¹⁰. Es decir, autores como Risse (2005, 2014) solo tienen razón parcialmente cuando afir-

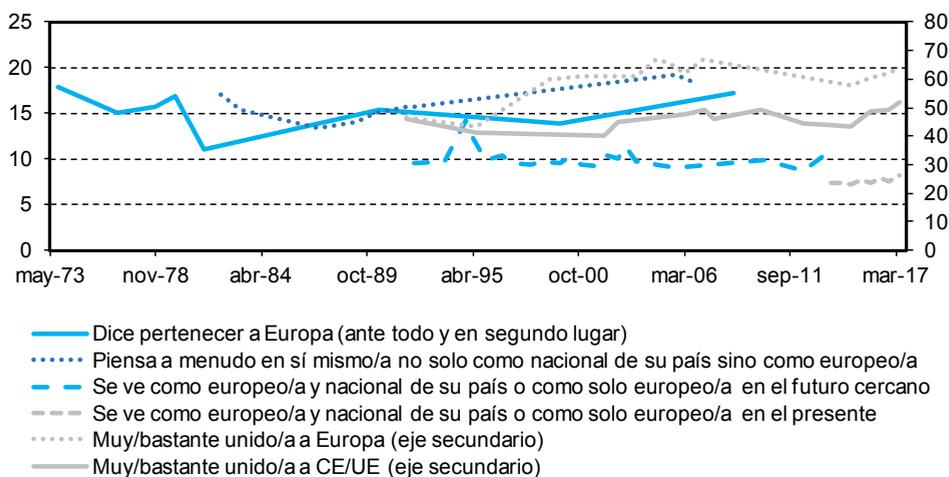
¹⁰ Obviamente, en 1973 solo contamos con datos para los nueve países que entonces pertenecían a las Comunidades Europeas, pero incluso teniendo en cuenta solo a estos países, la evolución es inapreciable entre 1973 y 2008 (véase gráfico 2.1), y tampoco lo es entre 2007 y 2017 para el sentimiento de unión a Europa (66,6 a 64,1%, en promedio), siendo menor el incremento en esas mismas fechas con respecto al sentimiento de unión a la UE (48,8 a 55,6%), diferencia que se debe, en gran medida, a la recuperación reciente en tiempos de bonanza económica (aumento entre noviembre de 2016 y mayo de 2017 de 51,9 a 55,6%).

man que la mayoría de los europeos ha desarrollado una identidad europea como parte de una identidad dual o híbrida que incluye también la nacional. Es cierta esa dualidad para muchos europeos, pero no está claro que se haya ido desarrollando con el tiempo, por efecto de la integración europea. La evidencia sugiere que puede haber estado ahí desde el principio, o, al menos, desde comienzos de los años setenta del siglo pasado, y en niveles similares a los actuales. Una prueba añadida es que los niveles de sentimiento de cercanía o unión a la UE en los nuevos Estados miembros han tendido a ser similares a los de los antiguos miembros (Schilde, 2014; Ceka y Sojka, 2016), a pesar de haber ingresado muy recientemente.

Las variaciones intermedias, como he ido comentando, muy probablemente tienen que ver con la reacción de la opinión a los avatares de los ciclos económicos, por lo que normalmente habrá que esperar a que los ciclos se completen para comprobar si los cambios son o no coyunturales¹¹. Como hemos observado, esas variaciones parecen darse más en unos países que en otros, destacando por lo primero los del sur de Europa, quizá porque las fases de los ciclos han sido más agudas o

Gráfico 2.6

UE-15 (1973-2017). INDICADORES DE IDENTIDAD EUROPEA (MEDIAS NO PONDERADAS)



Fuentes: Elaboración propia a partir de las fuentes citadas en los gráficos anteriores.

¹¹ Polyakova y Fligstein (2016) enfatizan la importancia de la reciente crisis en ciertos cambios en la identificación europea de los entrevistados en los Eurobarómetros, pero da la impresión de que extraen conclusiones un tanto apresuradas acerca de una suerte de renacionalización de las identidades, que no es tan evidente cuando observamos los datos más allá del período que consideran, el de 2005-2010.

porque primen más en ellos las consideraciones utilitaristas (de ventajas materiales) en el apoyo a la UE y en la identificación con ella¹².

Como hemos visto a lo largo del texto, las medias ocultan datos bastante distintos por países, los cuales, a su vez, se ven afectados de modo distinto por las coyunturas, en especial, la económica. Asimismo, dependiendo del indicador y de la coyuntura, la clasificación de los países según su grado de identidad europea puede variar bastante. Concluyo esta sección intentando resumir la información básica por país según los indicadores que llegan hasta el presente, pero cuentan con series suficientemente largas como para calcular medias que cubran coyunturas económicas favorables y desfavorables, reduciendo el problema anterior. Hago este ejercicio para el sentimiento de unión a Europa o la UE y para la visión de uno mismo como europeo en el futuro cercano.

En el cuadro 2.6 se comprueba que la “clasificación” de países según la intensidad de su identidad europea varía bastante según el indicador utilizado, aunque no lo hace tanto para ciertos países. Luxemburgo ocupa en las tres clasificaciones

Cuadro 2.6

UE-15 (1991-2017). TRES INDICADORES DE IDENTIDAD EUROPEA
(MEDIAS ARITMÉTICAS DE LOS PORCENTAJES EN LOS PERIODOS
CORRESPONDIENTES)

Muy/bastante unido/a la UE (1991-2017)		Muy/bastante unido/a a Europa (1991-2017)		Solo europeo o más europeo que nacional en el futuro cercano (1992-2013)	
Luxemburgo	68,2	Luxemburgo	76,6	Luxemburgo	25,5
Bélgica	54,4	Suecia	73,2	Bélgica	15,0
Francia	53,5	Dinamarca	69,7	Alemania	13,6
Italia	53,4	Finlandia	65,6	Francia	13,5
España	51,5	Bélgica	63,2	Italia	12,3
Alemania	50,4	Alemania	62,8	Austria	9,6
Portugal	49,0	España	60,5	Países Bajos	9,5
Irlanda	48,6	Italia	60,4	España	9,3
Austria	43,4	Austria	59,9	Reino Unido	7,5
Dinamarca	43,1	Francia	58,3	Irlanda	6,4
Suecia	38,1	Irlanda	57,1	Dinamarca	6,3
Grecia	36,6	Portugal	54,8	Suecia	5,4
Reino Unido	33,4	Países Bajos	50,6	Portugal	5,2
Países Bajos	32,7	Reino Unido	45,3	Finlandia	5,2
Finlandia	32,5	Grecia	43,8	Grecia	4,9

Fuentes: Elaboración propia con datos de las fuentes citadas en cuadros y gráficos anteriores.

¹² Véase, al respecto, sobre España y Portugal, Sojka y Vázquez (2014).

el primer lugar, y Bélgica tiende a estar entre las primeras posiciones. Grecia, en cambio, suele ocupar lugares bajos en la clasificación. Y algo parecido ocurre con el Reino Unido, aunque no está tan claro con el tercer indicador, según el cual, de todos modos, las diferencias en la parte baja de la clasificación son muy reducidas. Italia y España tienden a ocupar lugares medios, apareciendo emparejadas en dos clasificaciones. Alemania tiende a ocupar un lugar intermedio. Quizá lo más interesante, e ilustrativo, es lo que ocurre con los tres países nórdicos (Dinamarca, Finlandia y Suecia), que se diferencian entre sí, entre otras cosas, por haber ingresado en dos momentos distintos en las Comunidades Europeas (Dinamarca en 1973; Finlandia y Suecia en 1995). Están entre los países con porcentajes más altos de sentimiento de unión a Europa, pero entre los que presentan porcentajes relativamente bajos en cuanto al sentimiento de unión a la UE, mostrando grandes diferencias en esos porcentajes, las mayores de los quince países. Da la impresión de que, en los países nórdicos, el público, por término medio, distingue con bastante claridad entre Europa (área geográfica, área cultural) y las instituciones europeas, sintiéndose muy europeos, pero no tan “comunitarios”. Lo llamativo es que también ocupan lugares inferiores según el indicador que refleja el entendimiento de uno mismo como predominantemente europeo (y no nacional, o no tan nacional). Diríase que su identidad europea implica un abandono mínimo de la identidad nacional. En otros países, esa identidad europea “resta puntos” con mayor claridad a la nacional: es el caso de Luxemburgo, Bélgica, Alemania o Francia.

■ 3. INTENTANDO ENTENDER LA AUSENCIA DE CAMBIOS SUSTANCIALES EN LOS NIVELES DE IDENTIDAD EUROPEA

La escasa o nula evolución, en términos netos, de la identificación con Europa o la UE que hemos observado en la sección anterior debería sorprendernos, pues a lo largo de los casi cincuenta años considerados han debido de tener lugar transformaciones que podrían haber contribuido a acrecentarla. La perspectiva estructuralista o funcionalista nos llevaría a esperar una mayor identificación con Europa y/o las instituciones europeas debido a la mayor integración de las economías europeas y el consiguiente incremento de los contactos de índole económica y, en especial, de los contactos laborales, pero también del aumento de los contactos personales debidos al turismo o a cursar estudios en otros países europeos. La perspectiva culturalista haría hincapié en las evidencias de desarrollo, quizá frágil y parcial, pero real, de una esfera pública europea que acompaña al aumento de la toma de decisiones de carácter intergubernamental o supranacional en los diversos órganos de la UE.

En esta sección presento una evidencia ilustrativa de la medida en que esos cambios, efectivamente, han tenido lugar.

Previamente, apunto someramente otros cambios que, de acuerdo con lo que conocemos acerca de los condicionantes de la identidad europea en los individuos

tal como pueden descubrirse mediante encuestas, también deberían haber contribuido a una intensificación de dicha identidad.

En primer lugar, la bibliografía (y la evidencia empírica que se analiza en la sección 4) muestra que los niveles de identificación con Europa (o con la UE) tienden a aumentar con el nivel de estudios de los entrevistados. Así, suele haber diferencias notables entre el nivel de estudios de los más identificados y el de los que no se identifican con Europa. Con datos del *Eurobarómetro 87.3* (de mayo de 2017), sabemos que la edad media en la que finalizaron sus estudios a tiempo completo los entrevistados con más de 25 años que se sienten muy unidos a Europa (la UE) fue de 20,4 (19,9) años, mientras que la de quienes no se sienten nada unidos a Europa (la UE) fue de 16,5 (17,2) años¹³. Con ese mismo *Eurobarómetro* podemos hacernos una idea de cómo ha evolucionado el nivel de estudios en la UE-15 desde mediados del siglo XX, utilizando ese mismo indicador calculado para cada año de nacimiento de los entrevistados. Los nacidos hacia 1930 habrían finalizado sus estudios, por término medio, un poco después de los 16 años, mientras que los nacidos hacia 1980 los habrían acabado cerca de los 20,5 años. Es decir, el nivel medio de estudios ha aumentado considerablemente, si bien no por igual en todos los países.

En segundo lugar, los sentimientos de identificación con Europa o la UE suelen ser más intensos entre los entrevistados cuya situación económica particular es más cómoda, y menos intensos entre quienes más dificultades tienen. Según esta lógica, la identificación con Europa entre los habitantes de la UE-15 debería haber crecido bastante en los últimos sesenta años, pues sus niveles de bienestar material han crecido muchísimo: el PIB per cápita en esa zona ha debido de triplicarse con creces entre 1960 y 2007, aunque después apenas ha crecido¹⁴. Con todo, los resultados de las encuestas quizá no reflejan una asociación entre el nivel absoluto de ingresos y la identidad europea, sino, más bien, entre la sensación de que las cosas les van bien o mal a los individuos en comparación con los estándares de vida del momento y con cómo les van a otros individuos de su misma sociedad. Si fuera así, los aumentos de renta per cápita no tendrían por qué reflejarse en incrementos de los sentimientos medios de identificación con Europa. En esta línea, los aumentos de la desigualdad de ingresos podrían inducir al descontento, incluyendo con las instituciones europeas, a quienes, desde los niveles inferiores de la distribución, observan cómo las cosas mejoran más para quienes se sitúan en los niveles superiores. Al respecto, habría que recordar que es muy probable que los niveles de desigualdad de renta en los países que consideramos hayan aumentado, de manera general, desde principios de los ochenta, tras haberse reducido las décadas anteriores¹⁵.

¹³ La diferencia de nivel educativo favorable a los más identificados con Europa o la UE se mantiene, con distintos niveles, independientemente de la edad de los entrevistados.

¹⁴ Cálculos propios con las estimaciones elaboradas por Angus Maddison. Véase su "Statistics on world population, GDP and per capita GDP, 1-2008 AD (Horizontal file)".

¹⁵ Basta examinar las cifras provistas por Eurostat (coefficient of equivalised disposable income) y por Sáez *et al.* (The world wealth and income database) para comprobarlo.

■ 3.1. La evolución de las experiencias de contacto con otros europeos

Comenzamos por los cambios a los que la perspectiva funcionalista podría dar sentido, los relativos a las experiencias de contacto con otros europeos.

Intercambios comerciales

En primer lugar, es suficientemente conocido que se han multiplicado los intercambios comerciales entre los países europeos miembros de la actual UE o que están vinculados a ella, precisamente, por acuerdos comerciales. De nuevo, a título de ilustración, he reconstruido las series de importaciones y exportaciones de los países de la UE-15 procedentes de y dirigidas a otros países de esa agrupación, poniéndolas en relación con el PIB anual, para contar con una información, siquiera aproximada, de la relevancia de ese comercio exterior en las economías nacionales correspondientes (véase cuadro 2.7).

Los datos recogidos en el cuadro muestran que, de manera general, el peso del comercio exterior con otros países de la UE-15 aumentó en casi todos los paí-

Cuadro 2.7

UE-15 (1968-2013). IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE BIENES A OTROS PAÍSES DE LA UE-15 EN PORCENTAJE DEL PIB (EN DÓLARES CORRIENTES)

	1968	1973	1978	1983	1988	1993	1998	2003	2008	2013
Alemania (*)	17,5	18,4	20,5	24,4	25,6	20,1	25,2	28,7	34,4	31,5
Bélgica						79,9	97,6	112,1	126,7	113,8
Francia	12,0	17,3	18,5	20,0	21,6	19,2	25,1	24,7	26,2	23,7
Italia	11,7	16,2	19,0	17,3	18,6	17,3	21,1	20,5	22,1	21,2
Luxemburgo					99,9	71,8	77,5	70,6	67,2	50,9
Países Bajos	44,7	49,4	46,5	57,1	57,8	47,4	61,7	58,0	68,3	72,5
Dinamarca	29,3	30,2	29,8	34,7	30,6	30,1	36,3	37,4	40,1	35,7
Irlanda	45,4	51,1	67,4	61,9	66,8	63,9	75,6	52,2	46,7	42,1
Reino Unido	11,9	15,6	21,1	20,7	20,9	20,4	20,3	18,3	19,2	19,2
Grecia	11,4	12,6	12,8	15,0	15,6	17,3	17,8	13,5	15,2	14,5
España (**)	7,7	9,4	8,6	12,1	17,1	18,7	27,1	26,9	23,9	22,0
Portugal	15,1	16,6	19,4	27,7	38,2	33,2	39,7	34,6	37,4	41,5
Austria	23,0	26,1	29,5	31,1	34,8	31,5	40,2	43,0	47,5	43,1
Finlandia	22,7	26,7	24,7	24,5	23,9	27,2	31,9	29,6	31,4	26,4
Suecia	21,4	25,0	24,1	30,4	29,3	26,8	34,3	32,4	38,4	30,4

Notas: (*) El dato de 1968 es el de 1970; (**) el dato de 2013 es el de 2012.

Fuentes: Elaboración propia con datos de la OCDE (importaciones y exportaciones) y del Banco Mundial (PIB).

ses de dicho grupo desde 1968 a 2013, con dos excepciones. Suele observarse un “efecto entrada” de cierto tamaño en los países que accedieron a las Comunidades Europeas después de 1968, pero no siempre se produce un gran aumento del peso del comercio exterior una vez dentro. Sí se observa con claridad en los casos de Dinamarca, Irlanda y Portugal, pero el aumento es mucho más moderado en los del Reino Unido, España, Finlandia y Suecia. Por otra parte, en los últimos quince años de la serie, la tendencia media (de la media aritmética) es a la estabilidad del porcentaje que comentamos.

Turismo

En segundo lugar, casi sobra afirmar que el flujo de turistas entre los países europeos ha debido de multiplicarse varias veces entre los años sesenta y la actualidad, aunque no es fácil encontrar cifras que permitan una perspectiva diacrónica larga. Por una parte, este incremento se debe directamente a la construcción europea, que hace más permeables las fronteras de los países miembros de las Comunidades Europeas en cada momento. Por otra, se debe a ella indirectamente, pues ha facilitado los intercambios comerciales y personales con terceros países al reducir las correspondientes barreras e inducir a esos países a reducirlas. El gran aumento del turismo en Europa data de finales de los años cincuenta y, sobre todo, de los años sesenta, alcanzando a muchos países que por entonces no eran, ni podían ser, por sus regímenes políticos, miembros de las Comunidades Europeas, como España. A título de ilustración, en 2016 llegaron a España 66 millones de turistas procedentes de países europeos (casi la mitad de la inicial Europa de los seis), mientras que en 1960 no llegaban a cuatro millones¹⁶.

Movilidad laboral

En tercer lugar, también debería de haber aumentado el flujo de trabajadores entre los países de la UE-15, pero es difícil saber cuánto, pues no se pueden elaborar series estadísticas de largo recorrido. Por otra parte, y esto es llamativo teniendo en cuenta que uno de los pilares de las Comunidades Europeas desde sus inicios es el de la libre circulación de los trabajadores, los *Eurobarómetros* apenas se han hecho eco del tema de la movilidad laboral dentro de la Unión Europea. Afortunadamente, contamos con un *Eurobarómetro* de 2009 (el 72.5), que nos permite construir una evidencia indirecta de la evolución de esos flujos. Podemos cruzar la pregunta acerca de haber trabajado o trabajar en un país distinto del de residencia con la edad del entrevistado. Podemos calcular el porcentaje de los nacionales de un país que ha trabajado (o vivido sin trabajar, se entiende que acompañando a un trabajador) en el extranjero y observar cómo cambia con la edad del entrevistado, y suponer que el aumento en dicha edad equivale a ir hacia atrás en el tiempo. Esto no deja de ser una aproximación gruesa, a lo que se une el que no podemos saber en qué medida la salida al exterior es una salida a países europeos, pues no contamos con las preguntas apropiadas. Una dificultad añadida es que dicho

¹⁶ Fuentes de los datos: INE, *Anuario estadístico de España. Año LXV - 1970*, e INE, *Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur*.

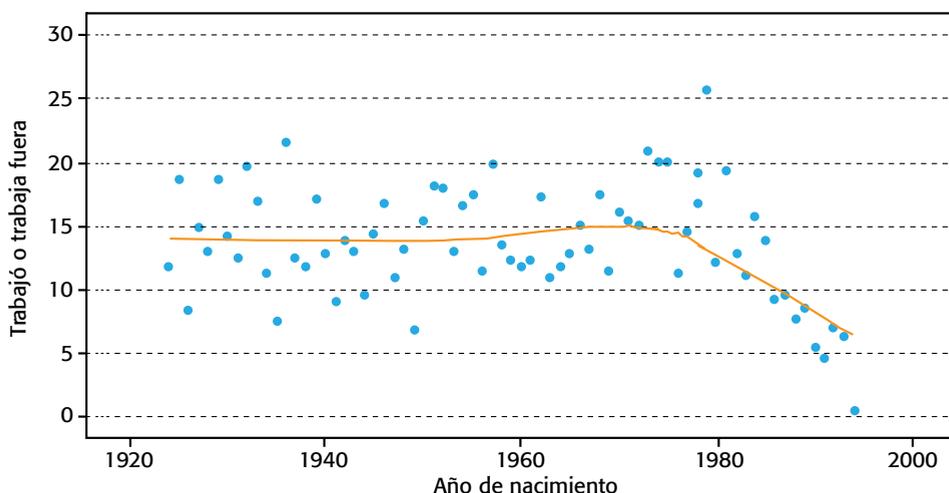
porcentaje no capta los movimientos migratorios definitivos que han podido resultar en la adquisición de la nacionalidad del país de acogida. Con todo, es casi la única información “diacrónica” y comparativa de la que es fácil disponer.

El gráfico 2.7 muestra lo fundamental de esa información. En abscisas está la edad del entrevistado del conjunto de la UE-15 (de 15 a 85 años, pues en edades más avanzadas el tamaño de las submuestras es excesivamente pequeño) y en el de ordenadas el porcentaje que ha trabajado o trabaja en el extranjero. La línea que resume la información apunta a que la presencia laboral en el extranjero se ha mantenido estable (en niveles cercanos al 15%) entre los nacidos en 1924 y 1970, aproximadamente, cayendo, lógicamente, en los nacidos después¹⁷. Si esa cifra fuera de verdad indicativa de cómo han cambiado los flujos laborales intracomunitarios, deberíamos concluir que apenas lo han hecho en los últimos cincuenta años en el marco de la UE-15, aunque lo esperable habría sido que hubieran aumentado con la creciente integración económica en Europa.

En realidad, no tienen por qué haber aumentado tanto esos flujos. Las migraciones de cierto tamaño no son habituales entre países con niveles de riqueza no muy alejados entre sí. Tuvieron cierto alcance en los cincuenta y los sesenta, diri-

Gráfico 2.7

UE-15 (2009). EXPERIENCIA LABORAL EN EL EXTRANJERO SEGÚN EL AÑO DE NACIMIENTO (PORCENTAJES)



Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 72.5 (noviembre-diciembre de 2009).

¹⁷ La línea es el resultado de una regresión LOESS (Kernel: Epanechnikov) con ajuste del 50% de los puntos, tal como la calcula el programa IBM-SPSS Statistics.

giéndose, sobre todo, desde países menos ricos (España, Italia, Grecia, Portugal, Irlanda) a países más ricos (Francia, Alemania, Países Bajos, Reino Unido) y en momentos de gran crecimiento económico. Después, la mera lógica de la diferencia de potencial económico entre unos y otros países dejó de operar tanto, al reducirse aquel, y en la medida en que las posibilidades de encontrar trabajo en los primeros aumentaron con el crecimiento económico local y acabaron reduciéndose en los segundos con la crisis de los setenta. Además, los ritmos de crecimiento económico fueron acompasándose y, hasta cierto punto, homogeneizándose, por lo que los países “atractivos” en los años sesenta dejaron de serlo tanto. A ello hay que unir el desarrollo de sistemas de bienestar en toda Europa que facilitaban a quienes perdían su trabajo o empezaban a buscarlo no tener que desplazarse lejos para encontrarlo. Más adelante, ha sido necesaria una crisis profunda y duradera en un país como España para que hayan vuelto a producirse salidas netas de españoles hacia otros países europeos, aunque las cifras no se han acercado a las de los años sesenta¹⁸.

A todo ello habría que añadir las varias barreras de entrada en los mercados de trabajo nacionales, que solo se habrán bajado un tanto: las diferencias idiomáticas, las preferencias de las administraciones públicas por contratar nacionales del propio país, los requisitos en términos de cualificaciones y los problemas de comparabilidad de títulos, etcétera.

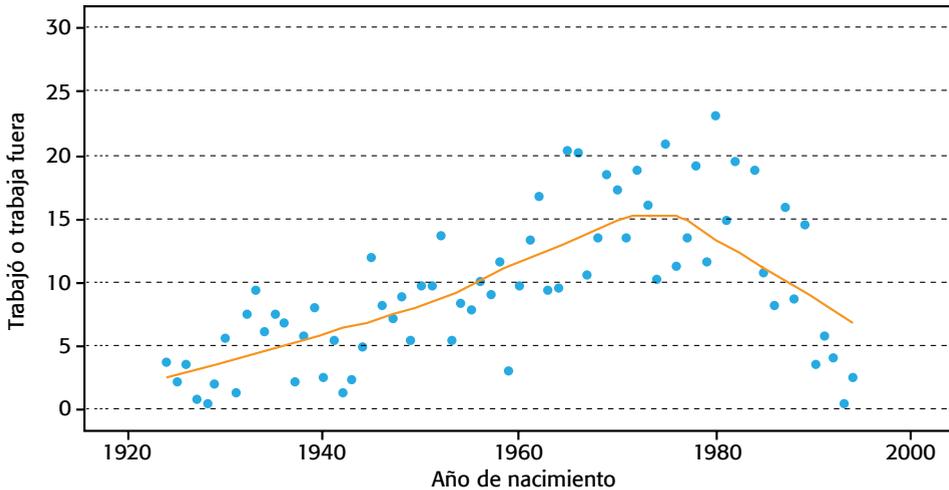
De todos modos, el gráfico sugiere que la movilidad laboral con el extranjero se habría mantenido a lo largo del tiempo, a pesar de la desaparición de los factores de expulsión y de atracción típicos de los años cincuenta y sesenta, y a pesar de las mencionadas barreras a la movilidad. Es decir, deben de estar operando factores propios de la integración europea, aunque no parezcan servir para aumentar la proporción de europeos con experiencia laboral fuera de su país.

La comparación con la experiencia laboral en el extranjero de los nuevos Estados miembros (los doce ingresados después de 1995 hasta el momento de la encuesta, en 2009) resulta esclarecedora de la principal motivación de la movilidad laboral intraeuropea. Suponiendo, de nuevo, que gran parte de la experiencia laboral foránea recogida en el gráfico 2.8 tuviera su destino en otro país europeo, es lógico que haya crecido al disminuir la edad del entrevistado, teniendo en cuenta los cambios habidos en dichos países y en su relación con el resto de Europa. La mayor parte de ellos estaba bajo la órbita soviética hasta finales de los años ochenta. Desde entonces, han liberalizado sus economías y democratizado su vida política, abriendo sus sociedades al exterior y reduciendo los obstáculos a la emi-

¹⁸ Si bien las cifras de las fuentes oficiales españolas tienden probablemente a infraestimar la cantidad de españoles que han emigrado fuera en los momentos de intensificación de la emigración (años sesenta, crisis reciente), pueden servir para comparar lo ocurrido en esos momentos. En el periodo 1961-1971 emigraron, por término medio, unos 195.000 españoles al año, es decir, alrededor de un 6 por mil de la población española, con un máximo de 230.000 (7,25 por mil). Entre 2008 y 2016, la media anual de salidas ha sido de unos 62.000 españoles (1,5 por mil de la población) y el máximo de unos 95.000 (un 2,3 por mil de la población). Cálculos propios con datos del INE, *Estadística de migraciones. Migraciones exteriores. Resultados nacionales*, y Carreras y Tafunell (2005).

Gráfico 2.8

NUEVOS ESTADOS MIEMBROS (2009). EXPERIENCIA LABORAL EN EL EXTRANJERO SEGÚN EL AÑO DE NACIMIENTO (PORCENTAJES)



Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 72.5 (noviembre-diciembre de 2009).

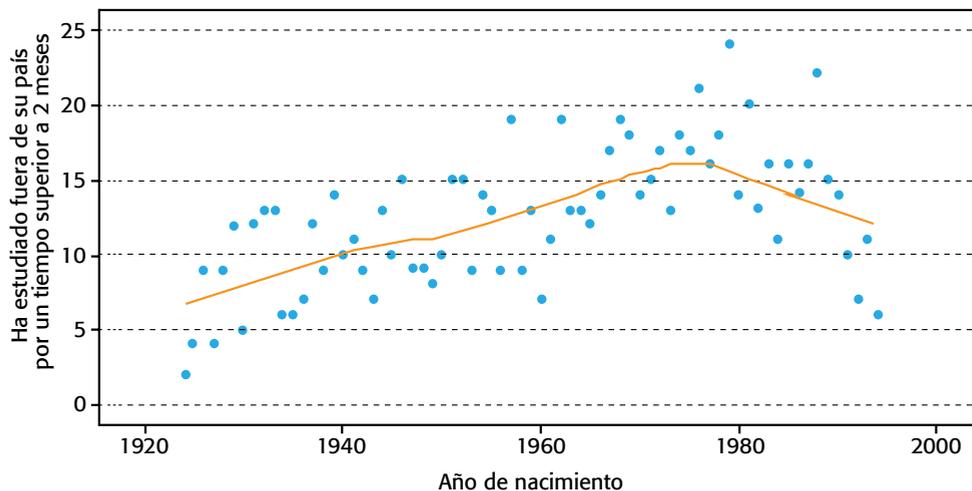
gración de sus nacionales, especialmente tras el ingreso en la UE. Buena parte de ellos ha debido de aprovechar estas circunstancias para trabajar en países de Europa Occidental, con muchas más oportunidades de conseguir salarios elevados. No pudieron aprovecharlas quienes tenían una edad relativamente avanzada en los noventa, pero sí los más jóvenes, que han podido sentirse crecientemente atraídos por aquellas oportunidades hasta las inmediaciones de la última crisis económica.

Movilidad estudiantil

En cuarto lugar, han debido de aumentar los flujos académicos intraeuropeos, siquiera porque la renta per cápita ha crecido mucho en los últimos sesenta o setenta años y, por tanto, hay más familias que pueden permitirse enviar a sus hijos adolescentes o jóvenes a estudiar al extranjero. A ello se añade el mero hecho de que la proporción de adolescentes y, en especial, jóvenes que estudian ha aumentado en los países que consideramos. Así, como se muestra en el gráfico 2.9, el porcentaje de los que han pasado un periodo de más de dos meses estudiando (en la escuela, en la universidad o recibiendo otro tipo de formación) en el extranjero aumenta muy claramente a medida que cae la edad, pasando de niveles cercanos al 5% entre quienes nacieron hacia 1930 al 15% de quienes nacieron hacia 1980 –hasta descender en las edades más jóvenes, lógicamente. Las fechas en las que se produce ese cambio sugieren que no es probable que se deba al Programa Erasmus, establecido en la segunda mitad de los ochenta.

Gráfico 2.9

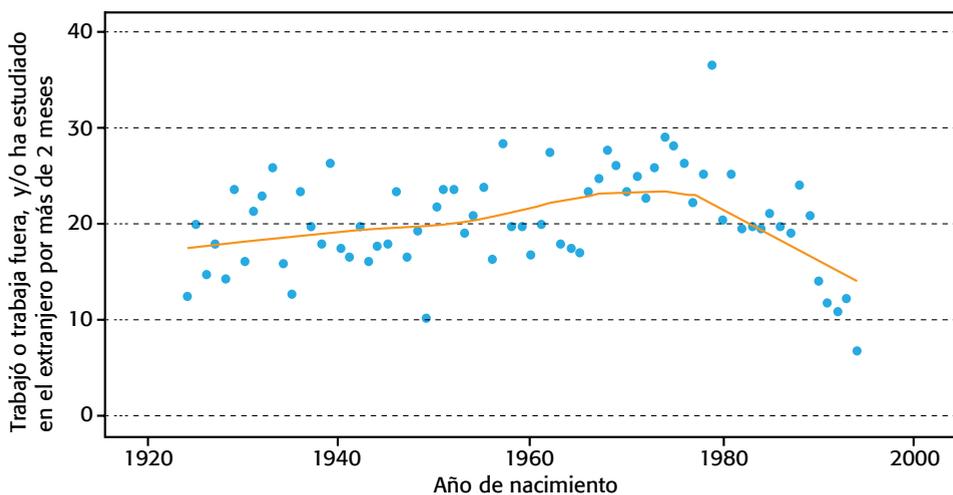
UE-15 (2009). ESTUDIOS EN EL EXTRANJERO SEGÚN EL AÑO DE NACIMIENTO (PORCENTAJES)



Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 72.5 (noviembre-diciembre de 2009).

Gráfico 2.10

UE-15 (2009). EXPERIENCIA LABORAL O DE ESTUDIOS EN EL EXTRANJERO SEGÚN EL AÑO DE NACIMIENTO (PORCENTAJES)



Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 72.5 (noviembre-diciembre de 2009).

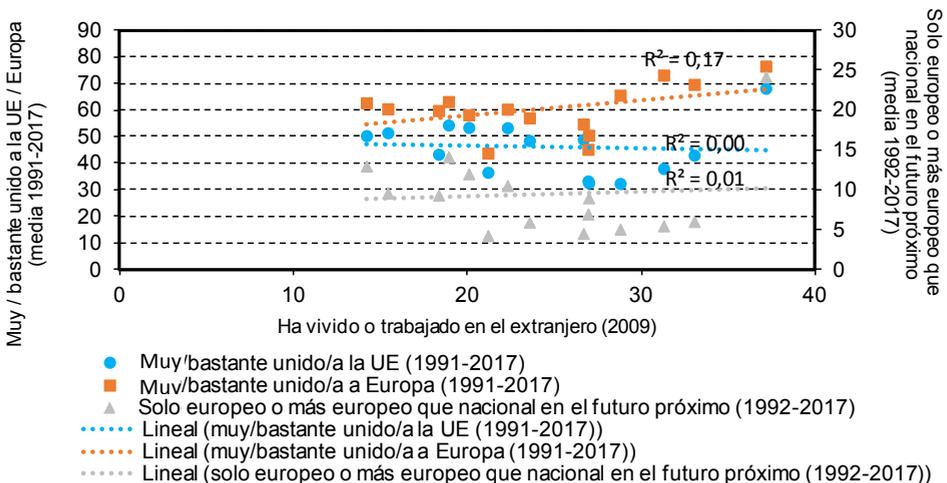
En conjunto, como muestra el gráfico 2.10, el probable incremento de la experiencia foránea (laboral y/o estudiantil) de los habitantes de la UE-15 es bastante limitado. Además, como hemos visto más arriba, sería efecto, sobre todo, no de la movilidad laboral, sino de la movilidad estudiantil, en principio, de menos duración que la laboral.

De todos modos, aunque a escala individual, como es sabido y veremos más adelante, sí se asocia la experiencia laboral o estudiantil en otro país europeo con el grado de identificación europea de los entrevistados, esto no es tan obvio a escala de país. Si ponemos en relación el porcentaje que contaba en cada país con experiencia de vida en el extranjero en 2009 con las medidas de identificación europea que manejamos para las últimas tres décadas, se comprueba que la asociación es prácticamente inexistente, como muestra el gráfico 2.11.

Tan solo se observa una cierta asociación lineal con el porcentaje de los que se sienten más unidos a Europa, aunque la fuerza de la asociación es débil. Y no se observa asociación alguna con el porcentaje de los más unidos a la UE ni con quienes se ven en la actualidad como solo europeos o más europeos que de su país. En realidad, la experiencia foránea es solo uno de los factores que puede influir en la identificación con Europa. El caso alemán es muy claro al respecto. Presenta el menor porcentaje de entrevistados con experiencia foránea de la UE-15, pero niveles medios o medio-altos de identidad europea en los distintos indicadores (cuadro 2.6).

Gráfico 2.11

UE-15. EXPERIENCIA VITAL EN EL EXTRANJERO E INDICADORES DE IDENTIDAD EUROPEA (PORCENTAJES)



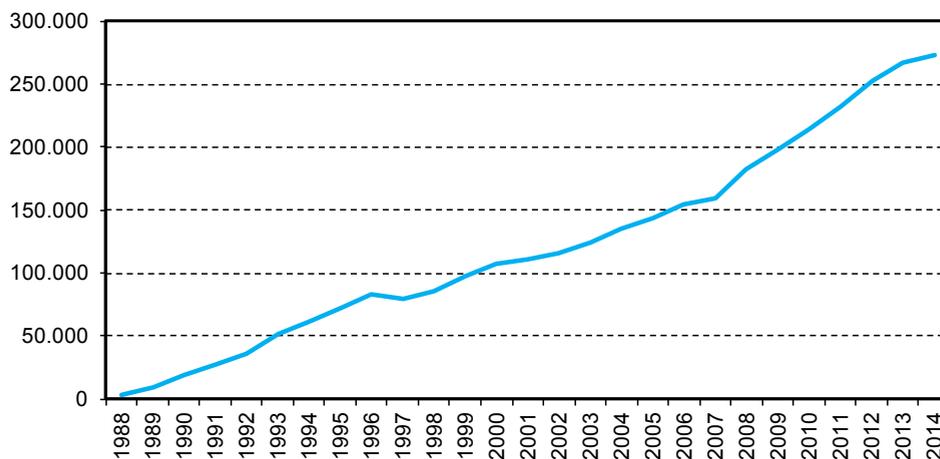
Fuentes: Elaboración propia con datos de los Eurobarómetros 72.5 y 87.3.

El caso particular del Programa Erasmus

Por último, habría que tener en cuenta la movilidad estudiantil auspiciada por la financiación del Programa Erasmus, que facilita estancias de corta duración (de un curso o menos) a estudiantes universitarios de toda Europa¹⁹. Se trata de un programa en marcha desde 1988, y desde entonces hasta 2014 ha facilitado la movilidad de 3,3 millones de estudiantes europeos, con una tendencia creciente que queda reflejada en el gráfico 2.12.

Gráfico 2.12

ESTUDIANTES BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA ERASMUS CADA AÑO (1988-2013)*



Nota: * A partir de 2008 se incluyen también los estudiantes en prácticas.

Fuentes: Elaboración propia con datos de European Commission, Erasmus. Facts, figures & trends.

La estancia en un país distinto del propio puede estar teniendo efectos en la identificación con la UE o Europa de esos millones de estudiantes (Mitchell, 2015), y quizá puede tenerlos en sus entornos próximos, o no tan próximos, en la medida en que dichos estudiantes acaben alcanzando posiciones de influencia económica o social en sus países. Sin embargo, los efectos más amplios habrá que verlos a medio y largo plazo, pues se trata de un programa relativamente reciente y, aunque las cifras son más que notables, solo afecta todavía a una pequeña parte de los europeos. En los cursos más recientes con datos, participaba en el programa, aproximadamente, un 1,5% de los matriculados en las universidades de la UE, o, en

¹⁹ No nos interesan aquí los otros componentes del Programa Erasmus, como la financiación de estancias de profesores universitarios en universidades de otros países europeos.

otros términos, el 0,05% de la población de la UE²⁰. La cifra acumulada (3,3 millones de estudiantes) representaría un 1,65% de la población actual de la UE (cerca de los 500 millones).

En conjunto, en los últimos cincuenta años, entre los europeos de la UE-15 han aumentado las interacciones comerciales entre países, se entiende que entre empresas de cierto tamaño; ha aumentado, mucho, el turismo, que implica interacciones entre nacionales y foráneos temporales y no muy profundas; no está claro que hayan aumentado los flujos laborales, que implican interacciones más prolongadas e intensas que las turísticas; sí han crecido los flujos estudiantiles, que también implican interacciones más intensas y prolongadas; y se supone que los flujos estudiantiles seguirán creciendo, en parte impulsados por el Programa Erasmus.

■ 3.2. Apuntes sobre cambios en la esfera pública

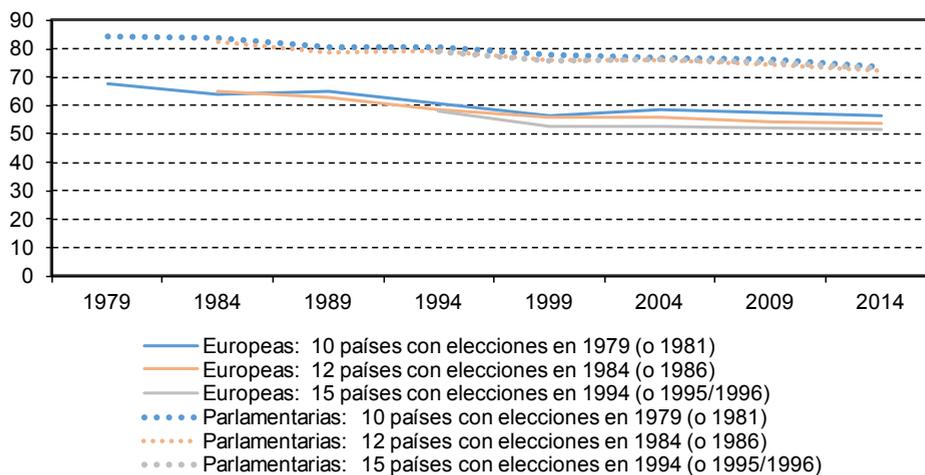
La perspectiva culturalista sobre la formación de la identidad europea también nos proporciona pistas acerca de cambios que han podido redundar en un incremento de dicha identidad. Lo principal de esos cambios se sintetizaría en términos de la europeización de las esferas públicas nacionales, derivada del propio funcionamiento de la UE como comunidad política. Así lo sostiene Risse en sus distintos trabajos, de acuerdo con la bibliografía que cita. Ese argumento se sostiene, sobre todo, en análisis de contenido de medios de comunicación nacionales que cubren momentos relativamente recientes y periodos no muy prolongados. A falta de investigaciones de más recorrido, las disponibles pueden sugerir que, efectivamente, ha aumentado la europeidad de las esferas públicas nacionales. A ello se añadiría el foco más intenso que representan las instituciones europeas y que no han podido menos que percibir los públicos europeos. Y el notable aumento de los niveles de educación formal, que debería haber contribuido al crecimiento de la identidad europea, en parte, porque los mayores niveles educativos se asocian con una mayor atención a los asuntos públicos. Todo ello podría haber acostumbrado a más ciudadanos de la Unión a entenderse como tales ciudadanos y a otorgar a su vida política una mayor dimensión europea.

Sin embargo, no está claro que los cambios anteriores se hayan traducido claramente en los comportamientos políticos de los europeos, al menos los más directamente ligados a la vida política de la UE; esto es, en las elecciones al Parlamento Europeo, la instancia más clara de implicación directa a gran escala de esa ciudadanía en los asuntos de la Unión. Los datos de participación electoral así lo sugieren. El gráfico 2.13 recoge un indicador de la participación en las elecciones europeas, acompañándolo del equivalente para las elecciones parlamentarias de

²⁰ Datos procedentes de Eurostat, "Population on 1 January by age and sex (demo_pjan)" y "Students enrolled in tertiary education by education level, programme orientation, sex, type of institution and intensity of participation (educ_uae_enrt01)".

Gráfico 2.13

UE-15 (1979-2014). PARTICIPACIÓN EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO Y A LOS PARLAMENTOS NACIONALES (PORCENTAJES DEL CENSO ELECTORAL; MEDIAS NO PONDERADAS)*



Nota: * Véase el cálculo de las medias en el texto.

Fuentes: Elaboración propia con datos del Parlamento Europeo (<http://www.europarl.europa.eu/elections2014-results/en/turnout.html>) y de IDEA (<https://www.idea.int/data-tools/data/voter-turnout>).

cada país²¹, esto último para entender mejor la tendencia a la baja en las tasas de participación electoral europeas en las últimas décadas. Si nos fijamos en los diez países que celebraron elecciones en 1979 (o 1981, el caso de Grecia), se observa una caída de unos 11 puntos en la tasa media de participación en las elecciones europeas, similar a los 10 puntos de caída en la tasa correspondiente a las elecciones nacionales²². Es decir, en la medida en que la menor participación en las elecciones europeas es paralela a la correspondiente en las nacionales, ello es indicio de un estancamiento relativo en el interés que dichas elecciones despiertan en los europeos y, por ende, de la dimensión europea de la vida política de los ciudadanos de la Unión.

²¹ Se trata de la media no ponderada de las tasas de participación en cada país miembro, calculada para tres grupos de países (los 10 que ya celebraron elecciones en 1979 [o 1981: Grecia]; los 12 que ya las celebraron en 1984 [o 1986: España y Portugal]; los 15 que ya las celebraron en 1994 [o 1995/1996: Austria, Finlandia y Suecia]). Para calcular los indicadores equivalentes en las elecciones a los parlamentos nacionales, he elegido las elecciones más cercanas en el tiempo a las fechas de las elecciones europeas.

²² Obviamente, las medias ocultan diferencias notables de un país a otro, tanto en las elecciones europeas como las nacionales, pero creo que la media no ponderada refleja suficientemente la tendencia general.

El que la participación en las europeas siga a notable distancia de la participación en las elecciones parlamentarias nacionales (51,8 y 73% respectivamente en 2014) es, asimismo, muestra de que la comunidad política de referencia principal sigue siendo, con claridad, la nacional, y solo secundariamente la europea²³.

Recapitulación

Quizá las perspectivas funcionalista y culturalista eran muy optimistas en términos de los hipotéticos efectos identitarios que habría de tener la integración europea, pues no está claro que haya crecido el segmento de ciudadanos de la UE-15 con una identidad europea. Sin embargo, tampoco se ha reducido, lo que, desde un punto de vista menos optimista, quizá podría considerarse un éxito de una integración que ha mantenido, transformándolas, las unidades políticas nacionales. A continuación comprobamos si esa identidad es algo más que un artefacto medible en encuestas como las estudiadas o tiene correlatos actitudinales (y quizá de comportamiento) reales desde el punto de vista de cómo entienden los europeos la sustancia y los contornos de la comunidad política *sui generis* que es la UE.

4. IMPLICACIONES DE LA IDENTIDAD EUROPEA EN LA VISIÓN DEL MUNDO POLÍTICO Y ECONÓMICO DE LOS EUROPEOS

Esta sección explora las implicaciones de la identidad europea en términos de varios aspectos fundamentales de la visión del mundo político y económico que tienen los europeos. Es decir, intenta responder a la pregunta acerca de los contenidos (normalmente implícitos) del sentimiento europeísta, una de las centrales en la bibliografía sobre estos temas (véase más arriba, sección 1). Mi aproximación es empírica, pues está basada en las respuestas a una encuesta, las cuales diferencio según la identificación con Europa de los entrevistados. Y es exploratoria, en la medida en que no es posible cubrir todo el rango de actitudes (y, menos, comportamientos) que puedan estar asociados con fuerza a aquella identidad, y en la medida en que solo pretende ofrecer una respuesta provisional, que sirva para seguir avanzando en la cuestión. Esto último se debe, entre otras razones, a las limitaciones de las encuestas disponibles. A pesar de ello, mi exploración ofrece una imagen suficientemente clara al respecto.

Como fuente de datos uso el *Eurobarómetro 87.3*, con trabajo de campo en la segunda quincena de mayo de 2017. Lo utilizo por ser el más reciente con base de datos disponible y por no distinguirse especialmente de otros Eurobarómetros en la presencia de preguntas sobre la identidad europea y sobre sus posibles correlatos actitudinales²⁴. En dicho *Eurobarómetro* aparecen tres preguntas relativas a esa

²³ Si excluimos de los cálculos a los dos países con voto obligatorio (Bélgica y Luxemburgo), que presentan tasas muy similares en las elecciones europeas y las nacionales, la distancia es aún más clara: en 2014, contando a ambos países, las medias respectivas son de 73 y 51,8%, y de 70,3 y 46,3% sin contarlos.

²⁴ Hemos revisado los *Eurobarómetros* de los últimos años y no hay ninguno más completo desde este punto de vista.

identidad. Por una parte, en una se pregunta por el grado en el que el entrevistado se siente unido a Europa y en otra por lo mismo en relación con la Unión Europea. Por otra, se plantea la pregunta que, como hemos visto, hereda la tradicional acerca de si en el futuro cercano el entrevistado se veía como solo de su nacionalidad, más de su nacionalidad que europeo, más esto que lo primero, o solo europeo. Se trata de una pregunta que plantea las mismas opciones, pero sobre el presente, no sobre el inmediato futuro. En esta ocasión, como indicio de identidad europea he utilizado la pregunta acerca de los sentimientos de unión con la Unión Europea, pues es la más estricta si de lo que tratamos es de la medida en que la unidad política europea despierta sentimientos de pertenencia o no. En cualquier caso, los resultados de la averiguación son similares si usamos las otras dos preguntas de identidad.

He procedido explorando la asociación de dicha pregunta (sentimiento de unión a la UE) con una colección de preguntas que miden actitudes y opiniones en distintas dimensiones de la vida común de los europeos a escala europea y en términos generales. En primer lugar, me he ocupado del significado que dan los encuestados a la Unión Europea y a la identidad europea, incluyendo su reflexión acerca de los sentimientos de comunidad. En segundo lugar, he atendido a las opiniones relativas a políticas económicas de la UE, pero también a ciertos rasgos generales del orden económico preferido. En tercer lugar, me he ocupado de los juicios de los encuestados acerca de la inmigración y la extranjería, es decir, la relación con “los otros”, como un elemento de la construcción europea y desde un punto de vista más general. En quinto lugar, he prestado una atención, más bien somera, dadas las preguntas disponibles, a las políticas de relaciones exteriores de la UE. Por último, he observado cómo se asocian los sentimientos de identidad con la percepción acerca del rumbo general de los acontecimientos.

En la medida en que la variable “independiente” (la de identidad) y las variables con las que exploro las asociaciones acaban, en su gran mayoría, siendo de tipo ordinal, he utilizado la técnica de las tablas de contingencia, y el estadístico D de Somers, apropiado para ese tipo de variables, como el indicio de la fuerza de la asociación entre las variables²⁵. La he medido para el conjunto de los países de la UE-15, pero también para cada uno de ellos²⁶. En general, se observan variaciones de unos países a otros, no siempre fáciles de interpretar. En la medida en que este es un trabajo exploratorio, mencionaré solo los casos que puedan ser ilustrativos a la vista de las características recientes de la vida política política europea, en especial relativas a lo que se ha dado en denominar “politización” de la UE (Kriesi, 2016) y al auge de partidos populistas con programas críticos con la Unión Europea²⁷, si

²⁵ Para calcular el estadístico hemos prescindido de las respuestas “no sabe” o “no contesta”.

²⁶ Para los cálculos sobre el conjunto he aplicado la ponderación que recoge la base de datos del *Eurobarómetro*, que asigna pesos a cada país según el tamaño de su población de 15 años o más. Para los cálculos sobre cada país, he aplicado las ponderaciones específicas para cada país.

²⁷ Normalmente suponiendo que hay un cierto grado de coherencia entre los programas europeos de los partidos y las opiniones de sus electorados, como parece ser el caso en términos generales (de Vries y Arnold, 2011).

bien también haré mención a los que meramente destaquen por su tamaño, para recoger una pista que podrá seguirse más adelante.

El análisis resalta el valor de la D de Somers como indicio de cuánto se asocian las actitudes seleccionadas a la identidad europea, pero también la diferencia entre los que se sienten muy unidos a la UE y los que no se sienten nada unidos. De este modo se muestra, por una parte, lo que podríamos denominar el “núcleo duro” del europeísmo en la ciudadanía europea, y, por otra el núcleo duro del escepticismo europeo en ella. Creo que este contraste ayuda a entender mejor las diferencias que puede implicar la identificación con la UE.

Los resultados de esas medidas aparecen en el cuadro del Anexo que sirve como una de las bases para mis comentarios en esta sección²⁸. Dicho cuadro recoge las correspondientes D de Somers y sus niveles de significación. El texto incluye las tablas de contingencia correspondientes a la muestra de los países de la UE-15, que conforman los cuadros recogidos a lo largo del texto, a los que haré mención explícita.

■ 4.1. Significados de la Unión Europea y de la identidad europea

Exploro en este apartado la asociación de la identidad con los significados que otorgan los europeos a la UE y a la identidad europea. No se trata de inferir esos significados de manera indirecta, sino de explotar las preguntas que inquieren a propósito, de múltiples formas, por dicho significado. Es decir, me interesan las opiniones de los entrevistados como muestra de su reflexividad en esta materia. Esa reflexividad se presenta en distintos grados, según las preguntas. Las dedicadas a los significados de la UE tienden a plantearse en términos de asociación de unos u otros términos con dicha organización. Las preguntas sobre la identidad son algo más reflexivas.

■ 4.1.1. Significados de la UE

Significados, más o menos explícitos, de la UE

Los entrevistados respondieron acerca de qué significaba para ellos, personalmente, la UE. Habían de elegir entre una colección de 14 términos, 7 de ellos claramente positivos, 6 negativos, y 1 neutro (“euro”), pudiendo mencionar varios. Mi análisis recoge la medida en que los distintos segmentos de encuestados según su identidad europea mencionaron cada uno de esos términos.

²⁸ Siempre que mencione el valor de una D de Somers habrá que entender que está recogido en dicho Anexo, por lo que no insistiré en recordarlo.

Cuadro 2.8

UE-15 (MAYO DE 2017). SIGNIFICADO PERSONAL DE LA UNIÓN EUROPEA SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

¿Qué significa para usted personalmente la Unión Europea? (respuesta múltiple; porcentajes verticales)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Libertad para viajar, estudiar y trabajar en cualquier lugar de la Unión Europea	49,3	62,8	59,4	43,7	23,4	29,7
Euro	37,0	44,6	39,0	36,4	27,5	22,8
Paz	30,0	48,1	38,2	20,6	10,4	26,7
Diversidad cultural	27,4	40,1	34,2	20,8	11,6	19,6
Voz más fuerte en el mundo	24,8	37,4	32,5	17,7	8,6	12,8
Burocracia	24,0	18,4	21,6	27,6	29,3	15,7
Gasto innecesario de dinero	23,8	13,9	15,7	29,8	43,8	20,8
Fronteras externas sin suficiente control	22,9	12,2	18,0	27,4	37,6	19,9
Democracia	21,5	36,9	27,9	14,3	6,7	8,0
Prosperidad económica	14,8	27,1	19,4	8,4	5,0	4,5
Más criminalidad	13,1	5,4	9,8	15,6	24,5	11,3
Desempleo	12,9	7,7	8,8	15,2	24,2	14,5
Pérdida de nuestra identidad cultural	11,6	4,2	6,3	14,5	27,3	9,5
Protección social	9,9	14,8	13,0	7,0	3,3	8,3
Otro (espontáneo)	2,0	1,6	1,2	2,1	4,3	1,2
No sabe	3,5	1,2	1,9	3,7	7,5	20,8
<i>N</i>	15.751	2.147	6.228	4.806	2.233	337

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

En el conjunto de la UE-15 los significados más mencionados suelen ser los que normalmente se consideran positivos, como los relativos a la libre circulación (49,3%), la paz (30%), la diversidad cultural (27,4%), o una voz más fuerte en el mundo (24,8%). Sin embargo, entre los más mencionados también hay uno neutral, el euro, mencionado por un 37%, y varios negativos: burocracia (24%) y gasto innecesario de dinero (23,8%). Como se observa en el cuadro 2.8, lo primero que salta a la vista es que cuanto más pesa el componente europeo en la identidad más se tiende a citar los términos positivos y menos los negativos, algo esperable, por otra parte²⁹. Entre los positivos destacan por una mayor fuerza de asociación los signi-

²⁹ Los valores de D de Somers son negativos para las asociaciones con los elementos positivos porque la variable de identidad adopta valores más bajos cuanto mayor el componente europeo, y más bajos cuanto mayor el componente nacional. Las variables de mención de significados adoptan valores 0 (ausencia de mención) y 1 (mención).

ficados de “paz” (D de Somers = -0,19) y “libertad para viajar, estudiar y trabajar en cualquier lugar de la Unión Europea” (-0,20). En este último caso, la mención entre los que se sienten más unidos alcanza el 62,8%, que se queda en un 23,4% entre los que manifiestan no sentirse unidos a dicha organización en absoluto.

La fuerza de la asociación con la variable de identidad tiende a ser bastante menor en el caso de los significados negativos, de modo que solo un significado presenta una D de Somers mínimamente apreciable: la UE como un ejemplo de “gasto innecesario de dinero” (D de Somers = 0,16). Llama la atención que la mención de este “defecto” de la UE se asocie con más fuerza a la identidad europea en Francia, Austria, Alemania y el Reino Unido, todos ellos con valores del estadístico de 0,21. Todos ellos, a su vez, cuentan con una presencia no desdeñable de fuerzas o de posturas políticas euroescépticas o anti-Unión Europea, no necesariamente en la forma de partidos populistas. Esas fuerzas o movimientos de opinión han insistido, entre otras cosas, en el “despilfarro” que suponen las políticas europeas, por lo que sería esperable que quienes en una encuesta reflejan puntos de vista similares a aquellas fuerzas se distingan con cierta nitidez de los más europeístas en una temática como esta. En esta misma línea, la que resalta la presencia notable de fuerzas anti-UE, es llamativo el caso de Austria, un país con un potente partido anti-UE, el FPÖ (Freiheitliche Partei Österreichs), a punto de entrar en el gobierno austríaco, pues 5 de los 14 estadísticos calculados igualan o superan el valor de 0,20, y todos ellos se calculan con respecto a significados negativos.

Si consideramos la lista de significados en conjunto y agrupamos las respuestas positivas, por un lado, y las negativas, por otro³⁰, es fácil comprobar que, a escala de la UE-15, la identidad europea se asocia más claramente con las primeras, pues se obtiene una D de Somers de -0,38, cuyo valor absoluto es superior al 0,24 que se obtiene para las segundas. Da la impresión de que lo que distingue, sobre todo, a los más europeístas de los menos europeístas es que los primeros están mucho más convencidos de las ventajas de la UE que los segundos, mientras que, aun distinguiéndose, no están tan separados en sus juicios sobre las desventajas.

Países con un elevado valor absoluto del estadístico correspondiente a las respuestas positivas son el Reino Unido (-0,47), Italia (-0,47) y los Países Bajos (-0,41) y Grecia (-0,40). Parecería que en ellos es todavía más claro que lo que distingue a los más europeístas de los menos europeístas es la evaluación de las ventajas hipotéticas de la UE. Por el contrario, en otros, incluyendo de nuevo a Grecia, lo que parece primar en esa diferencia es el énfasis (por aceptación o por rechazo) en lo negativo. Tales son Grecia (0,31), Austria (0,31), Alemania (0,30) y Francia (0,30).

Palabras que describen la idea que se tiene de la UE

Una segunda pregunta indagaba en el significado de la UE para los entrevistados. En este caso, habían de graduar la medida en que una lista de adjetivos

³⁰ He calculado cuántas menciones hace cada entrevistado de valores positivos (negativos) y las he agrupado en cuatro categorías (0, 1, 2, 3 o más).

Cuadro 2.9

UE-15 (MAYO DE 2017). IDEA DE LA UNIÓN EUROPEA SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

Para cada una de las palabras siguientes, dígame si describe muy bien, bastante bien, bastante mal o muy mal la idea que usted tiene de la Unión Europea (porcentajes verticales)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Moderna						
Describe muy bien	8,0	21,0	8,7	3,7	3,6	2,1
Describe bastante bien	49,0	54,6	61,1	42,2	25,5	42,7
Describe bastante mal	27,1	17,5	21,8	37,0	32,3	13,9
Describe muy mal	6,7	1,8	2,6	7,1	22,0	5,6
No sabe	9,1	5,1	5,8	9,9	16,5	35,6
Democrática						
Describe muy bien	11,1	26,1	13,2	5,4	3,8	5,6
Describe bastante bien	50,8	58,0	63,5	45,6	22,1	33,8
Describe bastante mal	22,7	11,7	15,8	32,4	31,6	21,7
Describe muy mal	7,5	1,8	2,4	7,7	27,3	3,9
No sabe	7,9	2,4	5,0	8,9	15,3	35,0
Protectora						
Describe muy bien	8,6	21,1	10,1	3,9	3,5	3,0
Describe bastante bien	43,0	54,6	55,4	35,0	16,1	33,0
Describe bastante mal	29,5	16,6	24,8	39,9	33,8	20,5
Describe muy mal	9,8	2,9	3,1	11,9	30,8	7,4
No sabe	9,1	4,8	6,6	9,3	15,8	36,0
Eficiente						
Describe muy bien	3,8	9,3	4,3	1,8	1,1	3,3
Describe bastante bien	29,6	43,1	40,9	19,7	8,2	18,8
Describe bastante mal	41,1	36,1	38,8	50,1	35,0	27,4
Describe muy mal	15,6	6,9	8,2	17,9	41,2	7,7
No sabe	9,9	4,6	7,9	10,6	14,4	42,9
Lejana						
Describe muy bien	16,4	13,1	10,1	18,5	33,9	8,3
Describe bastante bien	38,4	35,9	41,7	41,5	26,4	30,6
Describe bastante mal	26,8	32,3	32,4	23,4	14,5	15,4
Describe muy mal	6,5	9,5	5,7	5,1	9,4	4,5
No sabe	11,9	9,2	10,2	11,5	15,8	41,2
Con visión de futuro						
Describe muy bien	7,5	19,1	7,8	4,5	2,5	3,3
Describe bastante bien	44,7	57,3	58,6	35,2	16,1	31,4
Describe bastante mal	28,3	16,2	22,6	39,3	33,6	19,2
Describe muy mal	8,5	2,5	3,1	9,2	28,1	6,5
No sabe	11,0	5,0	7,8	11,8	19,7	39,6
N	15.752	2.148	6.229	4.806	2.232	337

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

(incluyendo una expresión adjetival) describía la idea que tenían de la UE: moderna, democrática, protectora, eficiente, lejana y con visión de futuro. Aparentemente, el adjetivo que mejor la describiría sería el de “democrática”, pues un 61,9% afirmó que la describía bastante bien o muy bien, y el que peor, el de “eficiente” (33,4%) (cuadro 2.9).

Los juicios que se asocian más sustantivamente con la variable de identidad europea son los relativos a las palabras “protectora” (D de Somers = 0,35), “democrática” (0,34) y “con visión de futuro” (0,35), pero la asociación es también sustantiva con los juicios sobre “eficiente” (0,32) y “moderna” (0,29). Todos ellos, por tanto, marcan diferencias apreciables en los entrevistados según su identificación europeísta, de modo que cuanto más europeos se sienten, mucho mejor creen que esas palabras describen su idea de la UE. A título de ejemplo, los dos segmentos extremos en términos de identidad europea presentan niveles de acuerdo con el calificativo de “protectora” muy alejados entre sí, del 75,7 y el 19,6%; no tan distintos de los mismos niveles relativos al adjetivo “moderna” (75,6 y 29,1%). Sin embargo, el juicio acerca de la “lejanía” de la UE no marca diferencias tan acusadas en el conjunto (D de Somers = -0,15). De nuevo, se observa que son los rasgos positivos los que más diferencias marcan entre los más identificados con la UE y los menos identificados con ella.

Valores que mejor representan a la UE

La opinión sobre casi todos los adjetivos considerados más arriba se asocia sustantivamente con la identidad europea, pero no cabe decir lo mismo acerca de los valores que mejor representan a la UE. Los entrevistados eligieron un máximo de tres valores en una lista de doce. Los más mencionados fueron la paz (41,2%), los derechos humanos (34%), la democracia (33,1%) y el Estado de derecho (22,8%) (cuadro 2.10). Los menos mencionados fueron la religión (2,8%) y la realización personal (3,3%).

He medido la asociación entre la mención a cada uno de ellos y la identidad europea de los encuestados. No he descubierto asociaciones sustantivas, como se observa en el cuadro 2.10 y el Anexo. Probablemente se debe a que, independientemente de la evaluación más o menos positiva que se haga de la UE y, en paralelo, de la mayor o menor cercanía a dicha organización (como puede mostrarse a través de la identidad), muchos están de acuerdo en que aquellos valores representan a la UE, sobre todo, porque se define por aspirar a cumplir esos valores o, de modo más relevante, se define por aceptar a miembros cuyos regímenes políticos cumplen requisitos formales y sustantivos que son un reflejo de esos valores. Sería el caso de valores como: el Estado de derecho, el respeto de la vida humana, los derechos humanos, las libertades individuales, la democracia, la paz, la igualdad o la tolerancia.

Con todo, el valor negativo de D de Somers para casi todas las asociaciones estudiadas sugeriría que disminuye la mención de casi todos los valores a medida que disminuye la identidad europea de los entrevistados, aunque la asociación entre

Cuadro 2.10

UE-15 (MAYO DE 2017). VALORES QUE MEJOR REPRESENTAN A LA UNIÓN EUROPEA SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

De la lista siguiente, ¿qué valores representan mejor a la Unión Europea? (porcentajes verticales)						
	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
La paz	41,2	47,8	47,2	38,8	25,5	27,0
Los derechos humanos	34,0	42,9	37,8	33,0	19,8	15,7
La democracia	33,1	41,5	40,5	28,6	16,1	22,0
El Estado de derecho	22,8	26,5	26,0	21,8	14,4	11,6
La solidaridad, el apoyo a los demás	15,6	17,9	19,0	14,3	7,8	9,2
El respeto a la vida humana	15,4	17,1	16,8	15,2	10,6	12,5
El respeto por otras culturas	14,8	17,0	15,9	14,6	10,3	10,7
Las libertades individuales	14,3	16,9	15,6	14,5	8,7	8,9
La igualdad	11,6	13,5	12,9	11,6	6,2	8,0
La tolerancia	11,2	13,9	12,3	10,7	7,3	8,0
La realización personal	3,3	2,0	2,5	4,0	4,9	5,0
La religión	2,8	2,2	2,4	3,1	3,9	0,3
Ninguna de estas (espontáneo)	5,8	1,1	1,2	6,1	22,8	6,5
No sabe	6,3	1,9	2,9	7,3	14,2	32,0
<i>N</i>	15.751	2.147	6.229	4.806	2.232	337

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

las variables es bastante débil. En realidad, examinadas las correspondientes tablas de contingencia, lo que suele suceder es que los entrevistados que no se sienten nada unidos a la UE mencionan menos cada uno de los valores antedichos que el resto de entrevistados. A título de ejemplo, solo un 19,8% de ellos citan los derechos humanos como un valor importante para la UE, mientras que ese porcentaje supera el 33% en el resto de los grupos de identidad. Las diferencias con respecto al resto de los valores suelen ser inferiores. Por el contrario, dichos entrevistados son los que más rechazan espontáneamente elegir uno de los valores propuestos como representativo de la UE (cuadro 2.10).

La cercanía entre los países europeos según sus valores

Más o menos la mitad (51,7%) de los encuestados de la UE-15 creía que los Estados miembros de la UE estaban muy o bastante cerca entre sí en términos de los valores compartidos (cuadro 2.11). Esa creencia varía bastante según la identidad europea del entrevistado, disminuyendo su intensidad a medida que disminuye el sentimiento de unión a la UE, como refleja una *D* de Somers de 0,28. Es decir, una identificación “vertical” (Kaina y Karolewski, 2013), de los individuos con una

Cuadro 2.11

UE-15 (MAYO DE 2017). GRADO DE UNIÓN DE LOS PAÍSES DE LA UE SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

En su opinión, en términos de valores compartidos, ¿los Estados miembros de la Unión Europea están...? (porcentajes verticales)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Muy cerca unos de otros	3,3	8,6	3,1	1,8	2,5	0,9
Bastante cerca unos de otros	47,9	62,4	61,0	38,0	21,8	28,6
Bastante lejos unos de otros	34,4	23,3	28,7	45,0	39,8	23,5
Muy lejos unos de otros	7,5	3,2	3,0	7,6	24,5	2,7
No sabe	6,9	2,5	4,2	7,7	11,5	44,3
<i>N</i>	15.749	2.146	6.228	4.806	2.233	336

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

unidad política, se traduce en gran medida en una identificación “horizontal”, en la medida en que quienes más muestran una identidad europea en el primer sentido más reconocen la comunidad de valores con quienes forman parte de aquella unidad política. No deja de ser una asociación lógica. Quienes más europeos se sienten tenderán a imaginar en mayor medida que hay algo que comparten (unos valores, por ejemplo) con otros europeos, que es lo que les hace parecerse y sentirse como tales (europeos). Por el contrario, entre quienes menos unidos se sienten a la UE tiene menos sentido encontrar ese tipo de sentimientos o razonamientos, precisamente porque no reconocen tanta comunidad, por ejemplo, de valores entre los europeos. Así, entre quienes se sienten más unidos a la UE, hasta un 71% cree que los Estados miembros están muy o bastante cerca en términos de valores compartidos, mientras que solo lo cree un 24,3% de quienes no se sienten nada unidos a la UE.

■ 4.1.2. La complejidad de los sentimientos de comunidad

Factores que crean sentimientos de comunidad entre los europeos

En el Eurobarómetro 87.3 se planteó a los encuestados una reflexión acerca de los sentimientos de comunidad entre los europeos. Tenían que elegir, de una lista amplia, los temas (hasta un máximo de tres) que creaban un mayor sentimiento de comunidad entre los ciudadanos de la UE. Los temas más mencionados fueron la cultura (31,7%), los valores (25,2%) y la historia (24,6%), seguidos de cerca por los deportes, la economía y la geografía (todos ellos con porcentajes superiores al 20%) (cuadro 2.12). Los menos mencionados fueron la religión (9%) y “la sanidad, la educación y las pensiones” (10,5%). En esta ocasión, da la impresión de que los encuestados de la UE-15 tienden a mencionar más los temas más afines a

un entendimiento “culturalista” de la identidad europea, y menos, los más afines a la propuesta de entender dicha identidad, sobre todo, en términos de los valores cosmopolitas que, en principio, encarnaría la UE (véase más arriba, sección 1). De todos modos, en el *Eurobarómetro 71* (2009), al elegir los dos elementos más importantes que configuran la identidad europea, el más mencionado en la UE-27 fueron los “valores democráticos” (40,8%) y no pocos citaron la “protección social” (26,4%), si bien bastantes mencionaron la “geografía” (26,6%), la “historia común” (22,5%) y la “cultura común” (21,6%) (citado en Fuchs y Schneider, 2011). Lo cual sugiere una percepción de la identidad europea en la que importan los componentes culturalistas y los más cosmopolitas, que, obviamente, no tienen por qué estar en conflicto.

Cuadro 2.12

UE-15 (MAYO DE 2017). FACTORES QUE CREAN UN MAYOR SENTIMIENTO DE COMUNIDAD EN LA UE SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

En su opinión, de entre los siguientes temas, ¿cuáles son los que crean un mayor sentimiento de comunidad entre los ciudadanos de la Unión Europea? (respuesta múltiple; porcentajes verticales)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
La cultura	31,7	34,7	36,2	29,4	21,7	28,8
Los valores	25,2	33,9	29,9	21,9	13,1	11,6
La historia	24,6	25,8	27,0	23,8	19,9	15,1
Los deportes	22,4	22,3	21,5	23,8	23,3	14,2
La economía	20,7	28,3	24,2	18,4	10,0	13,6
La geografía	20,4	18,0	20,5	22,2	19,6	12,5
El Estado de derecho	18,2	25,6	22,4	14,8	8,3	9,2
La solidaridad con las regiones más pobres	13,1	17,6	15,3	11,0	7,4	11,3
Los idiomas	13,0	15,2	13,0	13,6	9,8	8,9
Los inventos, la ciencia y la tecnología	12,0	10,7	13,6	11,9	9,0	11,9
La sanidad, la educación y las pensiones	10,5	13,5	10,8	10,3	6,9	12,5
La religión	9,0	9,5	8,8	8,3	10,4	9,5
Ninguno, no existe ese sentimiento (espontáneo)	4,6	0,6	1,8	6,0	13,3	7,7
No sabe	3,9	1,3	2,3	4,1	7,4	23,1
Ninguno de estos (espontáneo)	1,6	0,3	0,6	1,9	5,4	0,0
Otro (espontáneo)	0,9	0,5	0,7	1,0	1,7	1,2
<i>N</i>	15.752	2.148	6.228	4.806	2.233	337

Fuente: Elaboración propia con datos del *Eurobarómetro 87.3* (mayo 2017).

He medido la asociación entre la mención de cada uno de esos temas y la identidad europea de los encuestados, pero no he descubierto asociaciones sustantivas, moviéndose la gran mayoría de las *D* de Somers obtenidos en valores absolutos inferiores a 0,05, y con solo algunas acercándose, por abajo, a 0,10. Es decir, se trataría de una reflexión apenas mediada por los sentimientos de identidad. La mayoría de los entrevistados debe de estar recurriendo a argumentos plausibles que pueden haber escuchado en la escuela o en los discursos habituales en los medios de comunicación, o que, simplemente, lo son según lo que puede dictar el sentido común en sociedades avanzadas con unos mínimos elevados de educación formal. En realidad, es difícil imaginar por qué el recurso a argumentos plausibles como los que proponen que la historia o los valores compartidos contribuyen al sentimiento de comunidad de los europeos ha de estar mediado por el grado en que se siente europeo quien recupera esos argumentos en el contexto de una encuesta.

Un contrapunto: lo común que une a la gente de un país

Acabamos de analizar cómo (no) se asocia la reflexión sobre los factores que contribuyen al sentimiento de pertenencia común de los europeos con la identidad europea, y cómo (sí) se asocia esta con el juicio acerca de lo unidos que están estos en términos de valores. Como contrapunto muestro a continuación los resultados de mi indagación respecto de la consideración que hacían esos mismos encuestados del grado en que la gente de su país tiene muchas cosas en común. Por lo pronto, como es esperable, una gran mayoría, del 76%, está totalmente de acuerdo (19%) o de acuerdo (57%) con esa afirmación, y son poquísimos los que muestran un desacuerdo total (3,4%) (cuadro 2.13).

¿Tiene, *a priori*, algo que ver este juicio con la identidad europea del encuestado? Podría tenerlo, pero en sentidos contrapuestos.

Cuadro 2.13

UE-15 (MAYO DE 2017). JUICIO SOBRE LAS COSAS EN COMÚN QUE TIENE LA GENTE DEL PROPIO PAÍS SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones?:
"la gente en [PAÍS] tiene muchas cosas en común"

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Totalmente de acuerdo	19,0	29,5	19,0	15,0	18,5	11,9
Más bien de acuerdo	57,0	53,6	61,8	58,1	44,7	57,9
Más bien en desacuerdo	16,9	13,2	14,2	19,8	22,7	11,9
Totalmente en desacuerdo	3,4	1,4	1,7	3,7	9,8	2,1
No sabe	3,6	2,3	3,4	3,4	4,3	16,3
<i>N</i>	15.750	2.147	6.228	4.806	2.232	337

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

Por una parte, podría ocurrir que los que se sienten más europeos, y reconocen en mayor medida lo común con otros europeos, creyesen, justamente por lo anterior, que lo que comparten con sus connacionales no es tan particular de ellos, sino que se parecen a fuer de europeos. Ello haría que tendiesen a no enfatizar tanto lo que les une a sus connacionales –no porque no existan esas (muchas) cosas en común, sino porque también las hay con el resto de los europeos. La imagen inversa la proporcionarían los que no se sienten nada europeos, que no albergarían ese sentimiento, precisamente, porque no se les ocurre tanto que puedan compartir con otros europeos tantas cosas como con sus connacionales.

Por otra parte, podría ocurrir que entre quienes se sienten más unidos a la UE se dé con más frecuencia la actitud o el sentimiento de apertura a los demás y reconocimiento de lo común con el otro, lo que les haría más proclives a enfatizar lo común con los demás europeos (uno de los “otros” de su país), pero también con sus connacionales (uno de los “otros” que, como individuos, tienen más cerca). La imagen inversa la proporcionarían quienes no se sienten europeos, entre los que abundarían mucho menos las actitudes antedichas.

Sea como fuere, la identidad europea apenas se asocia con el juicio acerca de si es mucho lo que une a los connacionales del propio país (D de Somers = 0,12). En cualquier caso, el acuerdo con esa idea es mayor entre los que se sienten más europeos, lo que apuntaría a un argumento (débil) del segundo tipo de los expuestos. De todos modos, esta asociación, muy moderada, ni siquiera llega a ser significativa en algunos países, y en bastantes otros es aún menos intensa que para el conjunto.

La compatibilidad de la identidad europea y la nacional

Abundando en el contrapunto planteado en el apartado anterior, considero a continuación la asociación que puede darse entre la identidad europea y la identidad nacional, una cuestión a la que, como hemos visto más arriba, la bibliografía sobre identidad europea otorga relevancia. Los datos del *Eurobarómetro 87.3* muestran claramente que no se produce una relación inversa entre ambas, de modo que cuando crece una disminuye la otra. Más bien, *grosso modo*, se observa una relación positiva, como prueba una D de Somers de 0,19 para el conjunto de la UE-15. Sin embargo, ello no implica una relación lineal clara. Como se observa en el cuadro 2.14, si nos centramos en quienes se declaran muy unidos a su propio país, alcanzan un máximo elevado (85,9%) entre quienes se declaran muy unidos a la UE, pero ese porcentaje no va cayendo a medida que los entrevistados van disminuyendo su grado de unión a la UE. Lo que ocurre es que el sentimiento de unión al propio país desciende bruscamente al comparar a quienes se sienten muy unidos a la UE con quienes se sienten, solo, bastante unidos (53,7%), y ese sentimiento se mantiene en las dos categorías restantes (48,2 y 53,4%). En todo caso, la evidencia recogida en ese cuadro muestra que no pocos (11,7% del total) combinan el sentirse muy unidos a su país y a la UE, y un 50,8% combina sentirse muy o bastante unidos a su país y la UE, de modo que para no pocos es compatible un sentimiento de cierta intensidad de pertenencia tanto a su propio país como a la UE.

Cuadro 2.14

UE-15 (MAYO DE 2017). SENTIMIENTO DE UNIÓN AL PROPIO PAÍS SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

Dígame, por favor, en qué medida se siente usted unido/a a [PAÍS] (porcentajes verticales)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Muy unido/a	56,1	85,9	53,7	48,2	53,4	39,1
Bastante unido/a	36,0	11,5	41,2	41,5	31,0	48,2
No muy unido/a	6,1	2,0	4,2	9,4	8,9	4,1
Nada unido/a	1,6	0,5	0,8	0,9	6,6	1,5
No sabe	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	7,1
<i>N</i>	15.753	2.147	6.229	4.807	2.232	338

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

Este tipo de asociación entre las dos “identidades” es bastante común en los países de la UE, como reflejan las D de Somers recogidas en el Anexo. Las excepciones son Grecia, Finlandia, Dinamarca, Irlanda y el Reino Unido, países en que ambas identidades no están asociadas. Se puede plantear una hipótesis plausible al respecto: los cuatro primeros son, a su vez, los cuatro primeros en términos del sentimiento de pertenencia a su propio país, muy elevado, por lo que es difícil que varíe entre segmentos de población definidos según casi cualquier criterio imaginable. El caso británico es distinto: podría variar el sentimiento de pertenencia al propio país, que es medio-alto, pero, simplemente, no tiene nada que ver con la identidad europea.

■ 4.2. Políticas económicas europeas y actitudes genéricas acerca del orden económico preferible

Este apartado se ocupa de los vínculos entre la identidad europea y diversas actitudes acerca de la vida económica, contemplando un grupo más relacionado con políticas económicas europeas y otro de actitudes generales acerca del orden económico preferible.

■ 4.2.1. Políticas y medidas vinculadas con la construcción europea

La moneda única

El Eurobarómetro 87.3 muestra que en mayo de 2017 un 63,5% de los encuestados de la UE-15 se mostraba a favor de una unión económica y monetaria con una moneda única, el euro, mientras que un 30,3% se mostraba en contra. Tengamos

en cuenta que esa agrupación de países incluye a tres que no pertenecen a la UEM (Suecia, Dinamarca y el Reino Unido). Si solo tenemos en cuenta a los doce países de ese grupo que sí forman parte de la UEM, el acuerdo con esta es mayor, del 72,9%. Sea como fuere, y como era esperable, la opinión acerca de la UEM sí se asocia con cierta fuerza con la identidad europea, como suele hacerlo una variedad de opiniones ligadas a las características, el funcionamiento o los fines de la UE, de las que tendremos más pruebas a continuación. El estadístico D de Somers para esta asociación es de 0,27, lo que significa que a medida que aumenta la identificación con la UE aumenta la actitud favorable a la UEM: entre los más identificados está a favor el 82,5%, porcentaje que cae hasta el 27,3% entre los nada identificados (cuadro 2.15). Se trata de una de las opiniones más definitorias de ambos grupos.

Cuadro 2.15

UE-15 (MAYO DE 2017). POSICIÓN ANTE LA UEM SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENCUESTADO

Por favor, dígame si está usted a favor o en contra de cada una de las siguientes frases: "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro" (porcentajes verticales)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
A favor	63,5	82,5	77,4	54,8	27,3	49,9
En contra	30,3	14,2	18,8	37,9	62,5	23,1
No sabe	6,2	3,3	3,8	7,3	10,1	27,0
N	15.751	2.147	6.229	4.806	2.232	337

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

La opinión sobre el euro marca diferencias de cierta sustancia según la identificación con la UE en todos los países analizados menos Luxemburgo e Irlanda. Las mayores diferencias se observan en Italia (D de Somers = 0,33), Grecia (0,29) y Francia (0,27). Y las menores en Luxemburgo (0,06), Irlanda (0,09), Bélgica (0,13) y Países Bajos (0,15). Los datos italianos, griegos y franceses quizá tengan que ver con la presencia notable de partidos populistas, de izquierdas o de derechas, en cuyos programas se ha criticado mucho la pertenencia a la eurozona, y con que, en determinados momentos de los últimos años, hayan conseguido, junto con otros factores y actores, que la pertenencia a la UEM haya ocupado un lugar central en el debate público. De este modo, la aversión o la preferencia por la UE han podido focalizarse más en uno de sus componentes centrales, el euro.

Política energética común

En mayo de 2017, una amplia mayoría (72,8%) de los encuestados de la UE-15 se mostraba a favor de una política energética común, a la que se oponía un exiguo 17,7% (cuadro 2.16). De nuevo, se trata de una opinión que se asocia positivamente con la identidad europea (son más favorables los más unidos a la UE), pero no

Cuadro 2.16

UE-15 (MAYO DE 2017). POSICIÓN ANTE UNA POLÍTICA DE ENERGÍA COMÚN SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENCUESTADO

Por favor, dígame si está usted a favor o en contra de cada una de las siguientes frases: "una política energética común entre los Estados miembros de la Unión Europea"

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
A favor	72,8	88,2	83,8	67,7	43,9	36,8
En contra	17,7	8,4	11,3	21,7	37,7	7,4
No sabe	9,5	3,4	4,9	10,7	18,4	55,8
N	15.751	2.147	6.229	4.806	2.232	337

Fuente: Elaboración propia con datos del *Eurobarómetro 87.3* (mayo 2017).

tanto como en el caso del euro (D de Somers = 0,17). Probablemente, la política energética común tiene mucho menos valor simbólico que la moneda única y, desde luego, no ha sido un objeto central en la discusión pública sobre Europa y la crisis económica, en los últimos tiempos, por lo que tampoco ha ocupado un lugar central en los programas de los partidos anti-UE.

La capacidad de la UE para defender los intereses económicos europeos

La mayoría (61,9%) de los entrevistados en el *Eurobarómetro 87.3* estuvo muy o bastante de acuerdo con la afirmación de que la UE contaba con el poder

Cuadro 2.17

UE-15 (MAYO DE 2017). CAPACIDAD ECONÓMICA INTERNACIONAL DE LA UE SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

Para cada una de las siguientes afirmaciones, por favor, dígame si está totalmente de acuerdo, más bien de acuerdo...: "la Unión Europea tiene suficiente poder y herramientas para defender los intereses económicos de Europa en la economía global"

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Totalmente de acuerdo	16,1	32,3	17,0	11,0	10,7	4,7
Más bien de acuerdo	45,8	44,9	55,4	43,5	26,1	38,2
Más bien en desacuerdo	20,7	13,6	16,6	27,6	25,5	11,2
Totalmente en desacuerdo	5,8	4,0	2,9	4,9	18,2	1,8
No sabe	11,6	5,2	8,0	12,9	19,6	44,1
N	15.750	2.147	6.228	4.806	2.232	337

Fuente: Elaboración propia con datos del *Eurobarómetro 87.3* (mayo 2017).

y las herramientas suficientes para defender los intereses económicos de Europa en la economía global. Sin embargo, una minoría apreciable, del 26,5%, se mostró en desacuerdo. El grado de acuerdo con esa afirmación también se asocia con la identidad europea, y con cierta fuerza (D de Somers = 0,23). De este modo, entre quienes se sienten más unidos a la UE abundan más los que confían, también, en su capacidad negociadora a escala mundial, que representarían un 77,2%, frente al 36,8% de quienes no se sienten unidos a la UE en absoluto (cuadro 2.17).

La UE y el estímulo de la inversión privada

También se asocia, pero en menor medida, la identidad europea con el grado de apoyo a la propuesta de usar fondos públicos europeos para incentivar la inversión privada (D de Somers = 0,16). En el conjunto de la UE-15, está de acuerdo con ello un 55,3% (y un 30,9% está en desacuerdo), pero el grado de acuerdo asciende hasta el 70% de los que se sienten muy unidos a la UE y cae hasta el 36,6% de quienes reconocen un nulo sentimiento de unión (cuadro 2.18).

Cuadro 2.18

UE-15 (MAYO DE 2017). EL ESTÍMULO COMUNITARIO DE LA INVERSIÓN PRIVADA SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

Para cada una de las siguientes afirmaciones, por favor, dígame si está totalmente de acuerdo, más bien de acuerdo...: "el dinero público debería utilizarse para estimular la inversión en el sector privado a escala de la Unión Europea"

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Totalmente de acuerdo	17,0	28,5	17,3	13,9	13,0	8,9
Más bien de acuerdo	38,3	41,5	44,6	36,5	23,6	26,6
Más bien en desacuerdo	20,8	14,3	21,0	23,7	21,6	9,8
Totalmente en desacuerdo	10,1	8,2	6,8	10,1	21,7	5,0
No sabe	13,8	7,6	10,2	15,8	20,2	49,7
<i>N</i>	15.750	2.147	6.228	4.806	2.232	337

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

Medidas de reforma del sistema financiero a escala europea

El Eurobarómetro 87.3 recoge una batería de preguntas sobre varias de las propuestas más relevantes a escala europea acerca de la solución y la prevención de una crisis financiera y de la deuda pública como la que vivimos hace unos años. Son las relativas al establecimiento de impuestos sobre las transacciones financieras, la limitación de salarios en las finanzas, el endurecimiento de las normas sobre evasión de impuestos y la creación de bonos europeos o eurobonos. Todas ellas implican una mayor intervención de la UE en la regulación del sistema financiero o un papel más protagonista de la UE en la solución de los problemas fiscales de los

Estados miembros. La última es, asimismo, una medida indirecta de la apuesta por la solidaridad (en este caso fiscal) entre los miembros de la UE, lo que suele predicarse en la bibliografía como uno de los posibles efectos de la mayor identificación con la UE³¹.

En general, el público de la UE-15 tiende a favorecer las intervenciones más directamente ligadas al sistema financiero: un 56,9% está a favor del impuesto sobre transacciones financieras, un 74,1% lo está con respecto a los límites salariales, y

Cuadro 2.19

UE-15 (MAYO DE 2017). JUICIO SOBRE DISTINTAS MEDIDAS DE REFORMA FINANCIERA SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

Pensando en la reforma de los mercados financieros mundiales, dígame por favor si está a favor o en contra de las siguientes medidas que va a tomar la Unión Europea (porcentajes verticales)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Crear un impuesto sobre transacciones financieras						
Totalmente de acuerdo	28,7	37,5	29,9	25,3	27,0	11,2
Más bien de acuerdo	28,2	28,1	33,6	26,4	18,7	16,3
Más bien en desacuerdo	17,5	14,2	17,3	21,2	14,2	12,4
Totalmente en desacuerdo	10,1	8,9	7,1	10,7	18,2	9,2
No sabe	15,5	11,2	12,0	16,4	21,9	50,9
Regular los sueldos del sector financiero (por ejemplo, las primas de los corredores de bolsa)						
Totalmente de acuerdo	43,2	53,3	43,5	41,1	39,8	24,7
Más bien de acuerdo	30,9	27,2	35,0	32,7	20,2	26,2
Más bien en desacuerdo	9,6	8,8	9,6	10,0	10,1	3,9
Totalmente en desacuerdo	4,5	4,1	3,1	3,8	10,2	4,5
No sabe	11,8	6,6	8,7	12,3	19,7	40,8
Endurecer las normas sobre la evasión de impuestos y los paraísos fiscales						
Totalmente de acuerdo	68,1	74,4	68,4	66,7	68,4	40,9
Más bien de acuerdo	21,5	20,4	24,0	22,3	13,8	21,1
Más bien en desacuerdo	3,8	2,2	3,5	4,6	4,5	4,5
Totalmente en desacuerdo	1,5	0,7	0,9	1,8	3,5	1,8
No sabe	5,0	2,4	3,2	4,6	9,8	31,8
La creación de los eurobonos (bonos europeos)						
Totalmente de acuerdo	11,6	20,1	12,6	9,5	6,8	2,7
Más bien de acuerdo	26,4	31,5	33,8	21,9	12,5	11,6
Más bien en desacuerdo	17,8	13,3	18,4	22,0	13,6	5,1
Totalmente en desacuerdo	12,7	11,1	9,1	13,1	23,6	11,0
No sabe	31,5	24,0	26,1	33,5	43,5	69,6
	15.752	2.148	6.229	4.806	2.233	336

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

³¹ Véase, entre otros, Fligstein, Polyakova y Sandholtz (2012), Jacobs y Maier (1998) y Kohli (2000).

un 89,6% acerca de la adopción de una regulación más estricta de la evasión fiscal (cuadro 2.19). En esta ocasión, la extensión del apoyo a las medidas, especialmente las dos últimas, apunta a que el grado de apoyo no tenga por qué asociarse sustancialmente con nuestro indicador de identidad europea. Así lo reflejan *D* de Somers respectivas de 0,10, 0,05 y 0,01. Ello sugiere que las perspectivas de los encuestados en estos temas están poco mediadas por su “dimensión UE”.

La que sí lo está, con cierta claridad, es la perspectiva acerca de los eurobonos, una medida que ha recibido una atención mucho mayor en la discusión europea y en las esferas públicas nacionales, la alemana en particular, y que implica, por otra parte, que los Estados miembros de la UE, y sus poblaciones, se comprometan más a la hora de compartir los riesgos derivados de los problemas fiscales de uno o varios de ellos. Por ambas razones no extraña que el grado de apoyo a la creación de eurobonos sea relativamente bajo en la UE-15, alcanzando un 38%, cifra no tan superior al 30,5% contrario. Es llamativo, además, que un 31,5% no tenga opinión al respecto, a pesar de haber sido, aparentemente, uno de los temas centrales de la discusión pública europea en los últimos años (cuadro 2.19).

Esta opinión sí se asocia sustantivamente con nuestra variable de identidad europea (*D* de Somers = 0,20), de modo que entre los más unidos a la UE es partidario de los eurobonos un 51,6%, pero solo lo es un 19,3% de quienes no se sienten nada unidos a la UE (cuadro 2.19). Es decir, los más identificados con la UE aparecerían como más solidarios con sus conciudadanos europeos, pues estarían dispuestos a que se emitiera un tipo de deuda europea que podría servir para proporcionar una financiación extra a los miembros con mayores problemas fiscales. De todos modos, esa proclividad apenas alcanza a la mitad de los muy identificados con la UE, lo que sugiere que aún queda mucho camino por recorrer en términos de la solidaridad entre los europeos, medida cuando implica sacrificios fiscales.

La asociación tiende a darse con cierta fuerza en casi todos los países que analizo, y es especialmente notable en Francia (0,33), Austria (0,34) y el Reino Unido (0,30). De nuevo coincide que se dé una asociación notable entre la identidad europea y el juicio acerca de políticas o medidas de relieve en la discusión pública en países en los que la pertenencia o el modo de pertenencia a la UE han desempeñado un papel central en las divisiones entre los partidos políticos (y entre sus seguidores). La menor asociación entre identidad y posición acerca de los eurobonos se da en España (0,10), quizá debido a que, entre quienes tienen opinión, una amplia mayoría es favorable a los eurobonos, y dicha mayoría solo se queda corta en el nivel mínimo de identidad europea.

■ 4.2.2. *Actitudes genéricas acerca del orden económico preferible*

El *Eurobarómetro 87.3* nos ofrece la oportunidad de comprobar cuánto se asocia la identidad europea con las opiniones y preferencias de los encuestados acerca de elementos básicos de la vida económica en una variedad de dimensiones, desde

la internacional a la intervención del Estado en la economía. Ninguna de las preguntas al respecto está explícitamente ligada en su redacción a políticas de la UE, lo que “libera”, hasta cierto punto, a las respuestas del “tinte” europeísta / antieuropeísta, y las hace más interesantes desde el punto de vista de la exploración de las diferencias entre los que más y los que menos se identifican con la UE, pues van más allá de asociaciones que tienden a ser esperables.

La globalización como oportunidad

La encuesta solicitó a los entrevistados que expresaran su grado de acuerdo con la idea de que la globalización es una oportunidad de crecimiento económico. Una mayoría clara (61%) estuvo de acuerdo, y muy pocos (26%) en desacuerdo (cuadro 2.20). Esta opinión se asocia sustantivamente con la variable de identidad europea, como refleja una D de Somers de 0,29. Así, está de acuerdo con la afirmación el 78,1% de los que se sienten más unidos a la UE, pero solo el 29,9% de quienes no se sienten nada unidos a ella, lo cual muestra que es una de las opiniones analizadas que más distingue a ambos grupos. También es una de las opiniones que más claramente distingue a ambos grupos en cada país de la UE-15, como muestran D de Somers que, como mucho, descienden hasta 0,17 (Bélgica) y que llegan a ascender a 0,33 (Austria), 0,34 (Francia), 0,35 (Grecia) y 0,36 (Italia). En esta ocasión no es algo que distinga tanto a los “más europeos” de los “menos europeos” en el Reino Unido (como refleja un estadístico de 0,18), probablemente porque en este país la temática de la apertura de la economía al exterior no tiene tradicionalmente el componente europeo que sí puede tener en Francia, Grecia o Italia, por ejemplo.

Cuadro 2.20

UE-15 (MAYO DE 2017). GRADO DE ACUERDO CON AFIRMACIONES ACERCA DEL ORDEN ECONÓMICO SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

Por favor, dígame en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones (porcentajes verticales)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
La globalización es una oportunidad de crecimiento económico						
Totalmente de acuerdo	18,4	37,3	20,4	12,7	8,6	6,8
Más bien de acuerdo	42,6	40,8	53,0	40,9	21,3	29,1
Más bien en desacuerdo	17,7	10,9	14,6	23,3	21,9	11,0
Totalmente en desacuerdo	8,3	3,8	3,4	8,1	26,9	6,5
No sabe	13,0	7,3	8,6	14,9	21,3	46,6
<i>N</i>	15.751	2.147	6.228	4.806	2.233	337

Cuadro 2.20 (continuación)

UE-15 (MAYO DE 2017). GRADO DE ACUERDO CON AFIRMACIONES ACERCA DEL ORDEN ECONÓMICO SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

Por favor, dígame en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones (porcentajes verticales)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
No se deben retrasar las medidas para reducir el déficit y la deuda pública en España						
Totalmente de acuerdo	30,6	39,8	28,9	28,1	33,3	22,4
Más bien de acuerdo	39,1	32,7	44,7	39,9	28,6	38,8
Más bien en desacuerdo	14,1	14,2	13,8	15,6	13,2	3,8
Totalmente en desacuerdo	4,7	4,2	3,8	4,2	9,5	0,0
No sabe	11,5	9,1	8,8	12,3	15,4	35,0
<i>N</i>	7.781	1.044	3.099	2.318	1.137	183
Las medidas para reducir el déficit y la deuda pública en España no son una prioridad por ahora						
Totalmente de acuerdo	13,1	20,9	11,0	12,3	13,7	8,4
Más bien de acuerdo	30,7	32,9	34,1	29,6	22,1	23,2
Más bien en desacuerdo	28,0	20,9	31,6	30,2	20,6	23,2
Totalmente en desacuerdo	16,3	18,0	14,1	14,3	26,8	6,5
No sabe	11,9	7,3	9,1	13,6	16,8	38,7
<i>N</i>	7.969	1.103	3.129	2.487	1.095	155
El sector privado está mejor situado que el sector público para crear nuevos puestos de trabajo						
Totalmente de acuerdo	22,2	35,5	21,4	18,7	20,9	9,5
Más bien de acuerdo	40,5	38,9	46,0	39,8	30,0	28,8
Más bien en desacuerdo	18,0	13,9	18,2	21,2	16,1	8,6
Totalmente en desacuerdo	6,3	4,3	4,5	6,0	14,0	4,2
No sabe	13,0	7,4	10,0	14,3	18,9	49,0
<i>N</i>	15.753	2.148	6.228	4.806	2.234	337
El Estado interviene demasiado en nuestras vidas						
Totalmente de acuerdo	21,8	16,7	13,1	24,7	45,8	16,1
Más bien de acuerdo	38,9	34,0	42,4	40,8	30,5	30,4
Más bien en desacuerdo	27,9	33,0	34,4	25,2	12,5	16,4
Totalmente en desacuerdo	6,3	11,5	5,8	5,0	6,1	3,9
No sabe	5,1	4,8	4,3	4,3	5,1	33,3
<i>N</i>	15.750	2.147	6.228	4.806	2.233	336

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

Políticas de equilibrio fiscal

Dos preguntas del *Eurobarómetro 87.3* nos permiten atisbar una parte de las preferencias en términos de política fiscal de los encuestados, al menos las que tienen que ver con la prioridad y la urgencia de conseguir el equilibrio en las cuentas públicas y aligerar la carga de la deuda pública. Por una parte, los entrevistados tuvieron que mostrar su grado de acuerdo con la idea de que no se debían retrasar las medidas de reducción del déficit y la deuda pública en su país; por otra, lo tuvieron que mostrar con una afirmación que planteaba una idea, en principio, similar, al establecer que las medidas para reducir déficit y deuda no eran una prioridad en ese momento. Con la primera idea se mostró de acuerdo el 69,7% (y solo un 18,8% en desacuerdo) (cuadro 2.20). Sin embargo, la opinión equivalente respecto de la segunda idea, el desacuerdo, solo alcanzó a un 44,3% (con un 43,8% de acuerdo). Que las respuestas a ambas preguntas sean tan distintas apunta a que no están tan claras las líneas de tendencia central de los encuestados de la UE-15 al respecto.

Sea como fuere, ninguna de las dos opiniones marca diferencias claras entre los encuestados según el grado de su identidad europea, como apuntan valores bajos de las D de Somers correspondientes (0,04 y 0,07, respectivamente), que lo suelen ser también cuando consideramos a cada país por separado, que incluso adoptan valores (moderadamente) negativos en algunos casos. Es decir, en la identificación con la UE no parece pesar nada la cercanía o la lejanía a una de las orientaciones básicas de política económica promovidas desde las instituciones europeas e incardinadas en los tratados, la del equilibrio presupuestario.

Lo público y lo privado

Dos preguntas más del *Eurobarómetro 87.3* nos permiten hacernos una idea del protagonismo relativo que asignan los encuestados a los sectores privado y público en la economía. Por una parte, tuvieron que mostrar su grado de acuerdo con la afirmación de que el sector privado estaba mejor preparado que el público para crear nuevos puestos de trabajo. La inclinación básica de los encuestados es favorable a la economía de mercado, pues un 62,7% se mostró de acuerdo con dicha afirmación, y solo un 24,3% estuvo en contra (cuadro 2.20). Por otra, respondieron mostrando su grado de acuerdo con la afirmación “el Estado interviene demasiado en nuestras vidas”, la cual tiene que ver, al menos parcialmente, con el grado de intervención económica estatal deseable. En este caso se mostró de acuerdo un 60,7%, pero el desacuerdo alcanzó a un 34,2% (cuadro 2.20), lo que apuntaría a una inclinación básica hacia la reducción de la intervención estatal, pero no tan nítida como la disposición a favor de la economía de mercado sugerida por la otra pregunta comentada.

La predisposición favorable al sector privado que refleja la primera pregunta apenas se asocia con el sentimiento de cercanía a la UE (D de Somers = 0,11), si bien, en todo caso, lo hace positivamente: los más cercanos a la UE favorecen al sector privado algo más que los nada cercanos a la UE. Sin embargo, la identidad europea sí presenta una asociación de cierta fuerza con la opinión acerca de la

intervención del Estado en nuestras vidas (D de Somers = $-0,20$), de modo que los “menos europeos” serían los menos partidarios de esa intervención (76,3% de acuerdo con que la intervención es excesiva) y la reticencia a esa intervención sería menor entre los “más europeos” (50,7% de acuerdo). Lo cual tendría sentido, por ejemplo, desde el punto de vista de los más euroescépticos en países como el Reino Unido, uno de cuyos argumentos centrales ha sido el de la excesiva intervención del “superestado” con que identifican a la UE en la vida de los británicos.

■ 4.3. Inmigración y extranjería: las fronteras de la(s) comunidad(es)

Un elemento fundamental en la configuración de las comunidades y de la identidad colectiva de sus miembros es la delimitación de quienes son “los otros”, es decir, los que no son miembros de la comunidad, así como lo son las actitudes básicas hacia esos otros, una cuestión que ya ha sido tratada en la bibliografía sobre identidad europea (Lucarelli, 2008; Schlenker-Fischer, 2011). En lo tocante a la identidad europea, lo esperable, para quienes se sienten más europeos, es que “el otro” o “los otros” no incluya o apenas incluya a los ciudadanos de otros Estados de la UE. Es decir, lo esperable es que se observen en ellos pocas reticencias a que esos conciudadanos europeos, a pesar de no ser connacionales, por ejemplo, accedan libremente al mercado de trabajo nacional. En esta línea, Delhey, Richter y Deutschmann (2014) hablan del apego o la cercanía a otros países europeos como un componente independiente de la identidad europea. Asunto distinto puede ser la actitud hacia quienes no forman parte de la UE. En este caso sí se trata de un “otros” claro, por lo que, en principio, no cabría esperar una actitud tan favorable, ni siquiera entre quienes más europeos se sienten. Pero puede ocurrir que la apertura hacia los otros europeos de los más identificados con la UE forme parte, en realidad, de una disposición más abierta a “los otros” en general y, por tanto, se proyecte en una actitud favorable, también, hacia los habitantes de países extracomunitarios. La cual puede reforzarse por las consecuencias que esos europeos, en concreto, extraen de su experiencia de vida en común, siquiera en la distancia, con el resto de los ciudadanos de la UE.

Estudio esas actitudes, de nuevo, con respecto a cuestiones más ligadas a la construcción europea y a cuestiones de índole más general.

■ 4.3.1. Cuestiones más ligadas a la construcción europea (ad intra y ad extra)

Sentimientos que evoca la inmigración desde fuera o desde dentro de la UE

A la altura de mayo de 2017, fecha del trabajo de campo del *Eurobarómetro* 87.3, la inmigración tendía a evocar sentimientos más bien positivos si procedía de otro país de la UE (así lo afirmaba un 62,7% de los encuestados), pero no tanto si procedía de un tercer país (42,5%; frente a un 49,6% a quien le evoca sentimientos

negativos) (cuadro 2.21). Que a un 30,3% la inmigración desde dentro de la UE le evoque sentimientos negativos es un ejemplo más del camino que queda por recorrer en términos de los sentimientos de comunidad de los europeos de la UE-15³².

Independientemente de la diferencia de opiniones acerca de los dos tipos de inmigración, con respecto a ambas la predisposición favorable aumenta sustantivamente con la intensidad de la identidad europea de los entrevistados, como muestra el valor de las respectivas D de Somers (0,33 y 0,29). Así, la inmigración desde dentro de la UE despierta sentimientos positivos en el 85,2% de quienes más unidos se sienten a la UE, pero solo en el 31,7% de quienes no se sienten nada unidos a ella, y los porcentajes respectivos si se trata de la inmigración extracomunitaria son 62,7 y 20% (cuadro 2.21). Es decir, es probable que ambas predisposiciones tengan mucho que ver entre sí³³.

La fuerza de la asociación entre la variable de identidad europea y las de actitud hacia la inmigración es notable en casi todos los países, con pocas excepciones: las de España, Bélgica y Suecia en lo tocante a la inmigración desde la UE (todos ellos con valores de D de Somers inferiores a 0,15). Destacan, por una asociación

Cuadro 2.21

UE-15 (MAYO DE 2017). OPINIÓN ACERCA DE DISTINTOS ENUNCIADOS RELATIVOS A LA INMIGRACIÓN O LA EXTRANJERÍA Y LA UNIÓN EUROPEA, SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO (PORCENTAJES VERTICALES)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Para cada una de las afirmaciones siguientes, dígame si le evoca un sentimiento positivo o negativo						
Inmigración de personas de la UE						
Muy positivo	14,1	34,9	14,4	8,8	5,7	5,0
Bastante positivo	48,6	50,3	61,5	43,1	26,0	26,7
Bastante negativo	22,2	9,9	15,9	31,8	30,9	24,9
Muy negativo	8,1	2,4	3,2	7,9	27,5	8,0
No sabe	7,0	2,5	4,9	8,4	9,9	35,3
Inmigración de personas de fuera de la UE						
Muy positivo	7,8	19,0	7,2	5,3	4,5	4,7
Bastante positivo	34,7	43,7	45,0	27,6	15,5	16,9
Bastante negativo	33,1	24,9	31,7	39,9	30,4	32,3
Muy negativo	16,5	7,1	9,3	18,4	41,4	16,9
No sabe	7,9	5,3	6,8	8,8	8,3	29,1

³² En realidad, para comprobarlo fehacientemente, necesitaríamos contar con resultados de una pregunta equivalente formulada en términos de, por ejemplo, las regiones del propio país, pero no he encontrado ninguna pregunta similar.

³³ De hecho, las respuestas a ambas preguntas presentan una asociación muy fuerte, con una D de Somers simétrica de 0,58.

Cuadro 2.21 (continuación)

UE-15 (MAYO DE 2017). OPINIÓN ACERCA DE DISTINTOS ENUNCIADOS RELATIVOS A LA INMIGRACIÓN O LA EXTRANJERÍA Y LA UNIÓN EUROPEA, SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO (PORCENTAJES VERTICALES)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Por favor, dígame si está usted a favor o en contra de cada una de las siguientes frases: "la libre circulación de ciudadanos de la UE que pueden vivir, trabajar, estudiar y hacer negocios"						
A favor	80,9	93,3	91,1	76,5	51,6	67,7
En contra	14,3	5,4	7,0	17,5	36,9	10,1
No sabe	4,9	1,3	1,9	6,0	11,6	22,3
Para cada una de las siguientes afirmaciones, por favor, dígame si cree que es algo bueno, algo malo o algo ni bueno ni malo						
El derecho de los ciudadanos de la UE a vivir en cualquier Estado miembro de la UE						
Algo bueno	73,0	90,8	83,7	66,7	41,6	60,2
Ni bueno ni malo	15,3	4,4	10,8	19,7	28,6	19,6
Algo malo	8,8	3,7	4,3	10,4	23,5	5,3
No sabe	2,8	1,1	1,3	3,1	6,4	14,8
El derecho de los ciudadanos de la UE a trabajar en cualquier Estado miembro de la UE						
Algo bueno	74,3	92,6	84,3	68,2	43,6	64,1
Ni bueno ni malo	13,8	3,5	9,7	17,9	25,6	19,0
Algo malo	9,2	3,2	4,7	10,7	24,9	6,5
No sabe	2,6	0,7	1,3	3,2	6,0	10,4
El derecho de los ciudadanos de la UE a vivir en PAÍS						
Algo bueno	70,5	90,6	81,5	63,2	37,9	57,6
Ni bueno ni malo	16,1	4,0	12,0	21,2	27,8	20,5
Algo malo	10,8	4,7	5,3	12,8	28,3	8,3
No sabe	2,6	0,7	1,3	2,7	6,0	13,6
El derecho de los ciudadanos de la UE a trabajar en PAÍS						
Algo bueno	70,4	89,9	81,1	63,9	37,9	55,7
Ni bueno ni malo	15,1	4,0	11,3	19,0	26,0	26,5
Algo malo	12,1	5,5	6,2	14,4	30,5	6,8
No sabe	2,5	0,7	1,4	2,7	5,6	11,0
Por favor, dígame si está usted a favor o en contra de cada una de las siguientes frases: "ampliaciones adicionales de la UE para incluir otros países en los próximos años"						
A favor	35,0	48,6	43,5	29,0	13,7	18,7
En contra	53,8	43,4	47,0	59,9	71,1	41,8
No sabe	11,2	8,0	9,4	11,0	15,2	39,5
N	15.751	2.147	6.228	4.806	2.233	337

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

especialmente intensa, en lo referente a la inmigración de fuera de la UE, los casos de Austria (0,40) e Italia (0,38), y no son desdeñables los de Luxemburgo (0,35), el Reino Unido (0,34), Francia (0,33) y Alemania (0,32). Y destacan, por lo mismo, en lo referente a la inmigración procedente de otros países de la UE los casos del Reino Unido (0,41), Italia (0,38), Alemania (0,36) y Francia (0,36). En realidad, tienden a coincidir, por un lado, los países en los que las asociaciones mostradas por ambas variables son altas y, por otro, los países en los que son bajas, con algunas excepciones. Ello es, en última instancia, reflejo de que los sentimientos positivos o negativos hacia ciudadanos de fuera o de dentro de la UE están muy asociados entre sí en los entrevistados.

La libre circulación de personas en la UE

Que la identidad europea, como acabamos de observar, tiene bastante que ver con las actitudes hacia los extranjeros podemos comprobarlo examinando la asociación de la primera con las actitudes hacia la libre circulación de los ciudadanos de la UE en el territorio de esta, medidas en una pregunta más general y en una batería de preguntas más específicas. En todos los casos, como se comprueba en el cuadro 2.21, cuanto más se identifica el encuestado con la UE, más favorable es a la libre circulación dentro de la UE, siendo la asociación más nítida con las preguntas más específicas (con D de Somers entre 0,22 y 0,25; frente a un valor de 0,16 en el caso de la pregunta general), probablemente porque permiten una gradación de la opinión en tres opciones, y no en dos (a favor / en contra) como la general. Solo comento una de las asociaciones, pues los comentarios valdrían, en lo fundamental, para el resto.

En general, los ciudadanos de la UE-15 son favorables a la libre circulación, como se observa en que un 73% considera algo bueno el derecho de los ciudadanos de la UE a vivir en cualquier Estado miembro de la UE. Esta opinión la sostiene el 90,8% de quienes más unidos se sienten a la UE, pero solo el 41,6% de quienes no se sienten unidos a ella en absoluto. Estas dos actitudes se asocian del mismo modo y con cierta sustancia en casi todos los países de la UE-15, con la excepción de Luxemburgo, que presenta una asociación nula (0,00), debido a que la opinión favorable a la libre circulación es abrumadoramente mayoritaria en todas las categorías de identidad, lo cual probablemente tenga que ver con que dos quintos de los encuestados en Luxemburgo ni siquiera tengan la nacionalidad luxemburguesa. En el extremo contrario destaca el Reino Unido por un valor del estadístico de 0,33, que refleja una gran distancia entre las opiniones del segmento más afín a la UE (88,7% considera buena la libre circulación) y las del menos afín (31,9%).

Una hipotética ampliación futura

La asociación entre la identidad europea y las predisposiciones más o menos favorables hacia lo foráneo se observa, por último, en otro aspecto de la construcción europea, la posibilidad de futuras ampliaciones. Por lo pronto, los encuestados (de países de la UE-15, recordemos) parecen muy poco proclives a futuras ampliaciones. Solo un 35% estaría a favor de "ampliaciones adicionales de la Unión

Europea para incluir otros países en los próximos años”, mientras que un 53,8% se mostró en contra en mayo de 2017 (cuadro 2.21). Quizá imagina esa mayoría que ya está cubierto el cupo de países europeos que pueden cumplir con claridad los requisitos para el ingreso en la UE; quizá están pensando en la incorporación de algún país candidato en particular (Turquía, por ejemplo) y les cuesta imaginar un encaje fácil con el hipotético nuevo miembro. Sea como fuere, se trata, también, de una predisposición asociada con la identidad europea. Los partidarios de admitir nuevos miembros en los próximos años alcanzan el 48,6% de quienes se sienten más unidos a la UE, pero solo son el 13,8% de quienes no se sienten nada unidos. Estas diferencias se resumen en una D de Somers de 0,18. El estadístico es especialmente elevado en países como Italia (0,33), Portugal (0,31), el Reino Unido (0,30), Grecia (0,25) y Austria (0,22), países que tienden a mostrar asociaciones elevadas entre la identidad europea y la inmigración.

■ 4.3.2. Cuestiones más generales

Por lo estudiado en el apartado anterior, no ha de extrañar que la identidad europea se asocie con actitudes sobre lo foráneo que no están vinculadas directamente a asuntos europeos.

La contribución de los inmigrantes al propio país

Hasta un 52,9% de los encuestados de la UE-15 está de acuerdo con que los inmigrantes contribuyen mucho al país del entrevistado, un porcentaje algo supe-

Cuadro 2.22

UE-15 (MAYO DE 2017). OPINIONES SOBRE INMIGRANTES Y REFUGIADOS SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones?
(porcentajes verticales)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Los inmigrantes contribuyen mucho a [PAÍS]						
Totalmente de acuerdo	14,5	27,2	15,6	10,2	9,7	6,2
Más bien de acuerdo	38,4	45,4	47,3	32,6	20,3	29,7
Más bien en desacuerdo	26,2	18,3	23,6	34,0	25,3	17,2
Totalmente en desacuerdo	13,8	5,6	6,5	15,8	37,4	13,9
No sabe	7,2	3,5	7,0	7,4	7,3	32,9
[PAÍS] debería ayudar a los refugiados						
Totalmente de acuerdo	24,5	43,8	26,8	17,9	15,3	13,1
Más bien de acuerdo	48,4	45,0	55,5	49,6	31,6	34,5
Más bien en desacuerdo	13,7	6,9	10,6	17,8	19,4	19,0
Totalmente en desacuerdo	7,8	1,9	3,1	8,3	25,8	5,4
No sabe	5,6	2,4	4,1	6,4	8,0	28,0
N	15.751	2.147	6.229	4.806	2.233	336

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

rior al que manifiesta su desacuerdo (40%) (cuadro 2.22). Claramente, cuanto más intensa es la identidad europea del encuestado, más se mantiene una opinión positiva al respecto, como refleja una D de Somers de 0,28. Así, entre quienes se sienten más europeos, abunda el acuerdo con que los inmigrantes contribuyen mucho (72,6%), que es mínimo entre quienes no se identifican con la UE (29,9%). Esta asociación es común, con distinta intensidad, a casi todos los países de la UE15, con la excepción de Suecia (que presenta un estadístico bastante bajo, de 0,08).

Nuestro país debería ayudar a los refugiados

La misma asociación se observa si se trata de un segmento especial de los inmigrantes, los refugiados, cuya llegada masiva hace unos años procedentes de zonas de guerra en Oriente Próximo provocó un intenso debate a escala de la UE. Por lo pronto, entre los encuestados de la UE-15 predomina una predisposición genérica a ayudar a los refugiados, pues un 72,9% estuvo de acuerdo en mayo de 2017 con la idea de que el propio país debería ayudarles (cuadro 2.22). Quienes se sienten más europeos destacan por su elevada proclividad a esa ayuda (88,8%) y quienes no se identifican con la UE por lo contrario (46,9%). Como en el caso anterior (contribución de los inmigrantes), la asociación entre ambas variables tiene cierta sustancia (D de Somers = 0,26). De nuevo, esta asociación es común, con intensidad variable, a casi todos los países de la UE-15, con la excepción de Suecia (0,09).

Recapitulación sobre la relación entre identidad europea y actitudes hacia los extranjeros

A modo de recapitulación de los hallazgos relativos a la asociación entre la identidad europea y las actitudes hacia los extranjeros (de fuera y de dentro de la UE) he llevado a cabo un análisis un tanto más complejo que, de todos modos, no aspira a grandes certezas estadísticas, sino a resumir lo visto más arriba en los análisis bivariados. He utilizado la técnica del análisis factorial de componentes principales para descubrir un factor común a las respuestas a 7 de las preguntas utilizadas³⁴. Hemos prescindido de 3 de la serie de 4 preguntas acerca del derecho de los ciudadanos de la UE a vivir o trabajar en otro país de la UE, manteniendo solo la que se refiere al derecho que tienen a trabajar en el país del entrevistado. En el cálculo acaban quedando fuera los casos en que en las parejas correspondientes de variables tenidas en cuenta en el análisis hay al menos una respuesta “no sabe”³⁵. Para el resto, se obtiene un único factor que “explica” el 47,7% de la varianza, y cuya correlación es alta (superior al 70%) con cuatro de las seis variables, quedando como menos relevantes la opinión genérica sobre la libre circulación y la actitud hacia la ampliación de la UE a terceros países. Hemos agrupado las puntuaciones

³⁴ Se trata de un análisis factorial de componentes principales, sin rotación, basado en el análisis de la matriz de correlaciones. La extracción de factores sigue el criterio de contar con autovalores mayores que 1, y tras un mínimo de 25 iteraciones para la correspondencia. Se excluyen los valores perdidos por parejas. Las puntuaciones se archivan según el método de regresión.

³⁵ Los casos perdidos representan un 25,7% del total según la ponderación UE-15.

de dicho factor en cinco categorías de tamaño similar (20% de los casos) y hemos relacionado la variable correspondiente con la identidad europea, obteniéndose un D de Somers bastante elevado, de 0,39. En el cuadro 2.23 se recoge dicho valor para la asociación de dichas variables en las muestras de cada país.

Como puede observarse, el estadístico adopta valores elevados en las muestras de Portugal, Italia, Reino Unido, Alemania y Austria. Parece, por tanto, que en estos países la identidad europea está especialmente relacionada con las actitudes hacia los extranjeros, sean o no ciudadanos de la UE, bastante favorables entre quienes más se identifican con la UE y mucho menos entre quienes menos se identifican con ella. Este es, probablemente, uno de los hallazgos más sólidos en esta investigación.

Cuadro 2.23

ASOCIACIÓN DE LA VARIABLE RESUMEN DE LAS ACTITUDES HACIA LOS EXTRANJEROS Y LA IDENTIDAD EUROPEA: VALORES DE D DE SOMERS

Total	0,39
Portugal	0,53
Italia	0,48
Reino Unido	0,48
Alemania	0,43
Austria	0,41
Francia	0,38
Luxemburgo	0,35
Grecia	0,35
Dinamarca	0,32
Bélgica	0,30
Países Bajos	0,30
Finlandia	0,30
Irlanda	0,29
España	0,20
Suecia	0,20

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

■ 4.4. Relaciones exteriores de la UE

A continuación exploro muy someramente la vinculación entre la identidad europea y las predisposiciones a aceptar que la UE tenga posiciones comunes en lo tocante a sus relaciones exteriores. Es decir, en relación con los aspectos que más acercarían a una entidad política como la UE a una formación política estatal.

Lo examino en tres ámbitos: política exterior, política de defensa y política migratoria. Lo esperable es que cuanto más intensa sea la identificación con la UE, más proclive se sea a aceptar políticas comunes en todos esos campos, tal como, efectivamente, ocurre.

Política exterior común

Entre los encuestados de la UE-15 hay muchos partidarios de una política exterior común, como sugiere el que casi dos tercios (65,3%) estuvieran en mayo de 2017 a favor de dicha política para los 28 Estados miembros de la UE, y que solo estuviera en contra un cuarto (25,2%). El apoyo a esa política exterior común aumenta con la intensidad de la identidad europea, de modo que los que se sienten más europeos muestran un apoyo muy elevado (82,5%) y quienes no se sienten nada europeos lo muestran muy bajo (33,3%) (cuadro 2.24). La fuerza de la asociación entre ambas variables es destacable (D de Somers = 0,22), especialmente en Portugal (0,33), Reino Unido (0,27), Italia (0,26) y Finlandia (0,26), pero es mínima en países como Alemania (0,11).

Cuadro 2.24

UE-15 (MAYO DE 2017). POSTURA ACERCA DE CONVERTIR EN COMUNITARIAS LAS RELACIONES EXTERIORES DE LOS MIEMBROS DE LA UE, SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

¿Qué opina sobre cada una de las siguientes afirmaciones? Por favor, dígame si está usted a favor o en contra de cada una de las siguientes frases (porcentajes verticales)

	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea						
A favor	65,3	82,6	77,8	58,5	33,3	32,3
En contra	25,2	13,0	16,8	30,8	49,9	15,4
No sabe	9,5	4,4	5,3	10,7	16,8	52,2
Una política de seguridad y defensa común entre los países miembros de la Unión Europea						
A favor	74,6	88,7	85,3	69,2	46,1	51,3
En contra	18,3	8,7	11,0	22,7	39,7	8,0
No sabe	7,2	2,6	3,6	8,1	14,3	40,7
Una política europea común sobre migración						
A favor	71,8	87,2	82,6	65,8	43,4	46,3
En contra	21,3	9,7	13,7	26,2	44,0	16,9
No sabe	6,9	3,0	3,7	8,0	12,6	36,8
N	15.751	2.147	6.228	4.806	2.233	337

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

Defensa común

También hay muchos partidarios de una política de seguridad y defensa común, pues un 75,1% estaba a favor de esa propuesta en mayo de 2017 (y solo un 18,5% estaba en contra) (cuadro 2.24). De nuevo, el apoyo a esta política común aumenta con la intensidad de la identidad europea, distinguiéndose claramente los muy unidos a la UE de los que no se sienten nada unidos (88,8 y 46,1% a favor, respectivamente). La fuerza de la asociación entre ambas actitudes es apreciable (D de Somers = 0,17), aunque no muy intensa, y varía bastante de un país a otro, con las intensidades mayores en Austria (0,23) y el Reino Unido (0,23).

Política migratoria común

Por último, una mayoría clara de los encuestados (71,8%) se muestra favorable a una política europea común sobre migración, y son muy pocos (21,3%) los contrarios (cuadro 2.24). A pesar de que la opinión esté muy concentrada en una de las dos opciones, se asocia con cierta sustancia (D de Somers = 0,19) con la identidad europea, de tal modo que los partidarios ascienden al 87,1% de los que se sienten muy unidos a la UE, pero solo al 43,4% de los que no se sienten nada unidos a ella (cuadro 2.24).

La fuerza de la asociación varía moderadamente de un país a otro, destacando por intensidades algo mayores los casos del Reino Unido (0,27), Portugal (0,25), Finlandia (0,24) y Austria (0,24), así como España, por poca asociación (0,07). Los casos británico, finlandés y austríaco tendrían sentido en tanto que coinciden en los partidos euroescépticos actitudes contrarias a la UE con actitudes de fuerte reserva acerca de la inmigración, por lo que es esperable que entre los afines a esos partidos se dude de la conveniencia de una política migratoria común y se prefiera que esa competencia la “retengan” los Estados. Que en España la asociación sea, prácticamente, inexistente también puede entenderse, pues quienes en la clase política defendieron hace unos años posturas anti-UE, sin embargo, no han mantenido posturas antiinmigración. El caso portugués no es tan fácil de entender sin un conocimiento más profundo del país.

■ 4.5. El rumbo de los acontecimientos

Para finalizar, exploro una última idea acerca de la identidad europea, que la vincula no con los significados de la UE, o con aspectos particulares de la construcción europea, o con la orientación de ciertas políticas públicas, sino con una cuestión más general, relativa a la marcha general de los acontecimientos y a la medida en que los individuos se sienten acompañándola o dejados de lado. La idea es que esa marcha general, es decir, los distintos procesos de construcción europea y las grandes decisiones al respecto o, simplemente, las grandes decisiones de aplicación de las políticas europeas pueden aparecer, a los ojos de una parte de los europeos, como fenómenos o decisiones lejanas, adoptados por elites desconectadas de la gente del común o que ocurren impulsados por fuerzas que

esas gentes no acaban de comprender. De este modo, que no se extiendan más los sentimientos de pertenencia común europea también podría tener que ver con la sensación de algunos o muchos de que se van quedando al margen del rumbo general de las cosas, bien cognitivamente, bien en su nivel de vida, bien porque sus incertidumbres no se reducen. En cierta medida, contraste uno de los elementos centrales de la propaganda de los partidos populistas (y euroescépticos) en Europa, que dicen de sí mismos que representan a esos que van siendo dejados de lado. Además, contraste la idea ya considerada según la cual la identificación con la UE tiene un componente coyuntural, especialmente, creo, en quienes no forman parte del núcleo duro de ciudadanos identificado con dicha organización. Ese componente coyuntural está relacionado, en buena medida, con la variación en la identidad europea de quienes más pueden verse afectados por la coyuntura económica.

En el *Eurobarómetro 87.3* encontramos tres preguntas que permiten aportar algunas sugerencias al respecto.

Sensación de orientación o desorientación

A escala de la UE-15, un 71,3% estaba en mayo de 2017 de acuerdo con la afirmación “usted entiende bien lo que pasa en el mundo actual”, pero un 26,2%

Cuadro 2.25

UE-15 (MAYO DE 2017). OPINIONES SOBRE EL RUMBO GENERAL DE LOS ACONTECIMIENTOS, SEGÚN LA IDENTIDAD EUROPEA DEL ENTREVISTADO

¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones? (porcentajes verticales)						
	Total	Muy unido/a	Bastante unido/a	No muy unido/a	Nada unido/a	No sabe
Usted entiende bien lo que pasa en el mundo actual						
Totalmente de acuerdo	19,6	31,8	19,2	14,9	21,1	8,6
Más bien de acuerdo	51,7	53,1	57,2	51,1	39,0	34,2
Más bien en desacuerdo	19,9	10,6	18,3	25,3	21,1	22,0
Totalmente en desacuerdo	6,3	3,0	3,3	6,9	15,8	13,7
No sabe	2,4	1,4	2,0	1,9	3,0	21,4
En general, en lo que respecta a su calidad de vida, era mejor antes						
Totalmente de acuerdo	20,2	14,8	14,1	21,0	41,7	15,5
Más bien de acuerdo	30,7	22,1	31,9	34,5	26,6	37,8
Más bien en desacuerdo	30,1	34,4	35,1	29,3	14,6	22,3
Totalmente en desacuerdo	11,3	23,7	11,3	7,4	8,5	5,4
No sabe	7,7	5,0	7,6	7,8	8,6	19,0
Usted confía en el futuro						
Totalmente de acuerdo	20,7	41,5	23,5	13,1	11,1	9,2
Más bien de acuerdo	47,3	44,5	55,9	46,2	28,1	47,3
Más bien en desacuerdo	20,4	10,8	15,0	27,3	29,5	23,4
Totalmente en desacuerdo	8,0	1,6	2,9	9,4	25,2	8,0
No sabe	3,6	1,6	2,7	4,0	6,0	12,1
N	15.752	2.146	6.229	4.805	2.234	338

Fuente: Elaboración propia con datos del *Eurobarómetro 87.3* (mayo 2017).

estaba en desacuerdo con ella (cuadro 2.25). Los datos sugieren que no predomina, hoy, una sensación de desorientación, sino, más bien, lo contrario. Con todo, la desorientación aumenta a medida que la identificación con la UE disminuye, si bien lo hace moderadamente, como muestra una D de Somers de 0,15 y el que el acuerdo con la frase antedicha sea bastante amplio tanto en los muy identificados (84,9%) como en los nada identificados (60,2%). En realidad, las diferencias son menores en bastantes países.

Nostalgia por el pasado (reciente)

Son muchos los encuestados de la UE-15 que en el *Eurobarómetro 87.3* expresaban indirectamente una cierta nostalgia por los tiempos mejores del pasado, que para ellos lo fueron, al menos en términos materiales. Un 50,9% se muestra de acuerdo con la afirmación de que su calidad de vida era mejor antes, si bien un 41,6% se expresa en desacuerdo (cuadro 2.25). Los primeros pueden estar pensando en un “antes” no muy lejano, meramente anterior a la última crisis, o en un “antes” más lejano. Probablemente sea lo primero, pues los porcentajes mayores de acuerdo se dan en países que han sufrido especialmente esa crisis, tales como Grecia (93,2%), Italia (73,4%), Portugal (66,9%) o España (65,3%), y los más bajos, en países con crisis menos graves, como Dinamarca (21,9%), Países Bajos (22%) o Suecia (28,3%).

En cualquier caso, se trata de un juicio que se asocia con cierta claridad con la identidad europea (D de Somers = -0,22), coincidiendo más con la idea de que la calidad de vida era mejor en el pasado el segmento nada identificado con la UE (68,3%), y menos el más unido a esta (36,8%). La asociación es especialmente notable en Alemania (D de Somers = -0,27), pero apenas existe en una colección amplia de países (Luxemburgo, Dinamarca, Grecia, Bélgica y Finlandia, con estadísticos entre -0,10 y 0).

Confianza en el futuro

La hipótesis acerca de la relación entre la sensación de ir quedando al margen del rumbo general de las cosas y el sentimiento de pertenencia a la UE encuentra más apoyo si tenemos en cuenta una pregunta acerca de la confianza que tienen los encuestados en el futuro. En el conjunto de la UE-15, un 68,3% está de acuerdo con el enunciado “usted tiene confianza en el futuro”, y solo un 28,3% está en desacuerdo (cuadro 2.25). Al asociar estas respuestas a la identidad europea obtenemos una D de Somers notable, de 0,30, que apunta a que aumenta la confianza en el futuro con la intensidad de la identidad europea (o viceversa, claro, pues no estoy planteando ningún argumento de causalidad). De este modo, entre los más unidos a la UE los confiados alcanzan el 86%, porcentaje que desciende al 39,2% de quienes no se sienten unidos a la UE en absoluto.

En todos los países se produce esa asociación, pero destacan, por la intensidad de aquella, Italia (0,44), Austria (0,38), Portugal (0,37) y Francia (0,36).

■ 5. LAS IMPLICACIONES DE LA IDENTIDAD EUROPEA: CONTROLANDO FACTORES INTERVINIENTES

En esta última sección muestro en qué medida las asociaciones más sustantivas entre la identidad europea y las diversas opiniones analizadas más arriba se mantienen al tener en cuenta otras características y opiniones de los entrevistados que pueden estar relacionadas a la vez con su identidad europea y con aquellas opiniones. Entre las variables con asociaciones claramente sustantivas con la identidad europea tendremos en cuenta las siguientes, que cubren todos los aspectos tratados en la sección anterior: el que la frase “con visión de futuro” refleje mejor o peor la idea que se tiene de la UE; el grado en que se cree que los europeos comparten valores; estar a favor o en contra del euro; considerar o no a la globalización como una oportunidad para el crecimiento; los sentimientos que evoca la inmigración de personas de otros Estados miembros de la UE o de fuera de la UE; estar a favor o en contra de una política exterior común para la UE; y el grado de confianza en el futuro.

El *Eurobarómetro 87.3* contiene un conjunto de preguntas que revelan características y opiniones de los encuestados que pueden estar plausiblemente asociadas tanto con la identidad europea como a las opiniones que tengo en cuenta, tal y como revela la bibliografía sobre el tema³⁶. Estas son las siguientes: el nivel de estudios; el grado en que se tienen experiencias de vida ligadas al extranjero (visitas, lecturas en un idioma distinto del materno, relaciones con personas de fuera, etc.); el nivel socioeconómico (ingresos, clase social); la sensación de estar quedándose al margen de los asuntos públicos o no; los juicios sobre la situación de la vida económica del propio país; el interés por la política; y la autoubicación ideológica. Asimismo, tendré en cuenta el país de residencia del entrevistado, pues ya sabemos (sección 2) que el grado de identificación europea puede variar bastante de un país a otro.

Un breve recordatorio de los condicionantes de la identidad europea con los datos del Eurobarómetro 87.3

A título de ilustración y recordatorio, y aunque no sea el objeto principal del análisis, muestro a continuación cómo se asocian esas características u opiniones con la identidad europea de los entrevistados. Los cruces al respecto se encuentran en el Anexo 2. Por lo pronto, hay que recordar que un 53,2% de la muestra de la UE-15 se siente muy o bastante unido a la UE.

La medida indirecta del nivel de estudios (la edad en que se finalizaron los estudios a tiempo completo) contenida en el *Eurobarómetro* sirve, de todos modos, para confirmar algo conocido en los estudios sobre los condicionantes de la identidad europea, esto es, que se asocia con el nivel educativo. Esto podría deberse a que los más educados formalmente son más capaces de hacerse cargo de la existencia de comunidades de referencia más alejadas de la experiencia cotidiana que la localidad, la región o el propio Estado (Mitchell, 2015, siguiendo a Inglehart)³⁷. En

³⁶ Véase, por todos, Hooghe y Verhaegen (2017).

³⁷ Véase también Fligstein (2008).

este caso, queda bastante claro que quienes cuentan con menos estudios, es decir, quienes acabaron su educación a tiempo completo antes de los 16 años, presentan un porcentaje de muy o bastante unidos a la UE inferior al del resto (38,7% frente a un rango entre 51 y 64%), a excepción de los que declaran no haber estudiado, un porcentaje ínfimo de la muestra.

También encaja con la bibliografía sobre la identidad europea el que ese porcentaje sea mayor entre quienes más contacto de uno u otro tipo tienen con lo extranjero, no limitándose a contactos directos fuera del propio país, sino a prácticas domésticas transnacionales (Fernández, Eigmüller y Börner, 2016). Así, lo es entre quienes han visitado alguna vez otro país de la UE en el último año (entre 60,5 y 66,3%, frente al 44,3% de quienes no lo han hecho); entre quienes leen en idiomas foráneos (alrededor de dos tercios frente a menos de la mitad de quienes no lo hacen); entre quienes han establecido relaciones sociales con gente de otro país de la UE (alrededor de tres quintos, frente a cerca de dos quintos para quienes no lo han hecho); entre quienes ven televisión en idiomas foráneos (con diferencias similares a la anterior); e, incluso, entre quienes compran productos fuera de su país a través de Internet.

Menos obvia es la asociación entre las condiciones de vida material y la identificación con la UE, aunque hay estudios sobre la asociación positiva entre los beneficios (materiales, se entiende) percibidos de la integración europea y la identidad europea (Verhaegen, Hooghe y Quintelle, 2014). Mi hipótesis es que la identificación con la UE será más fácil para quienes tienen una vida más acomodada, en la medida en que pueden percibir que el orden de cosas establecido, y las instituciones (vistas como) encargadas de dicho orden, son, hasta cierto punto, responsables de que la vida “les vaya bien” (o no tanto). Quienes llevan una vida material menos fácil tenderán con más probabilidad a sentirse dejados de lado por el Estado (o el gobierno) y otras instituciones responsables de ese orden de cosas, incluyendo la Unión Europea. Obviamente, no tiene por qué asociarse esa sensación con el nivel absoluto de bienestar material. De hecho, como he comentado más arriba, es plausible que lo relevante sea el nivel relativo percibido en comparación con los demás miembros de una sociedad. Por una razón u otra, quienes reconocen tener más dificultades financieras en su hogar muestran el menor apego a la UE (28,7%) y el máximo lo refieren quienes tienen menos dificultades (63,5%). De igual modo, el menor apego se da entre quienes se ven de clase trabajadora (41,9%), y el mayor, entre quienes se ven de clase media-alta (65,5%) o alta (64,7%).

Cabe plantear un argumento paralelo en términos de la percepción de las condiciones de vida material del país del entrevistado. De hecho, quienes creen que la situación de la economía nacional es muy buena presentan un grado de identificación muy alto con la UE (74,2%), que duplica a la identificación que expresan quienes creen que es muy mala (34,8%).

Por sí misma, la sensación de sentirse dejados de lado por la clase política también se asocia con la identidad europea. Al menos así interpreto el grado de

acuerdo con la afirmación de que la voz del entrevistado cuenta en su país, un indicio de lo que algunos autores llaman “eficacia política” (McEvoy, 2016)³⁸. Los que menos sienten que su voz cuenta se identifican poco con la UE (27,7%), y los que más creen que se tiene en cuenta su voz son, con mucha diferencia, los más identificados (69,2%).

La predisposición a implicarse en los asuntos públicos también debería asociarse positivamente con la identidad europea, si bien no necesariamente como causa de la segunda, sino, más bien, como parte de una suerte de predisposición favorable, por razones diversas, a las comunidades a las que se pertenece. Esa predisposición puede llevar una mayor identificación con esas comunidades, pero también a ocuparse o, al menos, a interesarse por los asuntos o problemas de aquellas. En la encuesta que nos ocupa, el grado de interés por la política, medido indirectamente por la frecuencia de conversaciones sobre asuntos de política nacional, se asocia positiva y sustantivamente con la identificación con la UE.

Por último, tengo en cuenta la autoubicación ideológica del entrevistado, pues, al menos en tiempos recientes, cabrá esperar una menor identificación con la UE en el segmento situado más a la derecha del espectro político, en la medida en que la gran mayoría de los partidos euroescépticos, y sus votantes, tienden a situarse ahí. Efectivamente, entre los entrevistados que se sitúan en los puntos 9 a 10 de la escala del 1 (izquierda) al 10 (derecha), el nivel de identificación con la UE es claramente inferior (30,9%) al del resto de categorías.

Los cuadros del Anexo 2 muestran que, en buena medida, las asociaciones de las variables que acabamos de considerar con la identidad europea también las presentan con las opiniones asociadas sustantivamente con la identidad.

Las implicaciones de la identidad europea: controlando características y opiniones de los entrevistados

Para comprobar el grado en que la identidad europea se asocia sustantivamente con las opiniones antedichas, aun controlando la posible influencia de variables como las consideradas en el apartado anterior, he construido modelos de regresión logística con las siguientes características. Las variables dependientes son cada una de esas opiniones transformadas en variables dicotómicas. Por ejemplo: quienes creen que la frase “con visión de futuro” describe muy o bastante bien la idea que tienen de la UE (valor 1) frente a quienes tienen una opinión distinta (valor 0). En el primer modelo para cada variable dependiente tan solo exploro la influencia de la identidad europea, transformada en tres variables dicotómicas según sea el grado de unión a la UE declarado (mucho, bastante o no mucho), que tendrían como grupo de comparación al resto de los encuestados. En el segundo modelo añado covariables de control construidas como variables dicotómicas a partir de las

³⁸ En su estudio la variable construida a partir de esa misma pregunta aplicada a la UE tiene efectos propios, positivos, en el apoyo a la UE, más allá de las percepciones de la situación económica propia o del país del entrevistado.

características y opiniones tratadas en el apartado anterior (véase su construcción en el Anexo 3). En el cuadro 2.26 recojo los resultados principales de dichas regresiones en la forma de las razones de oportunidad u *odds ratios* correspondientes a las tres covariables de identidad (el detalle, en el Anexo 4). Veamos el significado de las *odds ratios* con un ejemplo. Siendo la variable dependiente el pensar que la frase “con visión de futuro” describe bien la idea que se tiene de la UE, que la *odd ratio* de sentirse muy unido a la UE sea de 12,41 indica que la probabilidad de que se dé esa condición (que la frase “con visión de futuro” describa muy/bastante bien la idea que se tiene de la UE) en ese segmento multiplica por 12,41 la probabilidad de que se dé entre quienes no se sienten nada unidos a la UE o no responden a la pregunta.

Como se ve en el cuadro 2.26, los modelos “sin controles”, en los que solo se tienen en cuenta las covariables de identidad, “explican” proporciones sustantivas de la varianza de las variables “dependientes”. Así lo muestran los valores de la R^2 de Nagelkerke. También se observa cómo esa capacidad explicativa aumenta claramente en los segundos modelos, “con controles”, pues siempre se incrementa, bastante, el valor de R^2 .

En los modelos con controles caen claramente las *odds ratios* de las covariables de identidad, pero siguen siendo notables y significativas estadísticamente, y siguen “explicando” proporciones no desdeñables de la varianza, que van desde un 3 a un 8%. Estas proporciones son mayores respecto de las opiniones más directamente ligadas con políticas de la UE (política exterior común, unión monetaria) o descripciones de la UE (frase que refleja la idea que se tiene de ella), y menos con las menos ligadas con la UE (actitud hacia la globalización, confianza en el futuro). Sin embargo, incluso con respecto a estas últimas, las *odds ratios* correspondientes a quienes más se identifican con la UE siguen siendo notables, de 4,17 en el caso de la actitud hacia la globalización y de 3,57 en el caso de la confianza en el futuro.

Cuadro 2.26

LA IDENTIDAD EUROPEA Y DIVERSAS OPINIONES: MODELOS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA (*)

	Odds ratio (**)	
	Sin controles	Con controles (***)
Variable "dependiente": la frase "con visión de futuro" describe muy/bastante bien la idea que tiene de la UE		
Se siente muy unido/a a la UE	12,41	7,76
Se siente bastante unido/a a la UE	7,59	4,95
Se siente no muy unido/a a la UE	2,53	1,99
R^2 de Nagelkerke	0,19	0,26
Aportación de las variables de identidad a la R^2		0,08

Cuadro 2.26 (continuación)

LA IDENTIDAD EUROPEA Y DIVERSAS OPINIONES: MODELOS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA (*)

	Odds ratio (**)	
	Sin controles	Con controles (***)
Variable "dependiente": en términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros		
Se siente muy unido/a a la UE	7,34	4,44
Se siente bastante unido/a a la UE	5,35	3,33
Se siente no muy unido/a a la UE	1,99	1,47
R ² de Nagelkerke	0,14	0,23
Aportación de las variables de identidad a la R ²		0,06
Variable "dependiente": está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"		
Se siente muy unido/a a la UE	10,87	6,83
Se siente bastante unido/a a la UE	7,89	5,39
Se siente no muy unido/a a la UE	2,79	2,22
R ² de Nagelkerke	0,18	0,32
Aportación de las variables de identidad a la R ²		0,07
Variable "dependiente": está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"		
Se siente muy unido/a a la UE	8,01	4,17
Se siente bastante unido/a a la UE	6,23	3,66
Se siente no muy unido/a a la UE	2,61	1,96
R ² de Nagelkerke	0,14	0,28
Aportación de las variables de identidad a la R ²		0,04
Variable "dependiente": le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"		
Se siente muy unido/a a la UE	12,42	5,92
Se siente bastante unido/a a la UE	6,80	3,88
Se siente no muy unido/a a la UE	2,33	1,75
R ² de Nagelkerke	0,18	0,30
Aportación de las variables de identidad a la R ²		0,06
Variable "dependiente": le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"		
Se siente muy unido/a a la UE	6,64	3,53
Se siente bastante unido/a a la UE	4,32	2,59
Se siente no muy unido/a a la UE	1,94	1,44
R ² de Nagelkerke	0,11	0,24
Aportación de las variables de identidad a la R ²		0,03

Cuadro 2.26 (continuación)

LA IDENTIDAD EUROPEA Y DIVERSAS OPINIONES: MODELOS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA (*)

	Odds ratio (**)	
	Sin controles	Con controles (***)
Variable "dependiente": está a favor de "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"		
Se siente muy unido/a a la UE	9,54	6,24
Se siente bastante unido/a a la UE	7,07	5,02
Se siente no muy unido/a a la UE	2,83	2,35
R ² de Nagelkerke	0,16	0,24
Aportación de las variables de identidad a la R ²		0,07
Variable "dependiente": está total o más bien de acuerdo con la afirmación "usted confía en el futuro"		
Se siente muy unido/a a la UE	8,64	3,57
Se siente bastante unido/a a la UE	5,45	2,72
Se siente no muy unido/a a la UE	2,06	1,42
R ² de Nagelkerke	0,14	0,36
Aportación de las variables de identidad a la R ²		0,03

Notas: (*) En el caso de la variable "independiente", el grupo de referencia son los que contestan "nada unido/a a la UE" o no contestan; en el caso de las variables "dependientes", son el resto de los encuestados en cada caso. (**) Todos los coeficientes son significativos a un nivel de 0,001. (***) Véase Anexo 4.

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3.

En definitiva, los resultados de las regresiones logísticas sugieren que la identificación con la UE probablemente mantiene asociaciones con las opiniones que venimos estudiando más allá de características del entrevistado que hacen más probable que muestre aquella identificación y estas opiniones. Lo cual puede interpretarse como que la afinidad con la UE (o con Europa) comporta un conjunto de actitudes más allá de las características de quienes comparten esa afinidad o esas actitudes, y aunque la asociación entre dicha afinidad y dichas actitudes es moderada, una vez tenida en cuenta una colección de variables de control, no es en absoluto desdeñable.

■ CONCLUSIONES

Concluyo el trabajo resumiendo e interpretando los hallazgos principales de la investigación.

■ Evolución de la identidad europea

Con respecto a la evolución de la identidad europea medida en encuestas como el *Eurobarómetro*, la consideración conjunta de los seis indicadores elaborados lleva a una conclusión clara: es improbable que, desde principios de los años setenta hasta hoy, se haya dado una variación sustantiva neta en los niveles de identificación con Europa o la UE en los países considerados, esto es, los que forman parte de la UE-15. Entremedias se observan ascensos y descensos, normalmente vinculados a las fases del ciclo económico, más acusados en unos países que en otros. Lo son más en los países del sur de Europa, quizá porque atraviesan fases más diferenciadas y/o porque priman más en ellos las consideraciones instrumentales en la identificación con la UE.

Tampoco se observa una tendencia a la convergencia entre los países estudiados, que siguen mostrando niveles medios de identidad europea bastante distintos. Sin embargo, cómo queden en las correspondientes clasificaciones de países depende hasta cierto punto del indicador de identidad utilizado.

En cualquier caso, la extensión de los segmentos del público con identidad europea tampoco se ha reducido, lo que quizá habría que registrar en el haber de la integración europea, a pesar de las previsiones más optimistas del enfoque estructuralista o el culturalista.

Ambos enfoques han iluminado las sugerencias que el trabajo extrae de la descripción de transformaciones sociales, económicas o políticas que podrían haber auspiciado cambios en la identidad europea.

Desde el punto de vista estructuralista o funcionalista, que enfatiza como factores de formación de dicha identidad los que incrementan los contactos transnacionales, se observan cambios en el último medio siglo que podrían haber acrecentado la identidad europea. Sin embargo, no está claro que hayan sido cambios de mucho calado a esos efectos o de consecuencias obvias en la formación de la identidad.

Ha aumentado el comercio exterior intraeuropeo, pero, en el fondo, se trata de algo que afecta, en términos de contactos directos, a las empresas, o, más bien, a quienes en ellas se encargan de gestionar los tratos con el exterior; es decir, no afecta a una proporción grande del público. En cualquier caso, en el segmento de las empresas de cierto tamaño será uno de los factores que haya facilitado el crecimiento de un segmento reducido de directivos y profesionales "itinerantes", acostumbrados a los viajes al extranjero y a tratos directos con otros europeos.

También ha crecido el turismo entre países europeos, lo cual, en principio, debería haber contribuido a ampliar los horizontes vitales, en particular, de los habitantes de los países más receptores, como probablemente ocurrió en España en los años sesenta. Y ha crecido el porcentaje de europeos que cursan estudios en otros países europeos, una experiencia que implicaría contactos transnacionales de más efectos en la identidad según la perspectiva estructuralista. Sin embargo,

llamativamente, no está claro que haya crecido la proporción de europeos con la experiencia de haber trabajado en otro país europeo (con un máximo del 15% a lo largo de varias generaciones), que debería ser la más transformadora (de la identidad) según dicha perspectiva. Pero tampoco se ha reducido, a pesar de que se han reducido al máximo los factores de atracción y expulsión que explicaron las migraciones europeas de los años cincuenta, sesenta y primeros setenta, y a pesar de las barreras a la movilidad laboral entre países europeos que siguen existiendo.

Asimismo, las grandes cifras pueden estar ocultando que, con el tiempo, se ha podido ir consolidando un reducido segmento de la sociedad europea acostumbrado a viajar al extranjero, a trabajar en otro país, a manejarse en idiomas que no son el suyo, a tratos directos con otros europeos, en definitiva. Serían lo que llama Fligstein (2009) “los europeos”, un segmento procedente, sobre todo, de los estratos más altos de la sociedad, caracterizado también por niveles más elevados de identidad europea que los del ciudadano medio de sus países. Si los equiparamos con los que se identifican solo o predominantemente como europeos, hoy serían algo menos de un 10% de los adultos de la UE-15. Lo que no es evidente es si la emergencia de estos “europeos”, con sus experiencias transnacionales, está contagiando las perspectivas sobre Europa y la UE de sus conciudadanos del común.

Por el lado estructuralista, por tanto, esperaríamos cambios en la identidad europea, pero no muy intensos, pues no está claro que haya aumentado la proporción de europeos con la experiencia que podría ser más transformadora al respecto, la de vivir y trabajar durante un periodo prolongado en otro país europeo, aunque tampoco se ha reducido. En todo caso, por falta de investigación al respecto, tiene que quedar en suspenso el juicio acerca de la medida en que esos u otros contactos transforman la cultura vivida de quienes los mantienen. Quizá esté ocurriendo algo así para un segmento reducido de europeos.

Por el lado culturalista, si es cierta la europeización de las esferas públicas nacionales, es decir, la creciente presencia de contenidos, perspectivas y actores europeos en ellas, y, además, ha aumentado claramente el nivel educativo formal de los europeos, no es fácil de entender que no haya cambios de cierta sustancia en los niveles de identidad europea. No me refiero a que no haya proporciones más o menos amplias con identidades predominantemente europeas o mixtas, pues las hay, sino a que no está claro que hayan aumentado. De nuevo, no contamos con investigación al respecto, pero podrían plantearse dos sugerencias para seguir explorando la cuestión. Por una parte, que los más educados se distingan de los menos educados por su mayor identidad europea en un momento dado no necesariamente implica que un aumento de los niveles medios de educación tenga por qué tener la misma traslación. Por otra, suponiendo la europeización de las esferas públicas, protagonizadas por elites políticas y mediáticas, puede que, como planteaba al principio de este trabajo, siga existiendo un hiato entre la retórica, el lenguaje y, en última instancia, la cultura vivida de esas elites y la ciudadanía del común, aparentemente no muy fácil de rellenar. A ello se uniría el probable crecimiento de la

desafección política en bastantes países europeos en los últimos lustros o décadas, de lo que es una ilustración la caída en la participación electoral vista más arriba.

Desde ambas perspectivas, descubriríamos una cierta dualidad en la temática que nos ocupa: sean “los europeos” de segmentos sociales más acomodados, sean las elites políticas y mediáticas, quizá su cultura vivida esté a bastante distancia de la de la ciudadanía del común.

Con todo, al lado de esa minoría de europeos puede observarse otro segmento, más amplio, quizá no tan caracterizado por una vida y una identidad “europeas” tan intensas, pero con actitudes lo suficientemente “europeístas” como para distinguirlos nítidamente de un tercer grupo en el que lo europeo ha calado mucho menos, tal como el trabajo ha mostrado en la segunda parte del análisis y se resume a continuación.

■ Implicaciones de la identidad europea

Con respecto a las implicaciones de la identidad europea (el sentimiento de unión a la UE) en un conjunto de actitudes relativas a la configuración deseable de la comunidad política europea, los principales resultados son los siguientes, obtenidos del análisis exploratorio del *Eurobarómetro 87.3*, de mayo de 2017.

Identidad europea y entendimiento de la UE y de los sentimientos de comunidad

Primero, he estudiado esas implicaciones en cuanto al entendimiento de la UE y de los sentimientos de comunidad de los europeos. En primer lugar, he comprobado cómo el sentimiento de unión a la UE se asocia muy claramente con que los entrevistados le asignen significados positivos, y bastante menos con que le asignen significados negativos, aunque en ambos casos la asociación es sustantiva. Lo que más separa a los más europeístas de los menos europeístas es que los primeros están mucho más convencidos de las ventajas de la UE que los segundos, y no tanto el que estos se sientan alejados de la UE porque sean más conscientes de sus desventajas.

En segundo lugar, la identidad apenas se asocia con la elección de unos valores u otros (la paz, los derechos humanos, la democracia, etc.) como representativos de la UE, y tampoco lo hace con la elección de unos factores u otros (cultura, historia, deportes, economía, geografía...) como los que crean un mayor sentimiento de comunidad entre los europeos.

Sin embargo, en tercer lugar, la identidad europea sí se asocia sustantivamente con la percepción de que los europeos están cercanos entre sí en términos de los valores que comparten, de modo que quienes se sienten más europeos reconocen más claramente la hipotética comunidad de valores que los que no se sienten nada europeos, independientemente de que ambos grupos casi no se distingan en su juicio sobre qué valores representan mejor a la UE.

En cuarto lugar, la identidad se asocia muy moderadamente con el grado de acuerdo con la idea de que los nacionales del país del entrevistado tienen muchas cosas en común, aunque quienes se sienten más europeos tienden a estar más de acuerdo con esa idea que quienes no se sienten nada europeos.

Por último, se observa una asociación positiva y sustantiva entre la identidad europea y la identificación con el propio país. Lo interesante es que no parece una asociación lineal, sino que, más bien, está condicionada por que, entre los que más se identifican con la UE, es máximo el porcentaje de quienes más se identifican con su país. En cualquier caso, para cerca de la mitad de los entrevistados de la UE-15 son claramente compatibles ambas identidades.

Identidad europea y actitudes de política económica y acerca del orden económico preferible

Segundo, he analizado las implicaciones de la identidad europea en las actitudes acerca de políticas económicas europeas y acerca del orden económico preferible.

En primer lugar, como regla general, la identidad europea se asocia positivamente con actitudes favorables a que las políticas económicas estén, en alguna medida, en manos de instituciones europeas. Se ha visto con respecto a la propuesta de una política energética común y al uso de fondos europeos para estimular la inversión privada, pero se manifiesta muy nitidamente en lo tocante a favorecer la UEM y los eurobonos. La primera es el símbolo por excelencia de la europeización de las políticas económicas, y los segundos son uno de los asuntos más candentes acerca de cómo evolucionar en ese mismo ámbito y en el de la solidaridad fiscal entre los Estados miembros. La actitud favorable (contraria) a la europeización de las políticas económicas que mantienen en mayor medida los que se sienten más (menos) europeos se proyecta asimismo al juicio sobre la capacidad internacional de la UE para defender los intereses económicos de los europeos en el mundo.

En segundo lugar, sin embargo, el mero hecho de que las medidas de política económica tengan marchamo europeo no las hace necesariamente más atractivas para quienes más europeos se sienten. De hecho, el grado de identificación con la UE no se asocia con los juicios acerca de la conveniencia de adoptar tres de las medidas de reforma financiera propuestas desde instituciones europeas y más discutidas en los últimos años (limitación de salarios en el sector financiero, regulación más estricta de la evasión fiscal e impuesto a las transacciones financieras). Y algo similar ocurre con las propuestas relativas al equilibrio presupuestario.

En tercer lugar, con respecto a las preguntas ligadas a las preferencias por un tipo u otro de orden económico, destaca que la identidad europea se asocia moderadamente, de manera positiva, con la preferencia por lo privado (frente a lo público); algo más claramente, de manera negativa, con la sensación de que el Estado interviene demasiado en nuestras vidas; y, sobre todo, muestre una asociación notable con la valoración de las ventajas de la globalización.

Identidad europea y actitudes sobre inmigración y extranjería

Habiendo analizado la relación entre la identidad europea y una batería de preguntas sobre las actitudes hacia la inmigración o los extranjeros, los resultados muestran una muy clara asociación entre ambas. Son mucho más favorables a la inmigración procedente de otros países de la UE (o de fuera de la UE) o al libre movimiento de trabajadores dentro de la UE quienes más se identifican con ella que quienes apenas se sienten unidos a la UE. Este es, probablemente, uno de los hallazgos más sólidos de la investigación.

Identidad europea y relaciones exteriores de la UE

La identidad europea se relaciona positivamente con las actitudes favorables a una política exterior común, a una política de defensa común y a una política migratoria común, especialmente con las dos primeras.

Identidad europea y rumbo de los acontecimientos

Por último, el trabajo ha explorado una última idea acerca de la identidad europea, que la vincula con una cuestión general, relativa a la marcha general de los acontecimientos y a la medida en que los individuos se sienten acompañándola o dejados de lado. La he estudiado con tres indicadores. En primer lugar, la sensación de estar orientado (entiende bien lo que pasa en el mundo actual) aumenta a medida que lo hace la identificación con la UE. En segundo lugar, con una mayor identidad europea disminuye la sensación de que la calidad de vida ha empeorado. Por último, con la identidad europea aumenta la confianza en el futuro. La asociación es especialmente fuerte con respecto a esta última actitud.

Variaciones de unos países a otros

Lo habitual es que las múltiples asociaciones estudiadas se observen en la mayoría de los países de la UE-15, con variaciones que no siempre son interpretables con facilidad. En la medida en que lo son, apuntan a la relevancia de ciertos debates europeos en la vida política de los países, especialmente en relación con la presencia de partidos populistas anti-UE.

Implicaciones de la identidad europea aun controlando factores intervinientes

En el trabajo se hace una comprobación ulterior con las actitudes más claramente asociadas con la identidad europea, para comprobar el grado en que la asociación está mediada por determinados rasgos de los encuestados. Se controlan características como: nivel de estudios, experiencia de vida fuera del país, nivel de ingresos, clase social subjetiva, ideología, interés por la política, juicio sobre la situación económica del país, y sensación de que la voz propia cuenta en su país. Además se controla el país de residencia. Al introducir todos estos factores en modelos de regresión logística elaborados para cada una de las actitudes que más se asocian con la identidad europea, suele caer la fuerza de la asociación, pero esta

sigue siendo clara y sustantiva en todos los casos, corroborando las asociaciones bivariadas comentadas más arriba. Lo cual puede interpretarse en el sentido de que la afinidad con la UE (o con Europa) conlleva un conjunto de actitudes que si bien dependen de las características de quienes comparten esa afinidad o esas actitudes, van más allá de ambas.

En conjunto, quienes se sienten más europeos son: más partidarios de que la UE ejerza competencias en distintos ámbitos, incluyendo los de política exterior; más partidarios de la globalización y de la economía de mercado, pero también de las dosis de intervención estatal propias de los consensos de política económica habituales en las clases políticas europeas (una suerte de “consenso socialdemócrata o cristianodemócrata”); y, sobre todo, más favorables a la inmigración (de fuera o de dentro de la UE). Se sienten más a tono con el rumbo de los acontecimientos. Y combinan un sentimiento (intenso) de pertenencia a la UE con un sentimiento (intenso) de pertenencia a su país.

En la actualidad, por tanto, la identidad europea, al menos como podemos medirla en encuestas, “cristaliza” en actitudes como las antedichas. No sabemos si también lo hacía hace cincuenta años, aunque podemos suponer que las actitudes no serían muy distintas, pues temáticas parecidas ya se planteaban entonces y, si es cierto que los niveles de identificación con las instituciones europeas (o Europa) no han cambiado sustancialmente desde entonces, también cabe suponer que quienes más (menos) compartieran la identidad europea serían segmentos sociales similares entonces y ahora.

■ REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y FUENTES DE DATOS

■ Referencias bibliográficas

- ANTONSICH, M., y E. C. HOLLAND (2014), “Territorial attachment in the age of globalization: the case of Western Europe”, *European Urban and Regional Studies*, 21, 2: 206-221.
- BELLAMY, R. (2013), “‘An ever closer union among the peoples of Europe’: Republican intergovernmentalism and democratic representation within the EU”, *Journal of European Integration*, 35, 5: 499-516.
- BRUTER, M. (2003), “Winning hearts and minds for Europe. The impact of news and symbols on civic and cultural European identity”, *Comparative Political Studies*, 36, 10: 1.148-1.179.
- CEKA, B., y A. SOJKA (2016), “Loving it but not feeling it yet? The state of European identity after the eastern enlargement”, *European Union Politics*, 17, 3: 482-503.
- CERUTTI, F. (2008), “Why political identity and legitimacy matter in the European Union”, en F. CERUTTI y S. LUCARELLI, eds., *The search for a European identity. Values, policies and legitimacy of the European Union*, Londres, Nueva York, Routledge: 3-22.
- CHECKEL, J. T. (2015), “Identity, Europe, and the world beyond public spheres”, en T. RISSE, ed., *European public spheres. Politics is back*, Cambridge, Cambridge University Press: 227-246.

- CHENEVAL, F., y K. NICOLAIDIS (2017), "The social construction of democracy in the European Union", *European Journal of Political Theory*, 16, 2: 235-260.
- DE VRIES, C. E., y C. ARNOLD (2011), "Making the polity: exploring the linkage between European citizens' and political elites' preference for European Union public policy", en D. FUCHS y H.-D. KLINGEMANN, eds., *Cultural diversity, European identity and the legitimacy of the EU*, Cheltenham, Edward Elgar: 201-219.
- DELANTY, G. (2002), "Models of European identity: reconciling universalism and Particularism", *Perspectives on European Politics and Society*, 3, 3: 345-359.
- DELHEY, J.; RICHTER, K., y E. DEUTSCHMANN (2014), "Transnational sense of community in Europe: an exploration with Eurobarometer data", *Pre-prints of the DFG Research Unit "Horizontal Europeanization"*, 2014-05.
- DEUTSCH, K. (1957), *Political community and the North Atlantic Area: international organization in the light of historical experience*, Princeton, Princeton University Press.
- DEUTSCHMANN, E. (2015), "People matter: recent sociological contributions to understanding European integration from below", *Perspectives on Europe*, 45, 2: 25-32.
- DUCHESNE, S. (2008), "Waiting for a European identity... Reflections on the process of identification with Europe", *Perspectives on European Politics and Society*, 9, 4: 397-410.
- FERNÁNDEZ, J. J.; EIGMÜLLER, M., y S. BÖRNER (2016), "Domestic transnationalism and the formation of pro-European sentiments", *European Union Politics*, 17, 3: 457-481.
- FLIGSTEIN, N. (2009), "Who are the Europeans and how does this matter for politics?", en J. T. CHECKEL y P. KATZENSTEIN, eds., *European Identity*, Cambridge, Cambridge University Press: 132-166.
- FLIGSTEIN, N.; POLYAKOVA, A., y W. SANDHOLTZ (2012), "European integration, nationalism and European identity", *Journal of Common Market Studies*, 50, 1 (Supplement): 106-122.
- FUCHS, D. (2011), "Explaining support for European integration: an attitudinal model", en D. FUCHS y H.-D. KLINGEMANN, eds., *Cultural diversity, European identity and the legitimacy of the EU*, Cheltenham, Edward Elgar: 220-246.
- GREEN, D. M. (2007), *The Europeans: political identity in an emerging polity*, Boulder, Co., Lynne Rienner.
- HAAS, E. B. (1958), *The uniting of Europe: political, social, and economic forces 1950-1957*, Stanford, Stanford University Press.
- HOOGE, M., y S. VERHAEGEN (2017), "The effect of political trust and trust in European citizens on European identity", *European Political Science Review*, 9, 2: 161-181.
- HURRELMANN, A.; GORA, A., y A. WAGNER (2015), "The politicization of European integration: more than a elite affair?", *Political Studies*, 63, 1: 43-59.
- JACOBS, D., y R. MAIER (1998), "European identity: construct, fact and fiction", en M. GASTELAARS y A. DE RUIJTER, eds., *A united Europe. The quest for a multifaceted identity*, Maastricht, Shaker: 13-34.
- KAINA, V., e I. P. KAROLEWSKI (2013), "EU governance and European identity", *Living Reviews in European Governance*, 8, 1.
- KIELMANNSEGG, P. G. (1996), "Integration und Demokratie", en M. JACHTENFUCHS y B. KOHLER-KOCH, eds., *Europäische Integration*, Opladen, Leske+Budrich: 47-71.
- KOHLI, M. (2000), "The battlegrounds of European identity", *European Societies*, 2, 2: 113-137.
- KRIESI, H. (2016). "The politicization of European Integration", *Journal of Common Market Studies*, 54, Annual Review: 32-47.
- LOWENTHAL, D. (2000). "'European identity': an emerging concept", *Australian Journal of Politics and History*, 46, 3: 314-321.

- LUCARELLI, S. (2008), "European political identity, foreign policy and the Others' image: an underexplored relationship", en F. CERUTTI y S. LUCARELLI, eds., *The search for a European identity. Values, policies and legitimacy of the European Union*, Londres, Nueva York, Routledge: 23-42.
- MARKS, G., y L. HOOGE (2003), "National identity and support for European integration", *WZB Discussion Papers*, SP IV 2003-202.
- MAYER, F. C., y J. PALMOWSKI (2004), "European identities and the EU – The ties that bind the peoples of Europe", *Journal of Common Market Studies*, 42, 3: 573-598.
- McEVoy, C. (2016), "The role of political efficacy on public opinion in the European Union", *Journal of Common Market Studies*, 54, 5: 1.159-1.174.
- MEIJERS, M. (2013), "The Euro-crisis as a catalyst of the Europeanization of public spheres? A cross-temporal study of the Netherlands and Germany", *LSE 'Europe in Question' Discussion Paper Series*, 62.
- MITCHELL, K. (2014), "Does European identification increase support for further economic integration?", *Journal of European Integration*, 36, 6: 601-618.
- (2015), "Rethinking the 'Erasmus effect' on European Identity", *Journal of Common Market Studies*, 53, 2: 330-348.
- NICOLAÏDIS, K. (2013), "The idea of European democracy", en J. DICKSON y P. ELEFTHERIADIS, eds., *Philosophical foundations of European Union law*, Oxford, Oxford University Press: 247-274.
- (2013a), "European democracy and its crisis", *Journal of Common Market Studies*, 51, 2: 351-369.
- PÉREZ-DÍAZ, V. (1994), "El reto de la esfera pública europea", *Claves de Razón Práctica*, 44: 12-21.
- (1998), "La Cité européenne", *Critique Internationale*, 1: 101-126.
- (1999), "La formación de Europa. Nacionalismos civiles e inciviles", *Claves de Razón Práctica*, 97: 10-21.
- (2015), "La intensidad de agencia, su anclaje y su paisaje: clase obrera y elites, mercado de trabajo y cultura en la España actual", en V. PÉREZ-DÍAZ *et al.*, *Agentes sociales, cultura y tejido productivo en la España actual*, Madrid, Funcas: 17-87.
- (2017), *La voz de la sociedad ante la crisis*, Madrid, Funcas.
- PÉREZ-DÍAZ, V., y J. C. RODRÍGUEZ (2011), "Cultura moral e innovación productiva en Europa", *Panorama Social*, 13: 20-36.
- (2013), *Capital social e innovación en Europa y en España*, Madrid, Fundación Cotec.
- POLYAKOVA, A., y N. FLIGSTEIN (2016), "Is European integration causing Europe to become more nationalist? Evidence from the 2007–9 financial crisis", *Journal of European Public Policy*, 23, 1: 60-83.
- RECCHI, E. (2014), "Pathways to European identity formation: a tale of two models", *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 27, 2: 119-133.
- RISSE, T. (2005), "Neofunctionalism, European identity, and the puzzles of European integration", *Journal of European Public Policy*, 12, 2: 291-309.
- (2010), *A community of Europeans? Transnational identities and public spheres*, Ithaca y Londres, Cornell University Press.
- (2014), "No demos? Identities and public spheres in the euro crisis", *Journal of Common Market Studies*, 52, 6: 1.207-1.215.
- RODRÍGUEZ, J. C. (2017), "El desafío independentista: sociedad y política en la Cataluña actual", *ASP Research Papers*, 113(a)/2017.
- RUCHET, O. (2011), "Cultural diversity, European identity and legitimacy of the EU: A review of the debate", en D. FUCHS y H.-D. KLINGEMANN, eds., *Cultural diversity, European identity and the legitimacy of the EU*, Cheltenham, Edward Elgar: 3-26.

- SCHILDE, K. E. (2014), "Who are the Europeans? European identity outside of European integration", *Journal of Common Market Studies*, 52, 3: 650-667.
- SCHLENKER-FISCHER, A. (2011), "Multiple identities and attitudes towards cultural diversity in Europe: a conceptual and empirical analysis", en D. FUCHS y H.-D. KLINGEMANN, eds., *Cultural diversity, European identity and the legitimacy of the EU*, Cheltenham, Edward Elgar: 86-122.
- SOJKA, A. y R. VÁZQUEZ (2014), "Identidad europea en el sur de Europa: un análisis comparado de las percepciones de las élites y opinión pública en España y Portugal", *Revista Española de Ciencia Política*, 36 (noviembre): 89-114.
- STRATH, B. (2002), "A European Identity. To the historical limits of a concept", *European Journal of Social Theory*, 5, 4: 387-401.
- TWIST, K. (2006), "The devil is the demos: the identification of European citizens with Europe," Centre for European Studies. New York University.
- VERHAEGEN, S.; HOOGHE, M., y E. QUINTELIER (2014), "European identity and support for European integration: A matter of perceived economic benefits?", *Kyklos*, 67, 2: 317-336.
- WEILER, J. H. H. (1999), *The constitution of Europe*, Cambridge, Cambridge University Press.

■ Fuentes de datos

- CARRERAS, A., y X. TAFUNELL (coords.) (2005), *Estadísticas históricas de España. Siglos XIX y XX*, Bilbao, Fundación BBVA.
- COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES (2012), *Eurobarometer 6* (1976). GESIS Data Archive, Colonia. ZA0990 Data file Version 1.0.1, doi:10.4232/1.10859.
- (2012), *Eurobarometer 12* (1979), GESIS Data Archive, Colonia. ZA1037 Data file Version 1.0.1, doi:10.4232/1.10867.
- (2012), *Eurobarometer 17* (1982), *Faits et opinions*, Paris. GESIS Data Archive, Colonia. ZA1208 Data file Version 1.0.1, doi:10.4232/1.10872.
- (2012), *Eurobarometer 19* (1983), *Faits et opinions*, Paris. GESIS Data Archive, Colonia. ZA1318 Data file Version 1.0.1, doi:10.4232/1.10874.
- (2012), *Eurobarometer 27* (1987), *Faits et opinions*, Paris. GESIS Data Archive, Colonia. ZA1712 Data file Version 1.0.1, doi:10.4232/1.10884.
- (2012), *Eurobarometer 33* (1990), INRA, Bruselas. GESIS Data Archive, Colonia. ZA1753 Data file Version 1.1.0, doi:10.4232/1.10891.
- (2012), *Eurobarometer 35.0* (1991), INRA, Bruselas. GESIS Data Archive, Colonia. ZA2031 Data file Version 1.1.0, doi:10.4232/1.10895.
- (2012), *Eurobarometer 36* (1991), INRA, Bruselas [Productor]. GESIS Data Archive, Colonia. ZA2081 data file version 1.1.0, doi:10.4232/1.10848.
- EUROPEAN COMMISSION (1973), *European Communities Study: Political Attitudes in Europe*, September-October 1973. GESIS Data Archive, Colonia. ZA0628 data file version 1.0.1, doi:10.4232/1.10853.
- (1978), *Eurobarometer 10a*, GESIS Data Archive, Colonia. ZA0995 data file version 1.0.1, doi:10.4232/1.10865.
- (1999), *Eurobarometer 51.0*, INRA, Bruselas [Productor]. GESIS Data Archive, Colonia. ZA3171 data file version 1.0.1, doi:10.4232/1.10931.
- (2000-2001), *Eurobarometer 54.1*, European Opinion Research Group, Bruselas [Productor]. GESIS Data Archive, Colonia. ZA3387 data file version 1.1.0, doi:10.4232/1.10937.

- (2005), *Eurobarometer 64.2*, TNS Opinion & Social, Bruselas [Productor]. GESIS Data Archive, Colonia. ZA4414 data file version 1.1.0, doi:10.4232/1.10970.
- (2006), *Eurobarometer 66.1*, TNS Opinion & Social, Bruselas [Productor]. GESIS Data Archive, Colonia. ZA4526 data file version 1.0.1, doi:10.4232/1.10980.
- (2007), *Eurobarometer 67.1*, TNS Opinion & Social, Bruselas [Productor]. GESIS Data Archive, Colonia. ZA4529 data file version 3.0.1, doi:10.4232/1.10983.
- (2009), *Eurobarometer 72.5* (Oct-Nov 2009). TNS Opinion & Social, Bruselas [Productor]. GESIS Data Archive, Colonia. ZA4999 Data file Version 5.1.0, doi:10.4232/1.11642.
- (2010), *Eurobarometer 73.3*, TNS Opinion & Social, Bruselas [Productor]. GESIS Data Archive, Colonia. ZA5233 data file version 3.0.0, doi:10.4232/1.11430.
- *Eurobarometer Interactive*, <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Chart/index>
- (2012), *Eurobarometer 43.1* (Apr-May 1995). INRA, Bruselas. GESIS Data Archive, Colonia. ZA2637 Data file Version 1.0.1, doi:10.4232/1.10913.
- (2012), *Eurobarometer 43.1bis* (May-Jun 1995). INRA, Bruselas. GESIS Data Archive, Colonia. ZA2639 Data file Version 1.1.1, doi:10.4232/1.11776.
- (2012), *Eurobarometer 44.1* (Nov-Dec 1995). INRA, Bruselas. GESIS Data Archive, Colonia. ZA2690 Data file Version 1.0.1, doi:10.4232/1.10917.
- (2012), *Eurobarometer 47.1* (Mar-Apr 1997). INRA, Bruselas. GESIS Data Archive, Colonia. ZA2936 Data file Version 1.0.1, doi:10.4232/1.10926.
- (2015), *Erasmus. Facts, figures & trends*. Disponible en: http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/about/statistics_en
- (2017), *Eurobarometer 87.3* (2017). TNS opinion, Bruselas [productor]. GESIS Data Archive, Colonia. ZA6863 Data file Version 1.0.0, doi:10.4232/1.12847.
- EUROPEAN PARLIAMENT (2014), "Results of the 2014 European elections". Disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/elections2014-results/en/turnout.html>
- EUROSTAT, "Gini coefficient of equivalised disposable income - EU-SILC survey [ilc_di12]". Disponible en: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database#>
- "Population on 1 January by age and sex (demo_pjan)". Disponible en: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database#>
- "Students enrolled in tertiary education by education level, programme orientation, sex, type of institution and intensity of participation (educ_uae_enrt01)". Disponible en: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database#>
- EVS (2015), *European Values Study Longitudinal Data File 1981-2008 (EVS 1981-2008)*, GESIS Data Archive, Colonia. ZA4804 Data file Version 3.0.0, doi:10.4232/1.12253.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE), *Anuario estadístico de España. Año XLV – 1970*. Disponible en: <http://www.ine.es/inebaseweb/treeNavigation.do?tn=183047>
- *Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur*". Disponible en: <http://www.ine.es/dynt3/inebase/index.htm?padre=3617>
- *Estadística de migraciones. Migraciones exteriores. Resultados nacionales*". Disponible en: <http://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=1963&capsel=1964>
- INTERNATIONAL INSTITUTE FOR DEMOCRACY AND ELECTORAL ASSISTANCE (IDEA), "Voter turnout database". Disponible en: <https://www.idea.int/data-tools/data/voter-turnout>
- MADDISON, A. (2008), "Statistics on world population, GDP and per capita GDP, 1-2008 AD (Horizontal file)". Disponible en: <http://www.ggdc.net/maddison/oriindex.htm>

OCDE, "Archived international trade statistics. Trade in value by partner countries". Disponible en: <http://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=PARTNER>

SAEZ, E., *et al.* "The world wealth & income database". Disponible en <http://www.wid.world/>

WORLD BANK "GDP (current US\$)", en *World Bank Data Bank. World development indicators*. Disponible en: <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators>

■ ANEXO 1. IDENTIDAD EUROPEA Y OPINIONES SOBRE UNA VARIEDAD DE TEMAS: VALORES DEL ESTADÍSTICO D DE SOMERS

A continuación se recogen los valores de D de Somers para todas las asociaciones estudiadas en la sección 4, tanto para el conjunto de la UE-15 como para cada uno de los países que la forman.

La significación estadística de cada D de Somers viene dada por el sombreado de la casilla correspondiente: tono más oscuro, 0,001; tono intermedio, 0,01; tono más claro, 0,05; sin sombreado, inferior al 0,05.

UE-15 (mayo de 2017). Identidad europea (grado de unión con la UE) y opiniones sobre una variedad de temas: valores del estadístico D de Somers

	UE-15	FRA	GRE	ESP	POR	FIN	SUE	AUS	BEL	P.B.	ITA	LUX	DIN	IRL	ALE	R.U.
1. Significados de la Unión Europea y de la identidad europea																
¿Qué significa para usted, personalmente, la Unión Europea?																
Paz	-0.19	-0.22	-0.15	-0.08	-0.10	-0.14	-0.27	-0.19	-0.16	-0.37	-0.17	-0.23	-0.22	-0.15	-0.20	-0.15
Prosperidad económica	-0.12	-0.08	-0.08	-0.10	-0.10	-0.10	-0.11	-0.17	-0.08	-0.23	-0.09	-0.17	-0.17	-0.16	-0.12	-0.14
Democracia	-0.15	-0.13	-0.11	-0.09	-0.08	-0.12	-0.15	-0.19	-0.10	-0.18	-0.15	-0.16	-0.18	-0.15	-0.15	-0.14
Protección social	-0.06	-0.02	-0.14	-0.07	-0.09	-0.05	-0.05	-0.14	-0.06	-0.06	-0.05	-0.10	-0.07	-0.08	-0.03	-0.15
Libertad para viajar, estudiar y trabajar en cualquier lugar de la Unión Europea	-0.20	-0.18	-0.16	-0.14	-0.14	-0.14	-0.14	-0.09	-0.10	-0.21	-0.22	-0.13	-0.13	-0.17	-0.12	-0.34
Diversidad cultural	-0.15	-0.14	-0.15	-0.08	-0.12	-0.12	-0.19	-0.13	-0.13	-0.15	-0.14	-0.13	-0.17	-0.15	-0.14	-0.19
Voz más fuerte en el mundo	-0.15	-0.21	-0.21	-0.06	-0.10	-0.07	-0.23	-0.14	-0.21	-0.18	-0.14	-0.18	-0.14	-0.15	-0.11	-0.22
Euro	-0.07	-0.10	-0.28	-0.01	0.07	-0.02	-0.02	-0.01	-0.05	-0.07	-0.01	-0.09	-0.02	-0.12	-0.05	-0.02
Desempleo	0.08	0.11	0.22	0.07	0.07	0.04	0.00	0.20	0.02	0.01	0.09	0.09	0.02	0.03	0.08	0.05
Burocracia	0.06	0.05	0.01	0.01	0.00	0.12	0.18	0.06	0.04	0.09	0.08	0.03	0.07	0.06	0.12	0.11
Gasto innecesario de dinero	0.16	0.21	0.10	0.09	0.08	0.17	0.18	0.21	0.16	0.19	0.15	0.15	0.17	0.10	0.21	0.20
Pérdida de nuestra identidad cultural	0.11	0.17	0.16	0.05	0.08	0.04	0.09	0.23	0.03	0.14	0.06	0.12	0.09	0.06	0.12	0.11
Más criminalidad	0.09	0.09	0.12	0.03	0.13	0.12	0.12	0.28	0.07	0.08	0.10	0.09	0.08	0.03	0.18	0.06
Formas externas sin suficiente control	0.12	0.19	0.05	0.07	0.09	0.13	0.06	0.24	0.06	0.12	0.09	0.17	0.13	0.05	0.18	0.14
Las palabras siguientes describen muy bien, bastante bien... la idea que usted tiene acerca de la UE																
Moderna	0.29	0.30	0.30	0.22	0.21	0.20	0.25	0.26	0.26	0.15	0.32	0.25	0.25	0.25	0.16	0.32
Democrática	0.34	0.35	0.37	0.31	0.29	0.23	0.28	0.36	0.22	0.21	0.38	0.23	0.21	0.24	0.29	0.40
Protectora	0.35	0.34	0.36	0.28	0.45	0.25	0.26	0.47	0.22	0.26	0.49	0.25	0.25	0.20	0.37	0.32
Eficiente	0.32	0.29	0.33	0.28	0.40	0.21	0.25	0.37	0.22	0.21	0.43	0.23	0.27	0.27	0.29	0.40
Lejana	-0.15	-0.13	-0.29	-0.17	-0.27	-0.20	-0.15	-0.13	-0.02	-0.09	-0.12	-0.05	-0.14	-0.02	-0.20	-0.12
Con visión de futuro	0.35	0.40	0.26	0.27	0.24	0.26	0.30	0.40	0.22	0.22	0.34	0.31	0.29	0.21	0.32	0.43
Valores que representan mejor a la UE																
El Estado de derecho	-0.06	-0.04	-0.05	-0.09	-0.08	0.04	-0.03	0.01	-0.02	-0.09	-0.03	-0.04	-0.04	-0.05	-0.03	-0.05
El respeto a la vida humana	-0.03	0.00	-0.10	-0.02	-0.09	0.01	-0.04	0.00	-0.03	0.02	-0.13	0.03	-0.02	0.00	0.01	-0.07
Los derechos humanos	-0.10	-0.11	-0.15	-0.03	-0.13	-0.04	-0.06	-0.09	-0.04	-0.07	-0.11	-0.03	-0.10	-0.06	-0.07	-0.15
Las libertades individuales	-0.03	-0.02	-0.04	-0.03	-0.03	0.00	0.04	-0.12	-0.01	-0.02	-0.06	-0.11	0.00	-0.01	-0.01	-0.08
La democracia	-0.13	-0.12	-0.18	-0.11	-0.06	-0.11	-0.09	-0.15	-0.10	-0.07	-0.13	-0.07	-0.13	-0.16	-0.12	-0.12
La paz	-0.11	-0.15	-0.11	-0.08	-0.14	0.05	-0.11	-0.10	-0.02	-0.07	-0.10	-0.07	-0.09	-0.08	-0.07	-0.06
La igualdad	-0.03	-0.03	-0.04	-0.06	-0.11	-0.06	-0.02	-0.03	0.01	0.03	-0.06	0.01	-0.02	-0.03	-0.02	-0.08
La solidaridad, el apoyo a los demás	-0.05	-0.06	-0.13	-0.04	-0.05	-0.01	-0.01	-0.02	-0.03	-0.04	-0.09	-0.03	-0.02	-0.02	-0.03	-0.06
La tolerancia	-0.03	-0.01	-0.02	-0.03	0.02	-0.02	0.00	-0.02	-0.04	-0.02	-0.06	-0.05	0.00	0.01	-0.04	-0.03
La religión	0.01	0.01	0.02	0.01	-0.02	0.01	-0.02	0.00	0.01	0.01	-0.01	-0.01	0.00	0.01	0.01	0.01
La realización personal	0.02	0.01	0.01	0.00	-0.01	-0.02	0.01	0.02	0.02	0.00	0.02	0.02	0.01	0.00	0.01	0.03
El respeto por otras culturas	-0.03	-0.07	-0.05	-0.01	0.10	-0.01	-0.02	0.03	-0.03	0.01	-0.06	0.05	0.01	-0.02	-0.02	-0.05
Ninguno de los anteriores	0.09	0.09	0.17	0.08	0.08	0.03	0.05	0.07	0.02	0.02	0.15	0.04	0.05	0.04	0.09	0.08
En términos de valores compartidos, los Estados miembros de la UE están muy cerca, bastante cerca...																
Temas que crean un mayor sentimiento de comunidad entre los ciudadanos de la UE																
La historia	-0.03	-0.05	-0.08	-0.04	-0.11	-0.01	-0.03	-0.02	-0.04	-0.08	-0.08	-0.06	-0.05	-0.05	0.02	-0.03
La religión	0.00	0.00	0.02	-0.01	-0.01	0.00	0.04	0.01	-0.01	0.00	-0.01	0.00	-0.01	0.00	0.02	0.01
Los valores	-0.10	-0.13	-0.07	-0.07	-0.08	-0.07	-0.12	-0.04	-0.03	-0.12	-0.09	-0.01	-0.08	-0.02	-0.10	-0.12
La geografía	0.01	0.02	-0.02	-0.01	0.02	0.03	0.05	0.01	0.00	0.05	-0.04	-0.03	0.00	-0.05	0.03	0.01
Los idiomas	-0.02	0.00	-0.03	-0.01	0.15	-0.02	0.01	-0.03	0.00	-0.02	0.06	-0.02	-0.02	-0.02	-0.01	-0.08
El Estado de derecho	-0.69	-0.03	-0.06	-0.04	-0.07	0.01	-0.08	-0.05	-0.03	-0.07	-0.11	0.01	-0.04	-0.01	-0.13	-0.08
Los deportes	0.01	0.08	0.00	0.00	0.05	0.03	0.02	0.03	-0.01	0.03	-0.02	0.00	0.06	0.03	0.05	0.03
Los inventos, la ciencia y la tecnología	-0.01	-0.02	-0.08	0.00	-0.06	0.01	-0.02	-0.04	-0.02	-0.02	-0.04	0.02	0.00	-0.01	0.03	-0.03
La economía	-0.09	-0.11	-0.06	-0.11	-0.10	-0.04	-0.07	-0.09	-0.01	-0.05	-0.04	-0.03	-0.06	-0.07	-0.12	-0.06
La sanidad, la educación y las pensiones	-0.02	-0.02	-0.02	-0.03	-0.02	-0.05	-0.04	-0.02	-0.07	-0.01	-0.03	0.00	-0.03	-0.01	-0.04	-0.04
La solidaridad con las regiones más pobres	-0.05	-0.03	0.00	-0.04	-0.02	0.00	0.01	-0.06	-0.02	-0.03	-0.08	-0.07	-0.04	-0.03	-0.08	-0.05
La cultura	-0.07	-0.07	-0.16	-0.04	0.06	-0.08	-0.04	0.04	-0.07	-0.10	-0.10	-0.10	-0.07	-0.06	-0.05	-0.11
Otro (espontáneo)	0.01	0.01	0.02	0.00	0.00	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01	-0.01	0.01	0.02	0.00	0.00	0.02
Ninguno, no existe ese sentimiento (espontáneo)	0.06	0.02	0.07	0.03	0.04	0.01	0.02	0.08	0.05	0.03	0.10	0.03	0.02	0.02	0.09	0.06

UE-15 (mayo de 2017). Identidad europea (grado de unión con la UE) y opiniones sobre una variedad de temas: valores del estadístico D de Somers

	UE-15	FRA	GRE	ESP	POR	FIN	SUE	AUS	BEL	P.B.	ITA	LUX	DIN	IRL	ALE	R.U.
Grado de acuerdo con: "la gente en PAIS tiene muchas cosas en común"	0.12	0.20	0.00	0.16	0.13	0.03	0.08	0.08	0.13	0.13	0.12	0.20	0.13	0.13	0.19	0.09
2 Políticas económicas y actitudes generales acerca del orden económico preferible																
A favor o en contra de: una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro	0.27	0.27	0.29	0.23	0.22	0.16	0.18	0.17	0.13	0.15	0.33	0.06	0.24	0.09	0.18	0.21
A favor o en contra de: una política energética común entre los Estados miembros de la Unión Europea	0.17	0.17	0.20	0.10	0.07	0.12	0.05	0.13	0.07	0.13	0.15	0.11	0.16	0.12	0.12	0.29
Grado de acuerdo con: "la Unión Europea tiene suficiente poder y herramientas para defender los intereses económicos de Europa en la economía global"	0.23	0.17	0.13	0.16	0.22	0.10	0.13	0.28	0.17	0.13	0.31	0.28	0.14	0.11	0.26	0.29
Grado de acuerdo con: "El dinero público debería utilizarse para estimular la inversión en el sector privado a escala de la Unión Europea"	0.16	0.22	0.10	0.13	0.23	0.03	0.14	0.22	0.10	0.11	0.17	0.17	0.11	0.08	0.09	0.17
Grado de acuerdo con medidas que va a tomar la UE																
Crear un impuesto sobre transacciones financieras	0.10	0.06	-0.04	0.01	0.21	0.00	-0.02	0.07	0.04	0.18	0.08	0.05	0.18	0.09	0.03	0.08
Regular los sueldos del sector financiero (por ejemplo, las primas de los corredores de bolsa)	0.05	0.08	0.04	0.05	-0.10	-0.05	-0.04	0.00	0.05	0.07	0.04	0.02	0.10	-0.02	0.03	0.00
Endurecer las normas sobre evasión de impuestos y los paraísos fiscales	0.01	0.03	0.04	0.03	-0.06	-0.02	-0.03	0.02	0.02	0.06	-0.07	0.01	0.03	0.07	0.03	-0.03
La creación de los eurobonos (bonos europeos)	0.20	0.33	0.28	0.10	0.24	0.15	0.24	0.34	0.19	0.23	0.22	0.16	0.24	0.15	0.22	0.30
Grado de acuerdo con afirmaciones																
"La globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	0.29	0.34	0.35	0.23	0.27	0.19	0.23	0.33	0.17	0.19	0.36	0.28	0.17	0.20	0.22	0.38
"No se deben retrasar las medidas para reducir el déficit y la deuda pública en PAIS"	0.04	0.14	0.20	0.09	0.04	-0.06	0.00	0.06	0.08	-0.03	0.04	0.10	0.37	0.09	-0.06	-0.05
"Las medidas para reducir el déficit y la deuda pública en PAIS no son una prioridad por ahora"	0.07	0.03	-0.09	-0.05	0.15	0.02	-0.12	0.10	0.03	-0.01	0.08	0.13	0.06	-0.07	0.10	0.21
"El sector privado está mejor situado que el sector público para crear nuevos puestos de trabajo"	0.11	0.17	0.06	-0.05	0.21	-0.03	0.10	0.11	0.08	0.00	0.23	0.10	0.02	0.14	0.10	-0.04
"El Estado interviene demasiado en nuestras vidas"	-0.20	-0.20	-0.14	-0.09	-0.30	-0.12	-0.04	-0.16	-0.10	-0.24	-0.17	-0.09	-0.15	-0.18	-0.22	-0.19
2.3 Políticas y actitudes sobre inmigración y extranjería: las fronteras de la(s) comunidad(es)																
Le evoca un sentimiento muy positivo, bastante positivo, bastante negativo...																
Inmigración de personas de fuera de la Unión Europea	0.29	0.33	0.25	0.12	0.29	0.24	0.11	0.40	0.14	0.21	0.38	0.35	0.34	0.23	0.32	0.34
Inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea	0.33	0.36	0.22	0.18	0.32	0.21	0.17	0.28	0.20	0.22	0.38	0.24	0.26	0.27	0.36	0.41
A favor o en contra de: la libre circulación de ciudadanos de la Unión Europea, que pueden vivir, trabajar, estudiar y hacer negocios en cualquier lugar de la Unión Europea	0.16	0.22	0.11	0.07	0.09	0.10	0.11	0.12	0.15	0.11	0.12	0.05	0.16	0.08	0.13	0.28
Es algo bueno, ni bueno ni malo, malo																
El derecho de los ciudadanos de la Unión Europea a vivir en cualquier Estado miembro de la Unión Europea	0.23	0.24	0.20	0.13	0.12	0.14	0.12	0.20	0.12	0.16	0.21	0.00	0.18	0.13	0.19	0.33
El derecho de los ciudadanos de la Unión Europea a trabajar en cualquier Estado miembro de la Unión Europea	0.22	0.24	0.22	0.12	0.15	0.10	0.11	0.24	0.13	0.17	0.21	0.01	0.21	0.14	0.18	0.30
El derecho de los ciudadanos de la Unión Europea a vivir en PAIS	0.25	0.26	0.21	0.15	0.12	0.11	0.13	0.22	0.13	0.19	0.20	0.03	0.20	0.15	0.23	0.36
El derecho de los ciudadanos de la Unión Europea a trabajar en PAIS	0.24	0.25	0.22	0.14	0.13	0.12	0.12	0.22	0.19	0.18	0.21	0.01	0.23	0.14	0.22	0.32
A favor o en contra de: ampliaciones adicionales de la UE para incluir otros países en los próximos años	0.18	0.11	0.25	0.17	0.31	0.12	0.14	0.22	0.12	0.11	0.33	0.10	0.15	0.13	0.15	0.30
Grado de acuerdo con: "los inmigrantes contribuyen mucho a PAIS"	0.28	0.32	0.19	0.18	0.42	0.22	0.08	0.33	0.22	0.24	0.39	0.30	0.15	0.24	0.36	0.28
Grado de acuerdo con: "PAIS debería ayudar a los refugiados"	0.26	0.30	0.13	0.15	0.23	0.24	0.09	0.35	0.24	0.18	0.35	0.17	0.15	0.22	0.28	0.23
2.4 Relaciones exteriores de la UE																
A favor o en contra de																
Una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea	0.22	0.21	0.23	0.16	0.33	0.26	0.19	0.24	0.14	0.15	0.26	0.12	0.21	0.14	0.11	0.27
Una política de seguridad y defensa común entre los países miembros de la Unión Europea	0.17	0.18	0.21	0.10	0.16	0.18	0.16	0.23	0.10	0.11	0.16	0.08	0.16	0.13	0.13	0.23
Una política europea común sobre migración	0.19	0.19	0.19	0.07	0.25	0.24	0.13	0.24	0.11	0.13	0.18	0.09	0.22	0.10	0.15	0.27
2.5 El rumbo de los acontecimientos																
Grado de acuerdo con afirmaciones																
"Usted entiende bien lo que pasa en el mundo actual"	0.15	0.02	0.08	0.19	0.30	0.08	0.12	0.19	0.14	0.09	0.23	0.01	0.13	0.14	0.23	0.11
"En general, en lo que respecta a su calidad de vida, era mejor antes"	-0.22	-0.23	-0.02	-0.14	-0.23	-0.07	-0.10	-0.23	-0.05	-0.11	-0.24	0.00	-0.01	-0.15	-0.27	-0.12
"Usted confía en el futuro"	0.30	0.36	0.33	0.29	0.37	0.14	0.18	0.38	0.27	0.19	0.44	0.22	0.21	0.19	0.31	0.10

[*] Niveles de significación según los grados del sombreado, del más oscuro al más claro: 0.001; 0.01; 0.05; superior a 0.05.
Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro 87.3 (mayo 2017).

■ **ANEXO 2. RELACIONES BIVARIADAS DE LAS COVARIABLES DE LOS MODELOS DE LAS REGRESIONES LOGÍSTICAS CON OTRA COVARIABLE (IDENTIDAD EUROPEA) Y CON LAS VARIABLES DEPENDIENTES**

En todos los cuadros hemos prescindido de las categorías “no sabe” y “no contesta” en las covariables, salvo en el caso de la autoubicación ideológica. En todos, los porcentajes que se presentan son porcentajes verticales.

	Edad a la que finalizó su educación a tiempo completo					Total
	Sin educación a tiempo completo	Hasta 15	16-19	20 o más	Todavía estudiando	
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	26,9	38,7	50,8	63,9	60,8	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	22,4	42,6	52,2	55,0	65,8	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	20,8	37,0	49,8	58,5	65,9	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	43,9	54,2	63,1	68,1	72,9	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	40,7	42,6	60,1	70,0	77,0	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	37,7	48,8	57,7	74,1	76,3	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	22,6	30,1	37,4	52,9	56,8	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	57,9	58,8	65,0	69,0	70,5	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	52,8	55,2	65,3	76,6	80,9	68,0
<i>N</i>	106	3.025	6.146	4.855	1.402	15.750

Durante los últimos 12 meses, ¿usted ha visitado otro país de la Unión Europea?

	Sí, en varias ocasiones	Sí, una o dos veces	No	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	66,3	60,5	44,3	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	58,9	57,4	46,8	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	62,2	59,9	42,5	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	71,8	66,2	59,1	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	73,6	68,6	52,2	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	75,8	71,3	52,9	62,7
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	50,7	51,4	34,6	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	69,6	68,9	61,9	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	80,0	74,0	60,4	68,0
<i>N</i>	3.092	4.473	8.138	15.750

Durante los últimos 12 meses, ¿usted ha leído un libro, periódico o revista en un idioma diferente a su idioma materno?

	Sí, en varias ocasiones	Sí, una o dos veces	No	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	67,5	65,9	47,6	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	60,9	58,4	49,0	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	63,7	64,8	46,0	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	69,1	70,4	61,2	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	75,5	72,0	55,7	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	81,1	77,4	55,6	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	58,0	58,1	36,0	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	70,0	68,2	63,8	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	80,8	78,0	63,3	68,0
<i>N</i>	2.626	2.005	11.060	15.752

Durante los últimos 12 meses, ¿usted ha establecido relaciones sociales con personas de otro país de la Unión Europea?

	Sí, en varias ocasiones	Sí, una o dos veces	No	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	63,7	57,8	42,9	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	58,8	55,1	45,8	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	60,1	58,0	41,3	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	67,1	66,6	59,5	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	72,2	66,4	49,9	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	75,5	67,5	50,4	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	52,8	48,0	31,9	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	69,7	68,7	60,5	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	77,1	70,5	59,9	68,0
<i>N</i>	5.484	3.230	6.972	15.752

	Durante los últimos 12 meses, ¿usted ha visto programas de televisión en un idioma que no sea su lengua materna?			
	Sí, en varias ocasiones	Sí, una o dos veces	No	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	60,5	63,6	47,8	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	56,7	58,5	48,9	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	61,5	60,3	44,9	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	65,0	67,2	62,3	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	73,3	67,8	54,4	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	76,0	72,1	54,8	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	54,3	52,7	35,2	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	65,1	69,2	64,7	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	78,6	72,4	62,6	68,0
<i>N</i>	4.120	2.099	9.486	15.749

Durante los últimos 12 meses, ¿usted ha usado Internet para comprar un producto o servicio de otro país de la Unión Europea?

	Sí, en varias ocasiones	Sí, una o dos veces	No	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	63,9	62,2	47,7	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	58,8	57,4	48,9	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	64,4	59,1	45,4	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	67,3	64,8	62,4	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	75,6	70,1	54,4	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	76,0	71,4	56,4	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	53,4	52,7	36,5	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	68,9	67,2	64,0	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	76,7	73,5	64,1	68,0
<i>N</i>	2.915	2.753	9.941	15.750

	En estos últimos 12 meses, ¿diría que ha tenido dificultades para pagar todas sus facturas a fin de mes?			
	La mayor parte del tiempo	Ocasionalmente	Casi nunca / nunca	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	33,8	46,0	58,7	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	36,7	47,6	55,8	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	39,9	47,7	54,1	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	52,8	61,8	65,4	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	41,6	54,3	66,5	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	48,1	54,8	67,9	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	30,5	38,5	46,0	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	56,4	62,3	67,7	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	41,2	56,0	76,6	68,0
<i>N</i>	<i>1.450</i>	<i>3.841</i>	<i>9.990</i>	<i>15.749</i>

	¿Cómo calificaría la situación financiera de su hogar?				
	Muy buena	Más bien buena	Más bien mala	Muy mala	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	63,5	58,3	38,5	28,7	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	59,7	56,9	40,3	28,4	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	61,5	55,0	38,4	33,2	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	62,0	68,2	56,0	45,0	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	77,3	64,7	47,6	33,3	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	74,5	66,6	48,6	44,9	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	53,9	44,5	34,4	24,2	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	65,0	68,8	59,9	55,2	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	86,0	74,6	46,3	30,4	68,0
<i>N</i>	2.015	9.446	3.126	741	15.752

¿Considera que usted y su hogar pertenecen a la clase...?

	Trabaja- dora	Media- baja	Media	Media- alta	Alta	Otra (esp.)	Ninguna (esp.)	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	41,9	48,2	60,1	65,5	64,7	41,9	52,9	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	44,9	49,5	56,4	58,3	54,5	45,2	58,1	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	42,1	49,9	56,5	59,3	57,8	48,4	43,0	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	53,3	58,6	69,8	75,8	67,6	77,4	65,4	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	49,4	57,3	67,3	76,2	77,5	71,0	50,7	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	53,9	60,2	67,9	73,1	70,0	67,7	61,0	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	37,7	38,9	47,4	43,9	47,1	40,0	44,1	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	58,7	62,1	70,6	73,3	73,5	83,3	51,5	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	59,6	58,6	73,9	81,6	85,3	87,1	73,5	68,0
<i>N</i>	4.217	2.522	7.036	1.281	102	31	136	15.751

	¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones? "Mi voz cuenta en PAÍS"				
	Totalmente de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	69,2	61,0	42,9	27,7	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	66,3	58,5	45,0	28,4	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	60,3	58,5	46,1	31,6	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	73,8	68,1	59,0	46,5	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	75,6	68,9	53,7	35,9	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	75,6	68,5	55,7	42,5	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	50,9	47,7	38,5	25,7	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	73,8	68,4	62,5	54,2	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	86,3	76,4	57,4	37,7	68,0
<i>N</i>	3.447	6.127	3.270	2.354	15.753

¿Cómo calificaría la situación actual en cada uno de los siguientes ámbitos? La economía nacional

	Muy buena	Más bien buena	Más bien mala	Muy mala	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	74,3	61,7	48,0	34,8	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	62,9	60,3	49,8	33,2	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	58,9	59,9	47,6	35,8	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	76,5	68,5	62,3	50,2	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	82,4	73,0	54,7	36,8	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	80,2	71,2	57,3	46,6	62,7
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	54,7	49,4	39,9	25,0	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	77,8	70,2	62,6	58,7	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	87,8	82,0	62,7	35,0	68,0
<i>N</i>	1.225	6.021	5.703	2.289	15.753

Cuando usted queda con amigos o familiares, ¿diría que discute frecuentemente, ocasionalmente o nunca sobre asuntos de política nacional?

	Frecuentemente	Ocasional- mente	Nunca	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	60,7	55,9	37,9	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	51,8	55,3	45,1	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	55,3	53,1	42,0	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	66,7	65,9	54,2	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	65,3	64,3	48,4	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	72,3	64,1	47,8	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	50,7	41,3	35,5	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	70,7	67,7	53,3	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	70,8	69,7	60,6	68,0
<i>N</i>	4.147	8.094	3.495	15.750

Quando se habla de política, la gente habla de "Izquierda" y de "Derecha". ¿Podría situar usted su posición en esta escala?
(1, izquierda, al 10, derecha)

	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	Ns/nc	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	58,6	62,5	59,1	47,1	30,9	35,8	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	54,0	58,6	55,7	47,6	36,9	42,5	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	57,7	56,2	55,1	49,2	34,6	39,1	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	65,7	69,9	68,3	56,4	45,2	54,0	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	60,9	65,7	68,0	63,3	44,7	42,1	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	71,6	74,3	64,9	58,9	40,4	46,9	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	61,2	58,2	40,2	33,3	22,3	30,7	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	69,6	72,6	68,8	62,4	45,5	53,3	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	69,2	75,0	73,5	67,3	48,8	51,8	68,0
<i>N</i>	1.251	3.404	5.708	2.098	609	2.682	15.752

	País de residencia del entrevistado							
	Ale.	Bél.	Fra.	Ita.	Lux.	P. B.	Din.	Irl.
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	67,1	58,0	56,4	44,5	78,9	46,8	50,5	59,5
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	60,7	53,3	52,3	52,3	57,9	43,9	48,7	70,6
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	53,7	55,6	40,6	51,1	54,9	55,9	66,1	75,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	82,1	78,0	71,9	58,4	85,2	79,2	28,5	83,4
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	74,3	61,8	53,2	48,8	63,7	76,0	80,9	73,4
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	70,3	63,6	57,2	46,5	84,6	67,0	68,7	82,8
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	41,8	47,9	34,2	31,0	54,9	46,1	30,3	62,1
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	81,3	69,8	59,0	60,3	72,3	67,4	46,1	67,0
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	79,6	62,4	63,0	51,0	76,6	87,5	88,0	88,8
<i>N</i>	1.604	1.025	1.032	1.026	512	1.008	1.017	1.009

	País de residencia del entrevistado (<i>continuación</i>)							
	R. U.	Gre.	Esp.	Por.	Aus.	Fin.	Sue.	Total
Se siente muy o bastante unido/a a la UE	43,9	33,0	57,4	51,0	45,0	47,0	48,2	53,2
La frase "con visión de futuro" describe muy o bastante bien la idea que tiene de la UE	49,3	23,6	48,0	68,0	50,9	49,1	42,8	52,1
En términos de valores compartidos los Estados de la UE están muy o bastante cerca unos de otros	56,9	41,6	45,8	62,5	58,1	62,7	45,9	51,2
Está a favor de "una unión económica y monetaria con una sola moneda, el euro"	23,4	64,3	75,0	74,5	67,9	77,1	25,3	63,5
Está total o más bien de acuerdo con: "la globalización es una oportunidad de crecimiento económico"	63,0	29,9	53,4	65,8	55,8	78,5	83,3	61,0
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de otros Estados miembros de la Unión Europea"	59,7	59,5	71,5	67,2	62,2	79,0	81,2	62,6
Le evoca un sentimiento muy o bastante positivo la "inmigración de personas de fuera de la Unión Europea"	51,6	24,4	54,8	48,6	40,8	40,9	64,1	42,5
Está a favor de: "una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea"	48,1	69,2	83,1	56,1	60,4	51,1	44,5	65,3
Está total o más bien de acuerdo con la afirmación: "usted confía en el futuro"	66,8	13,1	74,6	79,0	61,8	90,1	86,0	68,0
<i>N</i>	1.366	1.010	1.028	1.089	1.000	1.013	1.012	15.752

■ ANEXO 3. CONSTRUCCIÓN DE LAS VARIABLES DE LOS ANÁLISIS DE REGRESIÓN DE LAS IMPLICACIONES DE LA IDENTIDAD EUROPEA

La base de datos utilizada es el fichero de datos del *Eurobarómetro 87.3*. Con ella, hemos elaborado las siguientes variables, tal como se indica en cada caso. Todas ellas son variables dicotómicas, que adoptan el valor 1 cuando la característica que indica la variable está presente y 0 cuando no está presente.

■ 1. Variables dependientes

-for_look: 1 = la frase “con visión de futuro” describe muy/bastante bien la idea que tiene el entrevistado de la UE (valores 1 o 2 en qa11_6); 0 = todos los demás casos

-shar_value: 1 = en términos de los valores compartidos los Estados miembros de la UE están muy/bastante cerca unos de otros (valores 1 o 2 en qd9); 0 = todos los demás casos

-proeuro: 1 = a favor de “una unión económica y monetaria europea con una sola moneda, el euro” (valor 1 en qa16_1); 0 = todos los demás casos

-glob_oport: 1 = totalmente / más bien de acuerdo con “la globalización es una oportunidad de crecimiento económico” (valores 1 o 2 en qa18a_4); 0 = todos los demás casos

-proinm_ue: 1 = le evoca un sentimiento muy/bastante positivo la inmigración de personas de otros Estados miembros de la UE (valores 1 o 2 en qb4_1); 0 = todos los demás casos

-proinm_noue: 1 = le evoca un sentimiento muy/bastante positivo la inmigración de personas de fuera de la UE (valores 1 o 2 en qb4_2); 0 = todos los demás casos

-polextcomun: 1 = a favor de una política exterior común de los 28 países miembros de la Unión Europea (valor 1 en qa16_2); 0 = todos los demás casos

-confifut: 1 = totalmente de acuerdo o de acuerdo con la frase “usted confía en el futuro” (valor 1 en qd11_8); 0 = todos los demás casos

■ 2. COVARIABLES

Identidad europea

-euuni_mucho: muy unido/a a la UE (valor 1 en qd1a_3)

-euuni_bast: bastante unido/a a la UE (valor 2 en qd1a_3)

-euuni_nomucho: no muy unido/a a la UE (valor 3 en qd1a_3)

[categoría de referencia: nada unido/a la UE + no sabe]

Estudios y experiencia extranjera

-edu20mas: finalizó su educación a tiempo completo a los 20 años o más (valor 3 en d8r2)

-edu16_19: finalizó su educación a tiempo completo entre los 16 y los 19 años (valor 2 en d8r2)

-edutodav: todavía está estudiando (valor 4 en d8r2)

[categoría de referencia: finalizaron su educación a tiempo completo antes de los 16 años, nunca la recibieron, no contesta]

-visita_ext: en los últimos 12 meses ha visitado un país de la UE en varias ocasiones o una/dos veces (valores 1 y 2 en qd5a_1)

-leer_ext: en los últimos 12 meses ha leído un libro... en un idioma diferente a su idioma materno en varias ocasiones o una/dos veces (valores 1 y 2 en qd5a_2)

-relac_ext: en los últimos 12 meses ha establecido relaciones sociales con personas de otro país de la UE en varias ocasiones o una/dos veces (valores 1 y 2 en qd5a_3)

-tv_ext: en los últimos 12 meses visto programas de televisión en un idioma que no sea su lengua materna en varias ocasiones o una/dos veces (valores 1 y 2 en qd5a_4)

-inetcomp_ext: en los últimos 12 meses ha usado Internet para comprar un producto o servicio de otro país de la UE en varias ocasiones o una/dos veces (valores 1 y 2 en qd5a_5)

[categorías de referencia de las preguntas anteriores: formadas, respectivamente, por quienes no han llevado a cabo esas actividades en los últimos 12 meses o no saben qué contestar]

Nivel socioeconómico

-c_lowmid: el entrevistado y su hogar pertenecen a la clase media-baja de la sociedad (valor 2 en d63)

-c_middle: el entrevistado y su hogar pertenecen a la clase media de la sociedad (valor 3 en d63)

-c_up_high: el entrevistado y su hogar pertenecen a la clase media-alta o alta de la sociedad (valores 4 o 5 en d63)

[categoría de referencia: entrevistados que se clasifican como “clase trabajadora” o no contestan a la pregunta]

-sitfh_mb: situación financiera del hogar muy buena (valor 1 en qa1a_4)

-sitfh_mbb: situación financiera del hogar más bien buena (valor 2 en qa1a_4)

[categoría de referencia: entrevistados que afirman que la situación es más bien mala, muy mala o no contestan]

Percepción de la economía nacional

-ecnacmb: situación de la economía en [PAÍS] muy buena (valor 1 en qa1a_1)

-ecnacmbb: situación de la economía en [PAÍS] más bien buena (valor 2 en qa1a_1)

-ecnacmbm: situación de la economía en [PAÍS] más bien mala (valor 3 en qa1a_1)

[categoría de referencia: entrevistados que afirman que la situación es muy mala o no contestan]

Políticas

-vcpa_ma: totalmente de acuerdo con “mi voz cuenta en España” (valor 1 en d72_2)

-vcpa_aa: algo de acuerdo con “mi voz cuenta en España” (valor 2 en d72_2)

-vcpa_ad: algo en desacuerdo con “mi voz cuenta en España” (valor 3 en d72_2)

[categoría de referencia: entrevistados que se muestran totalmente en desacuerdo con la frase o no contestan]

-ideo1_2: puntos 1 o 2 en la escala de autoubicación de izquierda a derecha (valor 1 en d1r2)

-ideo3_4: puntos 3 o 4 en la escala de autoubicación de izquierda a derecha (valor 2 en d1r2)

-ideo5_6: puntos 5 o 6 en la escala de autoubicación de izquierda a derecha (valor 3 en d1r2)

-ideo7_8: puntos 7 u 8 en la escala de autoubicación de izquierda a derecha (valor 4 en d1r2)

-ideo9_10: puntos 9 o 10 en la escala de autoubicación de izquierda a derecha (valor 5 en d1r2)

[categoría de referencia: entrevistados que no contestan a la pregunta sobre la autoubicación ideológica]

-polnac_frec: cuando queda con amigos o familiares discute frecuentemente sobre asuntos de política nacional (valor 1 en d71a_1)

-polnac_ocas: cuando queda con amigos o familiares discute ocasionalmente sobre asuntos de política nacional (valor 2 en d71a_1)

[categoría de referencia: nunca discute de esos asuntos con amigos o familiares o no contesta]

País de residencia del entrevistado

-francia: el entrevistado reside en Francia (valor 1 en country)

-belgica: el entrevistado reside en Bélgica (valor 2 en country)

-pbajos: el entrevistado reside en los Países Bajos (valor 3 en country)

-italia: el entrevistado reside en Italia (valor 5 en country)

-luxemb: el entrevistado reside en Luxemburgo (valor 6 en country)

-dinam: el entrevistado reside en Dinamarca (valor 7 en country)

-irlanda: el entrevistado reside en Irlanda (valor 8 en country)

-runido: el entrevistado reside en el Reino Unido (valores 9 o 10 en country)

-grecia: el entrevistado reside en Grecia (valor 11 en country)

-espana: el entrevistado reside en España (valor 12 en country)

-portugal: el entrevistado reside en Portugal (valor 13 en country)

-finlandia: el entrevistado reside en Finlandia (valor 16 en country)

-suecia: el entrevistado reside en Suecia (valor 17 en country)

-austria: el entrevistado reside en Austria (valor 18 en country)

[categoría de referencia: el entrevistado reside en Alemania]

ANEXO 4. REGRESIONES LOGÍSTICAS SOBRE LAS IMPLICACIONES DE LA IDENTIDAD EUROPEA

En los cuadros siguientes, los niveles de significación de las *odds ratios* correspondientes son como siguen: *** 0,001; ** 0,01; * 0,05.

V. dependiente: for_look	Sin controles		Con controles		V. dependiente: shar_value	Sin controles		Con controles	
euuni_mucho	12,41	***	7,76	***	euuni_mucho	7,34	***	4,44	***
euuni_bast	7,59	***	4,95	***	euuni_bast	5,35	***	3,33	***
euuni_nomucho	2,53	***	1,99	***	euuni_nomucho	1,99	***	1,47	***
edu20mas			1,05		edu20mas			1,36	***
edu16_19			1,19	***	edu16_19			1,29	***
edutodav			1,80	***	edutodav			1,85	***
visita_ext			0,92		visita_ext			1,12	**
leer_ext			1,05		leer_ext			1,18	**
relac_ext			1,15	**	relac_ext			1,17	***
tv_ext			1,14	**	tv_ext			1,23	***
inetcomp_ext			1,00		inetcomp_ext			1,17	***
c_lowmid			1,00		c_lowmid			1,19	**
c_middle			0,92		c_middle			1,08	
c_up_high			0,86		c_up_high			0,90	
sifh_mb			1,64	***	sifh_mb			1,49	***
sifh_mbb			1,39	***	sifh_mbb			1,28	***
ecnacmb			1,54	***	ecnacmb			0,98	
ecnacmbb			1,73	***	ecnacmbb			1,35	***
ecnacmbm			1,29	***	ecnacmbm			1,19	**
vcpa_ma			3,17	***	vcpa_ma			2,17	***
vcpa_aa			2,19	***	vcpa_aa			2,12	***
vcpa_ad			1,53	***	vcpa_ad			1,52	***
ideo1_2			1,16		ideo1_2			1,53	***
ideo3_4			1,24	***	ideo3_4			1,22	**
ideo5_6			1,10		ideo5_6			1,30	***
ideo7_8			0,91		ideo7_8			1,08	
ideo9_10			0,87		ideo9_10			0,92	
polnac_freq			0,76	***	polnac_freq			0,89	*
polnac_ocas			0,99		polnac_ocas			0,95	
francia			1,19	**	francia			0,64	***
belgica			0,91		belgica			0,85	
pbajos			0,54	***	pbajos			0,84	
italia			2,41	***	italia			2,05	***
luxemb			0,77		luxemb			0,59	
dinam			0,58	***	dinam			1,26	
irlanda			2,22	***	irlanda			2,76	***
runido			1,19		runido			1,13	
grecia			0,77	*	grecia			1,60	***
espana			1,23	**	espana			1,09	
portugal			2,76	***	portugal			2,07	***
finlandia			0,72	*	finlandia			1,22	
suecia			0,45	***	suecia			0,49	***
austria			0,89		austria			1,25	
Constante	0,26		0,07	***	Constante	0,33		0,08	***
R ² de Nagelkerke	0,19		0,26		R ² de Nagelkerke	0,14		0,23	

V. dependiente: proeuro

	Sin controles		Con controles	
euuni_mucho	10,87	***	6,81	***
euuni_bast	7,89	***	5,39	***
euuni_nomucho	2,79	***	2,22	***
edu20mas			1,20	**
edu16_19			1,30	***
edutodav			1,70	***
visita_ext			1,17	**
leer_ext			1,05	
relac_ext			1,07	
tv_ext			0,77	***
inetcomp_ext			0,86	**
c_lowmid			1,01	
c_middle			1,29	***
c_up_high			1,74	***
sitfh_mb			0,89	
sitfh_mbb			1,18	***
ecnacmb			4,33	***
ecnacmbb			2,60	***
ecnacmbm			1,38	***
vcpa_ma			2,25	***
vcpa_aa			1,51	***
vcpa_ad			1,22	
ideo1_2			1,16	
ideo3_4			1,27	***
ideo5_6			1,26	***
ideo7_8			0,76	***
ideo9_10			0,69	***
polnac_freq			1,13	
polnac_ocas			1,17	**
francia			4,02	***
belgica			3,82	***
pbajos			3,15	***
italia			3,18	***
luxemb			3,81	
dinam			0,22	***
irlanda			5,68	***
runido			0,57	
greCIA			7,15	***
espana			6,01	***
portugal			5,88	***
finlandia			4,42	***
suecia			0,19	***
austria			1,97	***
Constante	0,43		0,06	***
R ² de Nagelkerke	0,18		0,32	

V. dependiente: glob_oport

	Sin controles		Con controles	
euuni_mucho	8,01	***	4,17	***
euuni_bast	6,23	***	3,66	***
euuni_nomucho	2,61	***	1,96	***
edu20mas			1,45	***
edu16_19			1,40	***
edutodav			2,41	***
visita_ext			0,96	
leer_ext			1,05	
relac_ext			1,20	***
tv_ext			1,10	
inetcomp_ext			1,28	***
c_lowmid			1,24	***
c_middle			1,28	***
c_up_high			1,46	***
sitfh_mb			1,35	***
sitfh_mbb			1,12	
ecnacmb			2,03	***
ecnacmbb			1,65	***
ecnacmbm			1,26	***
vcpa_ma			2,22	***
vcpa_aa			1,93	***
vcpa_ad			1,45	***
ideo1_2			1,25	**
ideo3_4			1,27	***
ideo5_6			1,60	***
ideo7_8			1,31	***
ideo9_10			1,19	
polnac_freq			0,95	
polnac_ocas			1,11	
francia			0,65	***
belgica			0,60	***
pbajos			1,09	
italia			1,00	
luxemb			0,46	
dinam			1,38	
irlanda			1,26	
runido			0,99	
greCIA			0,48	***
espana			0,93	
portugal			1,50	**
finlandia			1,56	*
suecia			1,69	***
austria			0,54	***
Constante	0,44		0,10	***
R ² de Nagelkerke	0,14		0,28	

V. dependiente: proinm_ue

	Sin controles		Con controles	
euuni_mucho	12,42	***	5,92	***
euuni_bast	6,80	***	3,88	***
euuni_nomucho	2,33	***	1,75	***
edu20mas			1,25	***
edu16_19			0,96	
edutodav			1,58	***
visita_ext			1,27	***
leer_ext			1,47	***
relac_ext			1,27	***
tv_ext			1,12	*
inetcomp_ext			1,06	
c_lowmid			1,22	***
c_middle			1,08	
c_up_high			0,90	
sitfh_mb			1,48	***
sitfh_mbb			1,34	***
ecnacmb			1,67	***
ecnacmbb			1,40	***
ecnacmbm			1,11	
vcpa_ma			1,96	***
vcpa_aa			1,54	***
vcpa_ad			1,17	**
ideo1_2			1,48	***
ideo3_4			1,49	***
ideo5_6			1,06	
ideo7_8			0,90	
ideo9_10			0,70	**
polnac_freq			1,50	***
polnac_ocas			1,27	***
francia			0,97	
belgica			0,83	
pbajos			0,70	***
italia			1,01	
luxemb			1,51	
dinam			0,73	
irlanda			3,35	***
runido			1,23	
grecia			2,32	***
espana			2,58	***
portugal			1,92	***
finlandia			2,07	***
suecia			1,46	
austria			0,91	
Constante	0,46		0,12	***
R ² de Nagelkerke	0,18		0,30	

V. dependiente: proinm_noue

	Sin controles		Con controles	
euuni_mucho	6,64	***	3,53	***
euuni_bast	4,32	***	2,59	***
euuni_nomucho	1,94	***	1,44	***
edu20mas			1,46	***
edu16_19			1,03	
edutodav			1,74	***
visita_ext			1,15	**
leer_ext			1,31	***
relac_ext			1,20	***
tv_ext			1,22	***
inetcomp_ext			1,11	*
c_lowmid			1,00	
c_middle			1,07	
c_up_high			0,62	***
sitfh_mb			1,43	***
sitfh_mbb			1,07	
ecnacmb			1,47	***
ecnacmbb			1,53	***
ecnacmbm			1,35	***
vcpa_ma			1,80	***
vcpa_aa			1,67	***
vcpa_ad			1,36	***
ideo1_2			2,24	***
ideo3_4			1,77	***
ideo5_6			0,90	
ideo7_8			0,72	***
ideo9_10			0,61	***
polnac_freq			0,99	
polnac_ocas			0,84	***
francia			0,73	***
belgica			0,97	
pbajos			0,73	***
italia			1,02	
luxemb			0,86	
dinam			0,31	***
irlanda			2,14	***
runido			1,52	
grecia			0,79	
espana			2,23	***
portugal			1,49	***
finlandia			0,69	*
suecia			1,39	**
austria			0,85	
Constante	0,25		0,09	***
R ² de Nagelkerke	0,11		0,24	

V. dependiente: polextcomun

	Sin controles		Con controles	
euuni_mucho	9,54	***	6,24	***
euuni_bast	7,07	***	5,02	***
euuni_nomucho	2,83	***	2,34	***
edu20mas			1,05	
edu16_19			1,10	
edutodav			1,25	**
visita_ext			1,04	
leer_ext			0,89	*
relac_ext			1,17	**
tv_ext			0,84	***
inetcomp_ext			0,93	
c_lowmid			1,12	
c_middle			1,32	***
c_up_high			1,65	***
sitfh_mb			0,81	**
sitfh_mbb			1,07	
ecnacmb			2,20	***
ecnacmbb			1,73	***
ecnacmbm			1,21	***
vcpa_ma			1,73	***
vcpa_aa			1,30	***
vcpa_ad			1,14	*
ideo1_2			1,30	**
ideo3_4			1,33	***
ideo5_6			1,21	**
ideo7_8			1,06	
ideo9_10			0,81	*
polnac_freq			1,45	***
polnac_ocas			1,36	***
francia			0,93	
belgica			1,24	
pbajos			0,93	
italia			1,43	***
luxemb			1,05	
dinam			0,36	***
irlanda			1,09	
runido			0,95	
grecia			3,08	***
espana			4,35	***
portugal			0,98	
finlandia			0,60	***
suecia			0,35	***
austria			0,76	*
Constante	0,50		0,16	***
R ² de Nagelkerke	0,16		0,24	

V. dependiente: confitut

	Sin controles		Con controles	
euuni_mucho	8,63	***	3,57	***
euuni_bast	5,45	***	2,72	***
euuni_nomucho	2,06	***	1,42	***
edu20mas			1,42	***
edu16_19			1,18	
edutodav			2,16	***
visita_ext			1,03	
leer_ext			1,23	
relac_ext			1,07	
tv_ext			1,08	
inetcomp_ext			0,86	
c_lowmid			0,85	
c_middle			1,04	
c_up_high			1,06	
sitfh_mb			3,03	***
sitfh_mbb			2,04	***
ecnacmb			3,36	***
ecnacmbb			3,00	***
ecnacmbm			1,68	***
vcpa_ma			3,97	***
vcpa_aa			2,38	***
vcpa_ad			1,40	***
ideo1_2			1,17	
ideo3_4			1,25	**
ideo5_6			1,24	***
ideo7_8			0,94	
ideo9_10			0,82	
polnac_freq			0,75	***
polnac_ocas			0,89	*
francia			0,99	
belgica			0,57	***
pbajos			1,78	***
italia			1,26	**
luxemb			0,68	
dinam			1,40	
irlanda			3,69	***
runido			1,90	*
grecia			0,21	***
espana			3,07	***
portugal			3,18	***
finlandia			3,11	***
suecia			1,19	
austria			0,52	***
Constante	0,71		0,12	***
R ² de Nagelkerke	0,14		0,36	



3

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DESCONTENTO
POLÍTICO Y POPULISMO EN FRANCIA, ITALIA
Y ESPAÑA**

Josu Mezo

El objetivo de este capítulo es estudiar el papel de los medios de comunicación en el llamado “malestar en la democracia” que viene afligiendo a las democracias occidentales (o al menos a muchas de las europeas), y que se manifiesta, entre otras cosas, en la disminución en muchos países de la confianza en las instituciones (incluyendo los propios medios de comunicación) y la caída de la participación electoral. En particular, una de las manifestaciones más llamativas, y recientemente más discutidas, de ese malestar es el crecimiento del voto a partidos “populistas” en Europa, que será también objeto de estudio. El capítulo quiere entender de manera amplia el papel de los medios, no solo como promotores, inhibidores o neutrales ante el avance de estos partidos, sino también en su relación con las amplias mayorías que no han secundado a los partidos populistas y mantienen, en líneas generales, su respaldo al modelo social, económico y político establecido en la posguerra en Europa, pero que son partícipes, en mayor o menor medida, del malestar mencionado más arriba.

La primera parte del capítulo examinará diferentes hipótesis sobre el papel de los medios en la crisis de la democracia y el ascenso del populismo. En las secciones siguientes se contrastarán estas hipótesis atendiendo a la experiencia de tres países, España, Italia y Francia, que están entre los grandes países europeos occidentales en que más éxito han obtenido los partidos populistas y en los que la confianza en las instituciones ha alcanzado cotas más bajas.

Con diferencias y similitudes, en los tres casos se encontrará que los medios han contribuido, con otros muchos factores, a la pérdida de confianza en las instituciones y al crecimiento de los partidos populistas. Sin embargo, esto no debe interpretarse necesariamente como una censura a los medios, ya que esa contribución se deriva en buena medida del cumplimiento de su deseable papel de observadores críticos y vigilantes de la realidad social y política. Ciertamente, en ocasiones, algunos de ellos se dejan llevar por la tentación del sensacionalismo, prestando una cobertura excesiva a líderes y partidos populistas, que a sabiendas organizan eventos, lanzan imágenes y realizan declaraciones que llaman mucho la atención y, por tanto, son noticiables. Sin embargo, en realidad, a partir de un cierto umbral de éxito electoral, incluso los medios con una vocación de servicio público responsable (vocación, si se quiere, elitista), están obligados por su propio compromiso con la información a dar cuenta de dichos eventos o declaraciones. Incluso si lo hacen subrayando su rechazo, esa cobertura puede favorecer los intereses de los populistas. De este modo, con diferencias entre lugares y momentos, tanto unos medios responsables como unos medios sensacionalistas o elitistas, pueden canalizar los mensajes de enfado o desencanto del público, así como las respuestas (o las incitaciones) populistas a esos sentimientos. Por otra parte, en ocasiones, puede ser

la segmentación de los medios la que promueva el éxito de los partidos populistas, al facilitar a sus seguidores encerrarse en burbujas aisladas en las que se relacionan con quienes piensan como ellos. Se verá, sin embargo, que en los casos aquí examinados la contribución al éxito populista de la segmentación mediática, y ese hipotético efecto burbuja, no han sido determinantes.

■ INTRODUCCIÓN: EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN LA ACTUAL “CRISIS DE LA DEMOCRACIA” Y EL TRIUNFO DE LOS PARTIDOS POPULISTAS

El punto de arranque de este análisis es la aparente crisis a la que se enfrentan las democracias en muchos países europeos, cuya manifestación más llamativa es el ascenso electoral en casi todos los países de partidos políticos que ponen en cuestión algunos de los consensos básicos, bien sea en relación con las propias reglas del sistema político, bien sea en torno a la relación del país con el resto del mundo, y en particular con la Unión Europea. En realidad, la democracia está de un modo en otro u una crisis permanente, malestar continuo o fragilidad endémica (Pérez-Díaz, 2008: 9-14). En perspectiva histórica, el modelo de democracia representativa a escala nacional que se fue extendiendo desde finales del siglo XVIII y que conocemos actualmente ha pasado por crisis severísimas, como la gran crisis de comienzos del siglo XX, que llevó a su desaparición en muchos países europeos, en algunos casos, como el nuestro, durante varias décadas. Esa gran crisis del segundo cuarto del siglo XX puede tomarse como una referencia para relativizar la gravedad de las dificultades del presente, pero también como un mensaje de advertencia sobre la fragilidad de los sistemas democráticos incluso en sociedades cultas con economías prósperas.

En todo caso, tras un periodo de euforia por la expansión de la democracia en el mundo en la llamada Tercera Ola de democratizaciones, a finales del siglo XX, en el sur y este de Europa, América Latina y algunos países de Asia y África (Huntington, 1993), ha vuelto a activarse la conversación sobre la crisis de la democracia, nunca del todo abandonada (Crozier, Huntington y Watanuki, 1975), y especialmente viva desde comienzos de este siglo por la combinación de fenómenos como el terrorismo islamista y la crisis económica, que han puesto en duda la capacidad de los gobiernos de los países democráticos occidentales para cumplir con la promesa clásica de facilitar a sus poblaciones paz y prosperidad. A ello se suma la presencia en el escenario internacional de potencias como China y Rusia, e ideologías, como el islamismo radical, que plantan cara a las pretensiones hegemónicas de la democracia liberal.

Crisis, malestar, desconfianza...

En realidad, bajo la etiqueta de la crisis de la democracia se entremezclan tanto en la literatura académica como en la discusión mediática múltiples argumen-

tos relativos a la desafección popular con la política, la falta de confianza en el gobierno y en los políticos, la disminución de la participación electoral¹, la caída de la militancia en partidos políticos, la creación de múltiples agencias e instituciones responsables de importantes áreas políticas y aisladas de la responsabilidad electoral (como los bancos centrales), o la debilidad de la representación política (Ercan y Gagnon, 2014).

Una discusión extensa de varios de los fenómenos que componen la situación de *malestar de la democracia* se encuentra en el texto homónimo de Pérez-Díaz (2008), que ya antes de la reciente recesión económica examinaba las limitaciones a la capacidad de decisión de algunas de las democracias occidentales y las tendencias hacia la triarquía oligárquica de políticos, oligarquías económicas y culturales (timócratas, plutócratas y sofistas). Su comportamiento se apoya en simbolismos ambiguos o borrosos, incluyendo exageraciones o disimulos sobre la responsabilidad del Estado y su capacidad de influir en diferentes aspectos de la realidad social y económica, y en el uso incivil del simbolismo de la división de la sociedad entre izquierdas y derechas, como estrategia para consolidar la dominación de la clase política sobre la población. El contrapunto que puede evitar el triunfo de esas tendencias oligárquicas es que los ciudadanos adquieran una virtud cívica que combine ecuanimidad, energía y prudencia, respeto y protección del oponente, aceptación de la pluralidad y diversidad, pero también capacidad de tomar decisiones y actuar, resolviendo los problemas colectivos manteniendo el orden de libertad. Se trata de virtudes en cuya adquisición puede desempeñar un papel importante la participación de los ciudadanos en los mercados y en los tejidos asociativos. Y que, por otro lado, pueden requerir también una disposición activa y estratégica por parte de los ciudadanos para contrarrestar los impulsos de las elites y contraelites (Pérez-Díaz, 2016).

El relato dominante sobre la crisis de la democracia incluye entre sus elementos característicos la creciente desconfianza de los ciudadanos de los países democráticos europeos hacia sus sistemas políticos y sus gobiernos, que habría despejado el camino para el triunfo de nuevas propuestas políticas que proponen enmiendas a la totalidad, o al menos a una parte sustancial, de la trayectoria reciente de nuestras democracias.

De todos modos, en lo que se refiere a la desconfianza ese relato puede estar sesgado por la experiencia de Estados Unidos, donde sí hay evidencia de que se ha producido un deterioro en la confianza de los ciudadanos en sus instituciones, que puede remontarse a los años sesenta del siglo pasado. En cambio, no era tan claro que esto hubiera sucedido en otros países a la altura de comienzos del siglo XXI (Levi, Margaret y Stoker, 2000).

¹ Según un cálculo propio, basado en datos de IDEA, en los países europeos occidentales (UE-15 más EFTA), la participación en elecciones legislativas ha pasado, en promedio (no ponderado), del entorno del 84% a finales de los setenta (1979-1981), al del 73% actualmente (2015-2017). Datos disponibles en <http://www.idea.int>

Tampoco en los años posteriores el proceso es claro ni generalizado. Por ejemplo, con datos del *Eurobarómetro*, para el conjunto de la Unión Europea (UE), el porcentaje de quienes confiaban en su gobierno nacional se mantuvo bastante estable entre 2001 y 2008 (en torno al 35%), bajó rápidamente hasta un mínimo del 24% en 2013, y subió de nuevo hasta el 37% en 2017. Por su parte, en el conjunto de la OCDE se observa una caída de la confianza mucho más suave, del 44 al 38%, entre 2006 y 2014 (Ortiz-Espina y Roser, 2017)². Analizando los datos por países puede observarse que la evolución es muy diferente de unos a otros. Mientras que en los países nórdicos y centroeuropeos puede verse más bien estabilidad, e incluso ascenso en algunos de ellos, en los países donde la crisis económica ha sido más dura se ve una caída pronunciada, aunque en algunos de ellos (Portugal, Irlanda) se ha dado una recuperación notable en los últimos años.

De manera similar, las respuestas a las preguntas del *Eurobarómetro* sobre satisfacción con la democracia, disponibles desde los años setenta, muestran un panorama muy variado de un país a otro, con algunos casos claros de empeoramiento, pero también otros de mejora, y muchísimos de mantenimiento o estabilidad. De hecho, solo en los países del sur de Europa especialmente castigados por la crisis económica (Portugal, España, Italia y Grecia) se ha observado un fenómeno simultáneo, y agudo, de caída de la satisfacción con la democracia, que llegó a sus valores más bajos hacia 2013, con un porcentaje de encuestados satisfechos con la democracia (en torno al 30%) claramente inferior al habitual 15, 20 o 30 años antes. De todos modos, esa caída no había sido gradual, sino que entre los años ochenta y el comienzo de los años 2000 la satisfacción con la democracia había estado más bien ascendiendo o permanecido estable, cayendo muy bruscamente en los años de crisis, a partir de 2008. Y posteriormente se ha recuperado en España y, sobre todo, Portugal.

En todo caso, los tres países objeto de estudio en este capítulo pertenecen al grupo en el que la caída en la confianza en su gobierno ha sido más notable. El caso francés es algo menos claro porque la primera caída sustantiva de confianza se produjo ya en 2005 y 2006, y más tarde se han dado periodos, breves, de mayor confianza en los meses siguientes a las elecciones presidenciales (2007, 2012 y 2017). Aun así, puede observarse una caída desde un promedio del 34% en el periodo 2001-2004, a un promedio del 18% en el periodo 2013-2016. En los casos italiano y español la variabilidad es menor. Se puede resumir la información comparando los periodos completos 2001-2007 y 2008-2017: los promedios de confianza en el gobierno pasaron en Italia del 31 al 18%, y en España del 45 al 20% (gráfico 3.1)³.

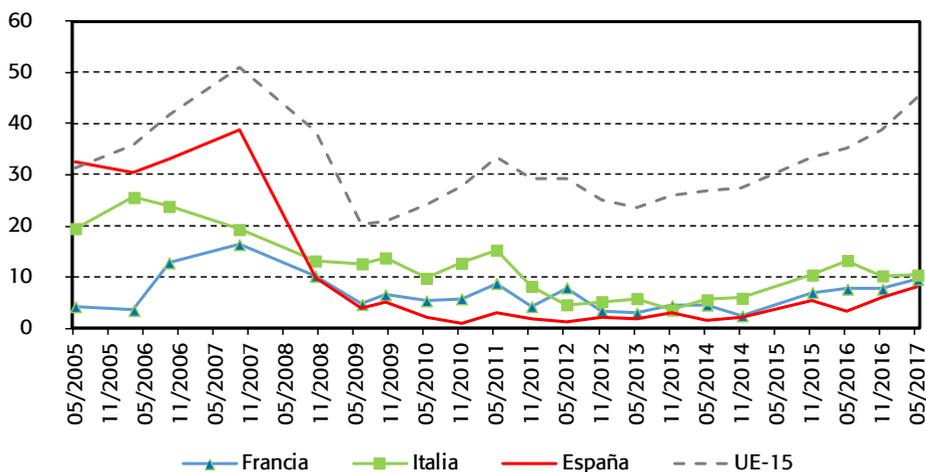
En el mismo sentido, según el Pew Research Center, los que en la primavera de 2017 se declaraban no satisfechos con el funcionamiento de la democracia en su país eran el 74% en España, el 67% en Italia y el 64% en Francia, porcentajes solo superados, entre los países occidentales, por el 79% en Grecia, y muy por encima

² Se trata de una media ponderada por población de los 28 países de la OCDE de los que hay datos.

³ Elaboración propia a partir de datos de *Eurobarómetro*.

Gráfico 3.1

FRANCIA, ITALIA, ESPAÑA Y UE-15 (2001-2015). ENCUESTADOS QUE TIENDEN A CONFIAR EN SU GOBIERNO NACIONAL (PROMEDIOS ANUALES)



Nota: UE-15= Promedio no ponderado.

Fuente: Elaboración propia con datos de Eurobarometer Interactive. Sección: Trust in Institutions-The (Nationality) Government.

del valor mediano, entre este tipo de países, del 50%. Asimismo, los que confiaban mucho en que el gobierno nacional hace lo correcto para el país eran un 1% en Italia, un 3% en Francia y un 5% en España. Sumando los que confiaban bastante en el gobierno nacional, los porcentajes serían 26%, 20% y 17% respectivamente, frente a porcentajes del 49% o más en el resto de países occidentales encuestados (de nuevo, con la excepción de Grecia) (Pew Research Center, 2017).

El ascenso populista

Una segunda parte del argumento sobre la crisis contemporánea de la democracia se fija en el ascenso de partidos populistas, que, con peculiaridades propias de cada país, tienen en común, precisamente, la denuncia del mal funcionamiento del sistema político existente, causado por unas elites políticas corruptas, en un sentido amplio de este término, que utilizan el gobierno para sus propios fines e ignoran los deseos y necesidades de la gente común, del pueblo llano⁴. Este discurso, o ideología delgada (Mudde, 2004), puede acompañar, por una parte, a partidos políticos de derecha, nacionalistas, con propuestas políticas contra la inmigración, en favor de la protección de la lengua, la cultura y las costumbres tradicionales

⁴ Un buen resumen de los diferentes significados del término populismo puede encontrarse en Pérez-Díaz y Rodríguez (2016: 140-151).

del país, y en defensa de la soberanía nacional amenazada por las fuerzas transnacionales y, en particular, la UE. Hasta la Gran Recesión estos eran los partidos populistas más exitosos en Europa: el Partido de la Libertad de Austria, el Frente Nacional de Francia, el Partido para la Libertad de los Países Bajos, y partidos similares en los países nórdicos, como el Partido Popular Danés o el Partido de los Finlandeses. Es en la antigua Europa del Este, sin embargo, donde encontramos los dos partidos más exitosos de este tipo, *Fidesz* (Unión Cívica Húngara) y *Ley y Justicia* (en Polonia), que han llegado al gobierno de sus respectivos países, con apoyos cercanos o superiores al 40% de los votos.

Por otra parte, el discurso populista puede acompañar también a propuestas o ideologías de izquierdas. En ese caso, la confrontación pueblo-élite tiende a equipararse al conflicto entre ricos y pobres, o privilegiados y perdedores, aunque no suele formularse expresamente hablando de clases sociales. Las propuestas que se realizan son similares a las tradicionales de los partidos de extrema izquierda: grandes subidas de impuestos, gran expansión del Estado de bienestar, mucho mayor regulación de actividades económicas, control estatal directo de amplios sectores de la economía... En algunos puntos, como la defensa de la soberanía nacional frente a las fuerzas económicas y políticas internacionales, pueden coincidir con los populismos de derecha. El populismo de izquierdas ha tenido sus manifestaciones más importantes en Latinoamérica, desde el peronismo hasta el chavismo. En Europa es un fenómeno más reciente, en el que se puede incluir a partidos como La Izquierda, en Alemania, y, más recientemente, *Syriza* en Grecia y Podemos en España.

El ascenso de los partidos populistas se suele interpretar como una reacción de rechazo a los partidos políticos tradicionales desarrollada por una parte de la población ante su aparente incapacidad para responder a fenómenos como la globalización económica y cultural, la integración europea, la inmigración, y la evidencia de amplia corrupción de los propios políticos (Albertazzi y McDonnell, 2008).

El populismo tiene una relación ambigua con la democracia liberal, que se relaciona con los dos componentes de este concepto, que incluye, por un lado, la soberanía popular y el gobierno de la mayoría, y, por otro, las reglas y límites que hacen que la mayoría no pueda abusar del poder alcanzado y protegen a las minorías, y, en definitiva, garantizan que la soberanía popular siga siendo real y efectiva a largo plazo, y no se autodestruya (Dahl, 1999). Los partidos populistas ponen el énfasis en el primero de los componentes, y en ese sentido son democráticos, y pueden ejercer una influencia positiva en momentos y lugares en los que la democracia está en construcción y el objetivo es transformar un sistema autoritario, o cuando las limitaciones al poder de la mayoría en un sistema democrático se hayan transformado, en beneficio de minorías privilegiadas, en un impedimento completo a cambios sustanciales en las políticas públicas. Por otro lado, su desconfianza y rechazo de los límites al gobierno de las mayorías lo puede convertir en un peligro para la democracia liberal cuando el populismo trata de dismantelar esos controles y expandir los poderes de los gobernantes. Por todo ello, el populismo puede ser tanto un correctivo como una amenaza para los sistemas democráticos, según el

contexto en el que actúe y según se sitúe en el gobierno o en la oposición (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2012b).

También en el contexto europeo actual pueden apreciarse esas dos dimensiones del populismo. Por un lado, su ascenso refleja la desafección de una parte del electorado con los partidos existentes y expresa su malestar, pudiendo servir de llamada de atención en sistemas políticos anquilosados, en los que las elites políticas han perdido la conexión con sectores amplios de la población. La presión ejercida sobre el sistema por los partidos populistas puede despertar de su letargo a los partidos tradicionales, introducir en la agenda política temas desatendidos, o favorecer reformas que faciliten el control de los ciudadanos sobre los políticos. Pero, al mismo tiempo, si los partidos populistas llegan al poder, pueden estar tentados de desmontar o debilitar las limitaciones sobre los gobernantes propias de una democracia liberal, que serán entonces vistas no como garantías de los derechos de los ciudadanos, sino como impedimentos al ejercicio legítimo del poder que corresponde a los representantes del pueblo.

Prensa, desconfianza y populismo

El objetivo de este capítulo es entender la contribución de los medios de comunicación a la aparente crisis de los sistemas democráticos, y, en particular, al ascenso de los partidos populistas. Se trata de entender cómo han dado cauce los medios a la insatisfacción social con el funcionamiento de los sistemas políticos, tanto entre las personas atraídas por los movimientos populistas como en el resto de la ciudadanía, en la que puede haber muchos descontentos o críticos con el sistema, pero que no apoyan a esos partidos. Por decirlo de otra forma, tanto como entender si los medios han contribuido al auge del populismo se trata de entender el papel más general de los medios en la disminución de la confianza en la política y las instituciones que se ha producido en los países estudiados.

El planteamiento del capítulo cuestiona implícitamente las visiones estructuralistas que vinculan de manera estrecha el auge de los populismos con factores económicos, argumentos como el de que los votantes populistas serían “los perdedores de la globalización”, los perjudicados por la crisis económica, etc. (véase, por ejemplo, Algan *et al.*, 2017; Dörre, Kraemer y Speidel, 2006; Hernández y Kriesi, 2016). Esta puesta en cuestión no quiere decir que no haya conexión ninguna entre situación socioeconómica y comportamiento político, sino que esa relación dista mucho de ser directa. En primer lugar, los partidos populistas han tenido éxito en países y momentos históricos con situaciones económicas diversas, e incluso cuando aparecen en situaciones económicas de adversidad, pueden perdurar más allá de ese momento inicial. En la Europa actual no se observa ninguna asociación entre el apoyo a partidos populistas de toda índole y las circunstancias económicas del país, en el presente o en el pasado reciente. En segundo lugar, las crisis económicas no explican tampoco de manera fácil cuál es el color político (de izquierda o derecha) de los partidos políticos populistas exitosos en cada país. La relación entre crisis económica y aparición y éxito del populismo, por tanto, está muy mediada por ideas

y discursos formulados por los agentes políticos y culturales, que pueden encauzar de maneras muy diferentes las ideas y comportamientos de una parte de la sociedad que puede que sí esté percibiendo que se queda atrás. Es en ese proceso de creación y difusión de ideas donde aparecen los agentes políticos como oferentes y los medios de comunicación como intermediarios, y operan otros factores (sistema educativo, redes de socialización...).

Desde el punto de vista de la “oferta” de los medios, de su comportamiento, los argumentos que suelen utilizarse para entender su impacto sobre la crisis de confianza o el malestar de las democracias se pueden agrupar en cuatro grandes bloques, narraciones o hipótesis, que se exponen a continuación.

■ A. La hipótesis normativa: los medios como vigilantes

Una primera hipótesis a considerar es que los medios estén haciendo o hayan hecho una contribución importante al proceso de pérdida de confianza en las instituciones, precisamente en cumplimiento del papel que les asignaría lo que podemos llamar la visión normativa de los medios de comunicación en las democracias liberales. En las obras de Robert Dahl, por ejemplo, la existencia de fuentes de información alternativas es uno de los elementos claves constitutivos de la poliarquía, el término que él utiliza para referirse a los sistemas políticos realmente existentes más cercanos al modelo democrático (véase, por ejemplo: Dahl, 1999, caps. 4 y 8). Los medios tendrían un triple papel en relación con el funcionamiento del sistema político: como foros cívicos, donde se produce el debate pluralista sobre los asuntos de interés público⁵; como vigilantes de la actuación de los poderes públicos; y como agentes movilizadores del interés del público por los asuntos políticos y de la consiguiente participación pública (Norris, 2000: 22-35).

Una visión en positivo sobre la contribución de los medios al malestar democrático puede hacerse entendiendo que, en líneas generales, su comportamiento en los últimos años ha sido coherente con ese modelo ideal y han cumplido con su papel revelando y discutiendo en público problemas reales que las democracias occidentales habían ido acumulando. Este argumento rechazaría o referiría a un tiempo anterior (tal vez hasta los años ochenta) la acusación propia de la perspectiva elitista (que se verá más adelante), según la cual los medios públicos y privados tenderían a disimular o ningunear algunos de los problemas esenciales de las sociedades contemporáneas. De manera que, en todo caso, en los últimos 25 años los medios sí habrían cumplido, en general, con su papel de vigilantes y críticos de los poderes políticos y económicos. Los problemas de paro, desigualdad, estancamiento económico o corrupción política son reales, no inventos de los medios o de los populistas, de manera que puede muy bien argumentarse que los medios que

⁵ Ese foro cívico de los medios sería uno de los escenarios fundamentales donde se desarrollaría la esfera pública, pilar esencial del modelo ideal de sociedad civil, junto con un gobierno limitado y responsable, una economía de mercado, y un tejido asociativo plural (Pérez-Díaz, 1997).

ponen su foco en ellos no hacen más que airear problemas no resueltos de nuestras sociedades contemporáneas, cumpliendo así su papel. Desde esta perspectiva, por tanto, el que las elites políticas y económicas no sepan dar respuesta, y al final sean los partidos populistas los que se benefician de esas visiones críticas, no debe llevarnos a ver negativamente a unos medios que en realidad estarían cumpliendo con su papel.

■ B. La hipótesis del sensacionalismo, o el sesgo de producción

Una larga tradición de estudios, a partir, al menos, de los años setenta, tiene una visión más bien negativa del impacto de los medios sobre el sistema democrático. El término “video-malestar” fue propuesto ya en 1976 por Michael Robinson para referirse al vínculo entre el consumo de programas de noticias por televisión y el cinismo y la desconfianza del público (Robinson, 1976). La misma idea aparecía, en especial en relación con Estados Unidos, en el famoso informe para la Comisión Trilateral de 1975 sobre la crisis de la democracia (Huntington, 1975: 98-99).

En los años noventa, Neil Postman hacía el argumento (con ecos de McLuhan) de que el medio de transmisión de información dominante en una sociedad (la transmisión de sabiduría por vía oral, a través de proverbios; o la escritura; o la televisión) condiciona la propia idea de lo que puede ser considerado como verdad, o la idea de inteligencia. Desde finales del siglo XIX, con la aparición del telégrafo y la fotografía, nos hemos ido moviendo de una cultura tipográfica a una cultura audiovisual. Con ello, el formato más representativo de nuestro modo de adquirir información es el informativo de televisión, que tiende a la presentación de información de forma fragmentaria, “sin contexto, sin consecuencias, sin valor, y, por tanto, esencialmente sin seriedad” (Postman y Postman, 2006: 100). En esos informativos se presta tanta atención al aspecto de los presentadores, la decoración del estudio, o la música de la cabecera como al contenido de las, por otra parte, brevísimas piezas de información, en las que se alternan temas gravísimos con otros ligeros, a un ritmo vertiginoso que impide cualquier reflexión del espectador sobre su significado o trascendencia. Todo ello interrumpido cada pocos minutos por anuncios, que terminan de subrayar la falta de seriedad de los contenidos. El informativo de televisión incorpora una teoría de la anticomunicación que “abandona la lógica, la razón, la secuencia y las reglas de la contradicción”. Sus equivalentes serían, en estética, el dadaísmo; en filosofía, el nihilismo; en teatro, el vodevil (Postman y Postman, 2006: 105).

Pueden encontrarse paralelismos entre la visión de Postman y la de Jürgen Habermas (2004) sobre la transformación de la esfera pública desde su versión burguesa liberal basada en los periódicos, los panfletos y las revistas intelectuales, hasta su decadencia propia de la democracia de masas y el capitalismo industrial de la segunda mitad del siglo XX, con un público que ya no es realmente partícipe en un debate sino más bien mero espectador de un simulacro de debate que tiene lugar en los medios de masas. En una línea similar se encuentra la queja de

Giovanni Sartori (1998), que encuentra en los medios de masas contemporáneos, especialmente en la televisión, y más en su país que en otros, el predominio de las noticias banales, los pseudoacontecimientos (creados para la propia televisión), la desaparición de las noticias internacionales, la preferencia por los conflictos y las confrontaciones violentas, especialmente si producen imágenes llamativas, y, en definitiva, una mezcla de subinformación y desinformación que impide la abstracción y la racionalidad propia del ciudadano, transformado en *homo videns*.

En particular, en las noticias políticas, la gramática audiovisual, con su brevedad y simpleza, favorece un estilo de periodismo de confrontación, cuya cobertura se orienta a descubrir a los políticos en contradicciones, errores o declaraciones torpes, a dar gran cobertura a las tensiones y conflictos entre partidos, o, dentro de ellos, a informar exhaustivamente de la política como competición, cuyo tanteo (las encuestas, las elecciones) cobra gran protagonismo, frente a los contenidos de las propuestas programáticas de los candidatos, de las iniciativas legislativas o de las decisiones del ejecutivo (Sabato, 1991; Patterson, 1994).

Como medio dominante, además, la televisión ha extendido elementos de la gramática audiovisual (banalización, *infotainment*, superficialidad) a otras esferas de la vida social (la comunicación política, la educación e, incluso, al menos en Estados Unidos, la religión) y a otros medios de comunicación, como los periódicos y las revistas populares, o la radio (Postman y Postman, 2006). Además, los contenidos de estos últimos se han orientado cada vez más hacia la crónica negra o rosa, o los escándalos financieros y políticos, facilitados por la reducción de regulaciones sobre los medios de comunicación iniciada en los ochenta, y por los procesos de concentración empresarial en grandes corporaciones internacionales, desapegadas de los orígenes de los medios locales y nacionales como partes “responsables” de una comunidad, y por tanto centradas en la simple búsqueda del rendimiento económico como casi exclusivo propósito de sus diferentes productos (Fallows, 1997).

Con la llegada de Internet esas tendencias se habrían visto favorecidas por la facilidad para medir el interés del público en los diferentes contenidos, favoreciendo la apuesta en los medios *online* por historias cortas, sensacionalistas o, al menos, atractivas. Al mismo tiempo, la migración de la publicidad a nuevas empresas como Google y Facebook habría reducido mucho los márgenes de las empresas de medios de comunicación, y, por tanto, dificultado aún más la apuesta por contenidos poco comerciales y reducido su independencia económica y su fortaleza institucional para resistirse a presiones económicas o políticas (Davies, 2009).

En definitiva, según esta perspectiva, a finales del siglo XX y comienzos del XXI nos encontramos con una prensa de baja calidad, sin espacio para el debate público ordenado, para la información de asuntos políticos complejos, con primacía del espectáculo sobre el contenido, y con atención desorbitada hacia minucias, escándalos y pseudoescándalos. Todo ello estaría contribuyendo a una ciudadanía descreída, cínica, poco informada y “despegada”.

En relación con el caso concreto de los partidos populistas, la hipótesis del sesgo de producción deriva en el siguiente argumento. Por su carácter de partidos “anómalos”, y a menudo por las características de sus líderes, así como por sus propias estrategias de comunicación, los partidos populistas suelen ser capaces de generar controversias, escándalos y escenas llamativas, que son eminentemente “noticiosas” y a las que los medios populares no sabrían o no querrían resistirse. Por lo tanto, con mayor o menor conciencia de estar haciéndolo, los medios populares serían amplificadores y difusores de los mensajes de esos partidos, y, por tanto, una parte importante de su éxito (Mazzoleni, 2008). Si la hipótesis fuera cierta, deberíamos encontrar en la trayectoria ascendente de los partidos populistas y antes de su éxito electoral una presencia notable en los medios de comunicación populares, especialmente la televisión, de sus líderes políticos y de noticias sobre sus declaraciones o acciones extravagantes.

Esta visión pesimista sobre el impacto de los medios tiene también sus críticos. Por ejemplo, Pippa Norris, en un primer estudio, escrito cuando Internet estaba todavía dando sus primeros pasos (Norris, 2000), y de nuevo unos años más tarde (Norris, 2011), llegó a la conclusión de que la mayoría de los temores propios de esta hipótesis eran más bien infundados. En pocas palabras, su conclusión era que los más expuestos a los medios de comunicación tenían más conocimientos de temas políticos, más confianza en el gobierno y el sistema político y participaban más en política, no menos, como esperarían las visiones más negativas, incluso teniendo en cuenta características como su nivel educativo o su interés por la política.

■ C. La hipótesis del elitismo

Desde una perspectiva distinta también podría afirmarse que los medios de comunicación podrían haber contribuido, si no directamente al éxito del populismo, sí a la desconfianza y el desencanto de muchos ciudadanos con sus gobernantes, a través de un pecado de omisión, por el cual la mayoría de los medios habrían perdido de vista el interés de la mayoría de los ciudadanos y se habrían identificado fuertemente con las perspectivas y los intereses de las elites económicas y políticas. Esto, a su vez, podría suceder por un conjunto de motivos variados. Desde un punto de vista marxista clásico, los grandes conglomerados económicos en los que se han ido consolidando los medios de comunicación proponen de manera deliberada una visión del mundo identificada con los intereses de las grandes empresas, del capitalismo transnacional y global, y de unas elites políticas que están a su servicio (Herman y Chomsky, 2008). Valores como el consumismo, el mercado, la desigualdad de clase y el individualismo se presentan como normales, mientras la actividad política, los valores cívicos o las actividades contrarias al interés de las grandes empresas reciben una atención marginal o se denuncian. El resultado es una ciudadanía despolitizada, apática y cínica, dentro de una democracia neoliberal en la que las elites mantienen un amplio acuerdo sobre los asuntos políticos y económicos centrales (MacChesney, 1999).

Una explicación alternativa, o complementaria, menos dirigista, de la desatención de los medios a las cuestiones de verdadero interés para la ciudadanía, la ve como el resultado de la intensa socialización común de los periodistas, especialmente los periodistas políticos y económicos, con esas mismas elites políticas y económicas cuyas andanzas tienen que conocer y a las que les unen vínculos culturales, educativos (proceden de las mismas universidades), económicos (las empresas de medios están participadas por grandes consorcios económicos), ideológicos o incluso familiares. La propia práctica profesional lleva a reforzar las relaciones de interdependencia simbiótica entre políticos y periodistas, de manera que todos ellos acaban compartiendo una cultura y unas reglas comunes sobre el funcionamiento del periodismo, que los hace, en la práctica, socios (Louw, 2005: 88).

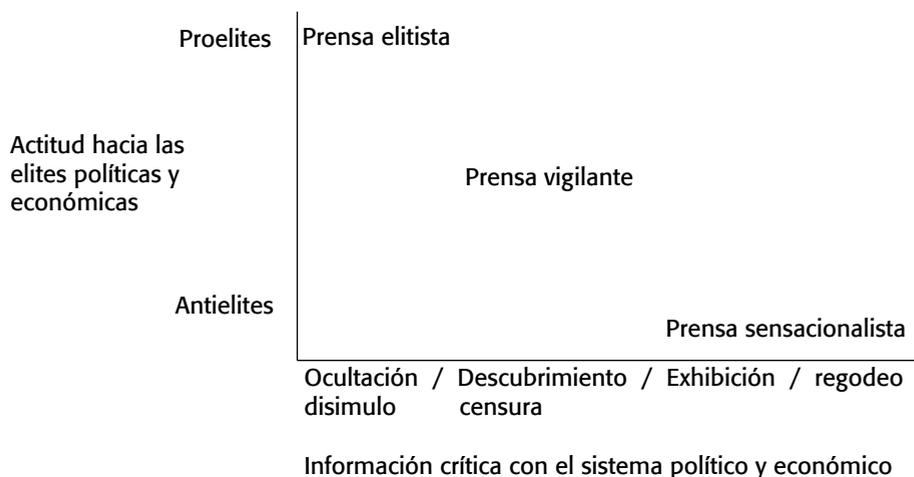
Este tipo de desviación del ideal periodístico, al contrario que el anterior, sería propio de los medios de comunicación con vocación más elitista, es decir, los periódicos de calidad, las televisiones públicas o los periódicos económicos. El *establishment* mediático, en definitiva, unido al *establishment* social, económico y político, habría descuidado su tarea de perro guardián, de vigilante de los poderosos, al estar demasiado cerca de ellos, inmerso incluso, a veces, en sus intrigas palaciegas, y habría, por tanto, ignorado cada vez más las preocupaciones de la gente común en aspectos relacionados con la marcha de la economía y el reparto más o menos equilibrado de los beneficios del crecimiento económico (cuando lo ha habido) o de los sacrificios impuestos por su falta. También habría mirado para otro lado ante la corrupción política, en un sentido lato, que incluye tanto la relacionada con la mala administración y la apropiación de recursos públicos como la relativa al mal funcionamiento de las instituciones, la partitocracia, etcétera.

Este pecado de omisión habría, entonces, contribuido al desencanto de la sociedad de manera indirecta porque, precisamente, la falta de atención de los medios habría facilitado la progresiva degeneración del orden social, económico y político. Por otra parte, los ciudadanos, conscientes de esa separación entre sus intereses y las perspectivas de los medios de elite, ya no confiarían en ellos. De hecho, la pérdida de confianza en los medios de comunicación en algunos países occidentales es de dimensiones similares a la que han sufrido las instituciones gubernamentales. La más llamativa escenificación de este desapego se dio en las elecciones presidenciales de 2016 de Estados Unidos con el contraste rotundo entre el voto popular y las recomendaciones de las páginas editoriales de los periódicos, que apoyaron masivamente a Clinton⁶.

⁶ En esa ocasión, 57 de los 100 periódicos con más tirada del país (con ventas acumuladas de 13 millones de ejemplares) recomendaron votar a Clinton, frente a dos (315.000 ejemplares en ventas), que recomendaron votar a Trump. Otros 26 (con 6 millones de ejemplares en ventas) no dieron el apoyo a ningún candidato. Por comparación, en 2012, también entre los 100 periódicos con más tirada, la distribución entre Obama y Romney fue 41/35 (10,4 millones de ejemplares frente a 6,5), con otros 24 (7,1 millones de tirada) que no apoyaron a ninguno o mostraron dudas (Peters y Woolley, 2012; Peters y Woolley, 2016).

Respecto a los partidos populistas, los medios de calidad se encuentran con una disyuntiva interesante. Por un lado, tienen un sesgo de evaluación, que les llevaría a una actitud, en muchos casos contraproducente, de rechazar darles cobertura, o hablar de ellos solo para ridiculizarlos o despreciarlos, al menos durante sus fases iniciales. En cuanto partidos “no serios” o partidos que ponen en cuestión el orden político y económico, la actitud de los medios sería de rechazo y silenciamiento. No obstante, esta actitud está en tensión con la responsabilidad periodística que obliga a dar cobertura a los hechos noticiosos, y los comportamientos, declaraciones y acciones de partidos que tienen un cierto respaldo social lo son. Por ello, a partir sobre todo de que los partidos populistas consiguen una presencia algo más que marginal en las instituciones, los medios de calidad tienen también que darles cierta cobertura (Mazzoleni, 2008). Así, respecto a la cobertura de los partidos populistas, al menos a partir de que llegan a tener un primer éxito electoral, la hipótesis elitista no se diferencia muy sustancialmente de la hipótesis sensacionalista, pues ambas prevén una cobertura amplia de dichos partidos, y de sus actividades y declaraciones más llamativas o extremas, tal vez con un tono más directamente de confrontación en la hipótesis elitista, y más neutral, distanciado o, incluso, “cómplice”, agradecido por el espectáculo, en la hipótesis sensacionalista.

Las tres hipótesis contempladas hasta ahora podrían representarse como puntos distintos en un plano marcado por la posición de los medios en dos dimensiones: ocultación/exhibición de los problemas del sistema político y protección/ataque a las elites políticas establecidas. Así, las tres hipótesis podrían verse como diferencias de grado, más que de clase. El resultado sería algo así:



El eje horizontal representa la combinación de la actitud de los medios sobre diferentes aspectos, si bien hay que recordar que no tiene por qué ser completamente coherente. Así, dentro de la información crítica con el sistema pueden distinguirse varios tipos de contenidos: la información sobre el funcionamiento del propio sistema político y sus posibles defectos (quejas sobre la falta de transparencia

de decisiones, poca participación social en decisiones importantes, problemas de diseño de instituciones, sistema electoral...); la información sobre comportamientos abusivos o corruptos de las elites políticas y económicas (decisiones arbitrarias, corrupción, amiguismo...); la información sobre las políticas públicas fallidas o los problemas sociales no resueltos (problemas relacionados con el desempleo, acceso a la vivienda y desahucios, delincuencia, educación y fracaso escolar, precariedad laboral...); y finalmente la información sobre las acciones y declaraciones de los actores sociales y políticos que son especialmente críticos con el sistema (movimientos sociales de protesta y partidos políticos alternativos, como los populistas). Es posible que algunos medios no se comporten de la misma forma respecto a esos cuatro tipos de contenidos, estando, por ejemplo, más cerca de la posición de vigilantes en la discusión de las políticas fallidas y los problemas sociales no resueltos, pero más cerca de la posición elitista en la cuestión de los abusos de poder de las elites políticas. También es posible que algunos medios se comporten en general como vigilantes, pero caigan en la tentación (o trampa) sensacionalista respecto a la presentación amplia de las voces de los partidos nuevos, incluso en términos desfavorables, lo cual puede ser suficiente para favorecerles, por la pura exposición.

■ D. La hipótesis de la segmentación

La cuarta hipótesis sobre el comportamiento de los medios no tiene un encaje sencillo en el análisis comparado que se acaba de hacer, porque no se refiere tanto al contenido y tono de los medios como a su fragmentación y a la división de las audiencias.

La segunda mitad del siglo XX (o tal vez solo el tercer cuarto, entre los años cincuenta y ochenta) fue un periodo anómalo en la historia de los medios de comunicación, ya que casi la totalidad del público de las democracias de ambos lados del Atlántico estuvo expuesto de manera masiva a unos informativos televisivos, con vocación de neutralidad, equilibrio y servicio público, que contribuían a que casi toda la población compartiese un marco común de comprensión de la realidad, y a que estuviera expuesta a opiniones y puntos de vista variados sobre los asuntos controvertidos de cada momento. En Estados Unidos estos informativos eran producidos por cadenas privadas y comerciales que, sin embargo, habían hecho suyas las ideas de un periodismo de servicio público, comprometido con la información de calidad, la neutralidad y el equilibrio, propuesto por Walter Lippmann, y que también caracterizaba a los periódicos de calidad (Pariser, 2011: 52-69). Estos medios podían permitirse el "lujo" de hacer un periodismo que aspiraba a ser de calidad, entre otras cosas, porque tenían grandes beneficios económicos. En el caso de la televisión y la radio, además, ese tipo de periodismo venía respaldado por las resoluciones de la Federal Communications Commission (FCC) que imponían a los medios de comunicación que requerían una licencia (radios y televisiones) la llamada *fairness doctrine*, es decir, la obligación de dar cobertura adecuada a los temas de interés público y de asegurarse de que esa cobertura representaba de

manera justa los diferentes puntos de vista existentes (Sunstein, 2009: 72-73). En Europa las televisiones estaban, en su mayor parte, en manos de monopolios u oligopolios de carácter público que, exentos de presiones comerciales, aspiraban también, al menos teóricamente, a ofrecer a sus espectadores una información de calidad, neutral políticamente y orientada a los grandes asuntos de interés público.

A partir de los 80 ese panorama se va resquebrajando por diferentes vías. La televisión por satélite, y luego por cable, multiplica la oferta. En Estados Unidos, dada la explosión en la oferta, la FCC relajó y acabó eliminando la exigencia de la *fairness doctrine*, abriendo paso a canales de radio y televisión con marcadísimas tendencias ideológicas, antes inexistentes. En Europa se introduce en algunos países, se expande en otros, la televisión privada, con unas regulaciones legales sobre sus contenidos informativos más laxas y un *ethos* comercial diferente al de la televisión pública. La experiencia de exposición masiva a unos medios de comunicación con vocación de neutralidad y comunes a todos los ciudadanos se va debilitando. Como a comienzos del siglo XX con los periódicos, pero ahora con las cadenas de radio y televisión, medios mucho más masivos, empresarios de los medios con objetivos ideológicos o partidistas muy marcados pueden crear productos dirigidos a grupos ideológicos afines que les confirmen en sus ideas. En correspondencia, las audiencias pueden ir segmentándose por afinidades políticas o ideológicas.

Según esta hipótesis, la llegada de Internet en los años noventa y de las redes sociales en la primera década del siglo XXI aceleró el proceso de segmentación, que llevaría cada vez más a los usuarios a consumir solamente informaciones que les confirmaran en su visión del mundo, y a aislarse de puntos de vista o temas que no fueran de su interés, pudiendo llegar, en los casos más extremos, a encerrarse en una burbuja de autoconfirmación. Pariser (2011: 9-10) subraya que el fenómeno, claramente, no es nuevo, pero tiene ahora unas características especiales que lo hacen más pronunciado y magnifican su impacto. Entre ellas, que una parte muy importante del proceso de aislamiento no es elegida (como cuando uno decide oír una emisora de radio, o comprar un periódico), sino que sucede de manera invisible, cuando los algoritmos de Google o Facebook nos suministran, basándose en nuestro comportamiento previo, la información que creen que más nos va a interesar y agradar, y sin que exista realmente la opción de elegir que no sea así. No es posible en la práctica hacer una búsqueda en Internet, o participar en las redes sociales, sin “disfrutar” de los beneficios del filtrado de contenidos. De forma que, sin ser consciente de ello se puede caer en un “bucle de uno mismo”, ya que el *software* nos expone continuamente a páginas como las que ya hemos visitado, enlaces como los que hemos difundido a nuestros contactos y como aquellos en los que hemos hecho clic. Cuando volvemos a leer o hacer clic, vamos reforzando el perfil de nosotros que tiene el *software*, que cada vez puede ser más estrecho. Hay una realimentación de la imagen que tiene el *software* de cada uno de nosotros, que se ve confirmada, y lo más grave es que esos contenidos que recibimos, vemos, leemos, seleccionados por algoritmos, nos pueden ir cambiando realmente. De manera que cada vez somos más parecidos a la imagen que el *software* se hace de nosotros (Pariser, 2011: 109-135).

Las consecuencias de esta ultrapersonalización de la experiencia de Internet serían muy negativas para la esfera pública ya que, aun manteniéndose en pleno vigor los derechos de libertad de expresión y libre acceso a múltiples fuentes de información, en la práctica se limitan enormemente dos de sus principales consecuencias, que pueden considerarse simétricas: la capacidad de quienes quieren exponer diferentes ideas de llegar a un público heterogéneo, no previamente persuadido, y la exposición, incluso a menudo no planeada, o incluso no deseada, de la mayoría del público a una gama diversa de ideas y argumentos (Sunstein, 2009: 19-32). Por sí mismo, esto dificultaría enormemente el debate público. Y podría favorecer dos fenómenos contradictorios. Por un lado, la apatía y el desinterés por la vida política de una parte importante de los ciudadanos, cada vez menos expuestos a fuentes de información generalistas, en las que, aunque fuera de manera superficial, recibían noticias sobre los asuntos públicos de interés general. Por otro lado, una politización intensa de otras personas, activa, pero polarizada e incluso sectaria.

Además, la ultrapersonalización puede ser utilizada deliberadamente para crear mensajes que solo sean vistos por ciertos tipos de personas, con un fin comercial o político. El debate público se hace ya completamente imposible cuando cada ciudadano recibe una imagen diferente de la realidad social y política, hecha a medida. Más grave aún es que incluso, en una competición entre ideas, o entre candidatos de diferentes partidos, el equipo de campaña electoral de unos puede que ni siquiera conozca los mensajes que está utilizando la campaña del contrincante, ya que no hay un depósito público donde deban colocarse todos los anuncios *online* (Pariser, 2011: 151 y ss.). La refutación de afirmaciones o la disputa de argumentos se hacen imposibles cuando no se conocen ni unas ni otros.

Por otra parte, múltiples estudios de psicología social muestran que la deliberación entre personas con ideas afines sobre asuntos políticos tiende a reforzar las ideas que les distinguen de otros, a polarizar sus opiniones y a separar a los distintos grupos entre sí (Sunstein, 2009: 46-93). Por ello, la hipótesis de la segmentación parece especialmente adecuada para explicar el triunfo de movimientos políticos considerados extremos, marginales, o antisistema y de hecho se está haciendo constante referencia a ella en el último año para explicar el triunfo de Donald Trump. Su victoria, frente a las intensas críticas iniciales del *establishment* del Partido Republicano, de las elites educativas e intelectuales, de la inmensa mayoría de los medios de comunicación, se basaría en que una parte amplia de su electorado simplemente no recibía esos mensajes, consumiendo una dieta muy cerrada de información proveniente de medios como las tertulias radiofónicas conservadoras, la cadena de televisión Fox News, y páginas web afines. La hipótesis de la segmentación será examinada en las siguientes secciones como posible explicación del triunfo de partidos populistas. Se tratará de ver en qué medida su éxito puede explicarse por la utilización intensiva de redes sociales en Internet o de medios de comunicación afines.

A continuación, analizo en qué medida cada una de estas cuatro hipótesis, que como se ha dicho, no son siempre mutuamente excluyentes, sino que pueden ser complementarias, parece ajustarse al fenómeno de la desafección en las democracias y, particularmente, al éxito de los partidos populistas, en toda Europa, y especialmente en los casos francés, italiano y español.

■ 1. FRANCIA Y EL FRENTE NACIONAL

Es casi un lugar común señalar que Francia lleva varias décadas en permanente estado de crisis, preocupada por su pérdida de influencia en el mundo, con peores resultados económicos que Alemania y el Reino Unido (más paro, menos crecimiento económico), un Estado muy poderoso, que consume muchos recursos, pero a menudo se ve paralizado por los bloqueos de su sistema político o por la capacidad de resistencia de grupos de interés, movimientos sociales o partidos políticos minoritarios a las reformas promovidas por sus gobiernos, incluso cuando tienen amplias mayorías parlamentarias. El creciente apoyo a un partido de extrema derecha populista como el Frente Nacional, uno de los más exitosos partidos de este tipo en Europa Occidental, puede considerarse un síntoma más de la crisis de la democracia francesa. Asimismo, aunque no se suele hablar de ellos en los mismos términos, como potenciales amenazas al sistema democrático, y de hecho hayan participado en ocasiones en mayorías de apoyo a gobiernos del Partido Socialista, el comparativamente alto apoyo a partidos de izquierda radical puede interpretarse también como una señal adicional de la debilidad del sistema político francés⁷. En esta sección se examinarán estos fenómenos, así como el papel que, según los estudiosos del caso francés, han tenido en ellos los medios de comunicación.

■ 1.1. Una democracia insatisfactoria

Como en otros países europeos, a mediados de los años setenta se produjo en Francia el final, bastante súbito, del periodo de crecimiento económico, asentamiento de un sistema político democrático y expansión del Estado de bienestar que había seguido a la Segunda Guerra Mundial, y al que en Francia se refieren como los “Trente Glorieuses” (Wieviorka, 2013: 445 y ss.). Puede decirse que Francia nunca se ha recuperado del todo de esa conmoción, y que varios de los elementos característicos de la situación actual hunden sus raíces en aquellos años.

Sin embargo, el *shock* económico padecido por Francia no ha sido muy distinto del de otros países ricos, en particular los del entorno europeo. El PIB per cápita creció en Francia entre 1970 y 2016 aproximadamente un 109%, lo que equivale a una tasa media anual del 1,6%. Este crecimiento es sin duda inferior al de los años

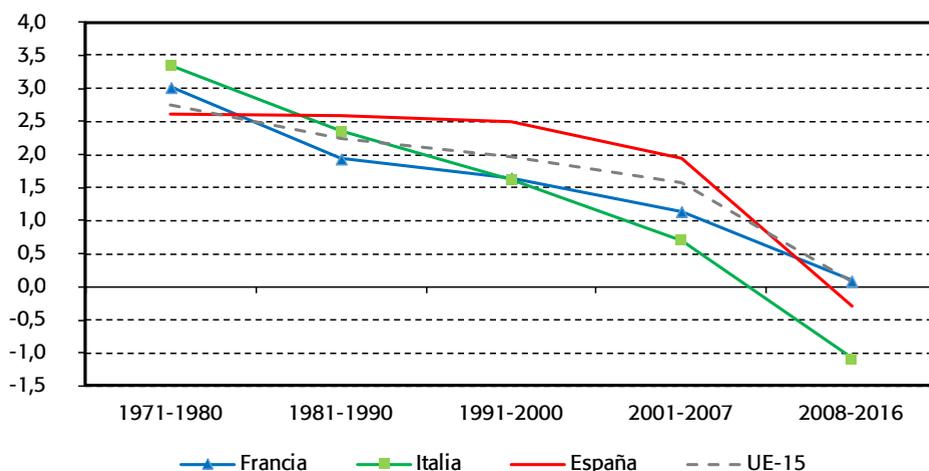
⁷ Entre 1986 y 2017 los partidos a la izquierda del PS han obtenido, en las elecciones legislativas, en promedio, un 10,5% del voto, según cálculos propios a partir de datos del Ministerio del Interior francés (<https://www.interieur.gouv.fr/Elections/Les-elections-en-France>) y (<http://www.france-politique.fr>).

gloriosos, pero es prácticamente el mismo que experimentaron los 15 países que formaban la Unión Europea hasta 2004 (UE-15) (1,7%), y solo ligeramente inferior al de Alemania (1,8%)⁸.

También es importante observar que desde los años setenta hasta ahora, tanto en Francia como en los demás países incluidos en este estudio, y en el conjunto de la UE-15, el crecimiento económico, en términos de PIB per cápita, ha ido siendo cada vez menor (gráfico 3.2). Concretamente, en Francia, el crecimiento medio del PIB per cápita fue del 3% en los años setenta, 1,9% en los ochenta, 1,6% en los noventa, 1,1% entre 2001 y 2007 y 0,1% entre 2008 y 2016. Aunque obviamente la conexión entre este indicador y el bienestar social está mediada por otros muchos factores, relacionados con la retribución de los diferentes factores en la economía, el nivel de empleo, el sistema de impuestos y los servicios sociales, parece claro que la evolución del crecimiento económico ha de estar vinculada a la percepción social sobre lo que podríamos llamar “la marcha del país”.

Gráfico 3.2

FRANCIA, ITALIA, ESPAÑA Y UE-15 (1971-2016). CRECIMIENTO ANUAL DEL PIB PER CÁPITA, MEDIA POR PERIODOS



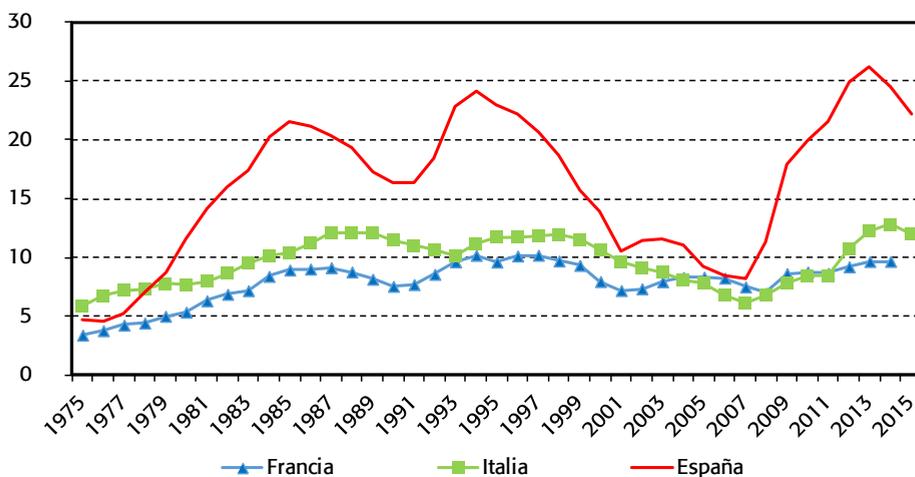
Fuente: Elaboración propia con datos de OCDE. Gross domestic product (GDP): GDP per head, US\$, constant prices, constant PPPs, reference year 2010. Disponible en <http://stats.oecd.org>

⁸ Media no ponderada de los países UE-15. Cálculos propios a partir de estadísticas de la OCDE disponibles en stats.oecd.org. Gross Domestic Product (GDP): GDP per head, US \$, constant prices, constant PPPs, reference year 2010.

La situación del mercado de trabajo es otro de los elementos centrales para describir la situación económica de un país. En Francia, la tasa de desempleo, que estaba por debajo del 4% a mediados de los setenta, se duplicó en aproximadamente una década, y se ha mantenido en un valor relativamente alto, en términos europeos, entre el 8 y el 10%, durante los siguientes treinta años (gráfico 3.3).

Gráfico 3.3

FRANCIA, ITALIA, Y ESPAÑA (1975-2015)
TASA DE DESEMPLEO



Fuente: Elaboración propia con datos de OCDE. Annual labour force statistics ARCHIVE. Rate of Unemployment as % of Civilian Labour Force. Disponible en <http://stats.oecd.org>

Podríamos decir, por tanto, que Francia se enfrenta a retos similares a los de otros países europeos occidentales, y lo hace con un nivel comparable de éxito, y, sin embargo, como se verá más adelante, en algunos aspectos la opinión pública francesa es especialmente pesimista en su percepción de la situación del país y del funcionamiento de su gobierno. Puede argumentarse que, aunque los indicadores de resultados sean en efecto similares, algunas características del sistema político y algunos eventos, en particular, pueden explicar que predomine una percepción pesimista sobre su eficacia.

Inacción política, favorecida por elementos del sistema político

Para empezar, el peculiar sistema político francés, semipresidencialista, único en Europa occidental, tiene, como otros sistemas presidencialistas, rigideces que pueden hacerlo menos efectivo que sistemas de tipo parlamentario. El mandato por tiempo fijo del presidente dificulta el cambio cuando se produce una mala gestión

o el presidente ha perdido el apoyo de la mayoría de la población, dando lugar a periodos de inacción por parte de un presidente impopular pero que ha de agotar su mandato (como sucedió en los últimos años de Chirac y de Hollande, por ejemplo). Hasta la reforma constitucional de 2000, además, el mandato presidencial era muy largo (7 años), y no se correspondía con la duración del mandato de la Asamblea Nacional (5 años), lo que llevó a tres periodos de mayoría parlamentaria de orientación política distinta a la del presidente, y gobiernos de cohabitación, con primer ministro y presidente de diferentes partidos, dos con el presidente Mitterrand (1986-1988 y 1993-1995) y uno con el presidente Chirac (1997-2002). En total fueron unos diez años de gobierno “compartido”, en los que las tensiones y conflictos entre presidentes y primeros ministros eran visibles, y llevaban a vetos mutuos y bloqueos.

Otro elemento característico del sistema político francés es la tradición, y eficacia, de la movilización social y callejera (huelgas, manifestaciones) contra propuestas políticas del gobierno. Por supuesto, está el antecedente de mayo del 68. Y luego hay una tradición de protestas estudiantiles y sindicales que con cierta frecuencia han conseguido paralizar proyectos gubernamentales. Entre otros, pueden citarse los ejemplos del plan Devaquet de reforma universitaria (1986), durante la cohabitación Mitterrand-Chirac; la huelga general de 1995 contra varias reformas de Juppé, en particular una reforma de las pensiones; o la ley de contrato de primer empleo (2006) aprobada, e inmediatamente derogada, al final del mandato de Chirac. Incluso cuando las movilizaciones no consiguen bloquear completamente las reformas, su frecuencia e intensidad contribuye a la percepción de gobiernos con capacidad limitada. Además, la mera amenaza de la protesta ha sido probablemente suficiente para disuadir a los gobiernos franceses de intentar siquiera proponer reformas consideradas de antemano impopulares.

En un sentido distinto, las movilizaciones callejeras y los disturbios sociales que en ocasiones se han producido en algunos barrios de las ciudades francesas, las *banlieues*, habitados principalmente por una población de clase social baja y con gran presencia de inmigrantes de las antiguas colonias (sobre todo, las norteafricanas), muchos de religión musulmana, y sus descendientes, han servido también para alertar a la sociedad francesa de la existencia en su seno de áreas marginales, donde los niveles de desempleo y criminalidad son mucho mayores que en el resto del país, y donde la falta de educación, el deficiente funcionamiento de los servicios sociales, y las tensiones religiosas y raciales crean unas condiciones de vida muy por debajo de los estándares aceptables en la Europa contemporánea. Estas condiciones pueden ser un caldo de cultivo para que jóvenes no integrados en la sociedad busquen una salida a su frustración a través de la radicalización islamista. Especialmente graves fueron los incidentes del año 2005, que duraron unas tres semanas, con seis muertos, cientos de heridos y casi 3.000 detenidos, miles de vehículos calcinados, y daños materiales de todo tipo, con un coste total de unos 200 millones de euros. Más allá de los daños materiales, los eventos de 2005 forzaron a la opinión pública francesa y a los líderes políticos a prestar atención a un tema incómodo, el de las *banlieues*, y a la existencia, dentro de Francia, de una población de origen inmigrante mal integrada.

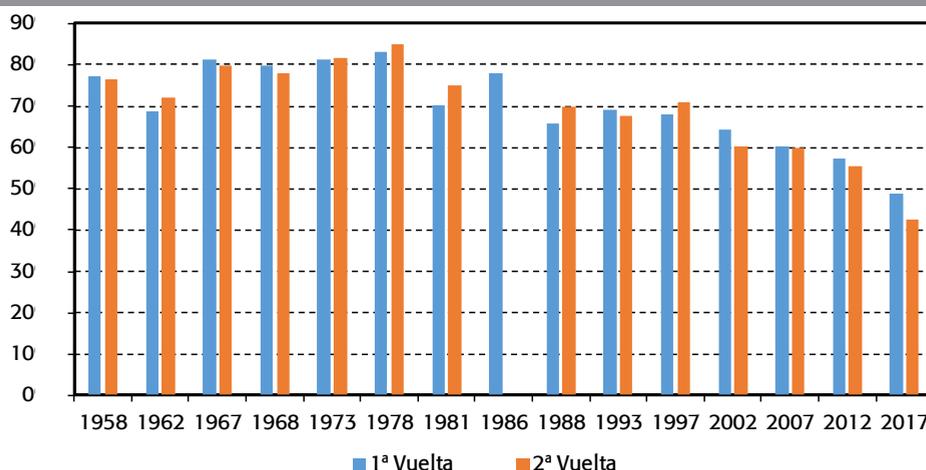
Finalmente, otro aspecto importante de la política francesa, que sin duda está vinculado con la desilusión del público, es la inacabable sucesión de casos de corrupción política, tráfico de influencias, apropiación para fines privados de bienes públicos, y financiación ilegal de los partidos políticos que llevan dañando la reputación de partidos y personajes públicos desde hace décadas (Nakayama, 2006; Pujas y Rhodes, 1999). La última campaña presidencial presenta un ejemplo llamativo, con dos de los principales candidatos, Fillon y Le Pen, inmersos en investigaciones por haber usado indebidamente fondos públicos para enriquecer a familiares o financiar sus partidos. A ello se añade la dimisión de cuatro ministros del primer gobierno Macron por investigaciones sobre asuntos muy similares, apenas unos días después de ser nombrados. Es la última manifestación, especialmente chocante, de lo que parece un problema crónico en la política francesa. Desde el escándalo de los diamantes de Giscard, pasando por los múltiples escándalos de corrupción en la alcaldía de París, siendo alcalde Jacques Chirac (que fue condenado por ellos tras dejar de ser presidente), y las investigaciones sobre Sarkozy por financiación ilegal de su campaña de 2007, los escándalos han salpicado a muchos ministros y primeros ministros; entre estos, además de Chirac y Fillon, Villepin, Juppé (condenado), Balladur, Bérégovoy, y Cresson.

Menos participación electoral, volatilidad del voto, referéndums contestados

Estos y otros factores han podido contribuir al ambiente de desencanto que se refleja en las encuestas, que se manifiesta también en el declive de la participación

Gráfico 3.4

FRANCIA (1958-2017). PARTICIPACIÓN EN ELECCIONES LEGISLATIVAS (PORCENTAJE)



Nota: En 1986, con sistema electoral diferente, hubo solo una vuelta.

Fuente: De Boissieu (2017).

electoral, que si bien se mantiene en las presidenciales, ha caído espectacularmente en las elecciones legislativas, como se ve en el gráfico 3.4. Mientras que hasta los años setenta era habitual que la participación rondara o superara el 80%, en los años ochenta comenzó un declive, con participaciones por debajo del 70%, que ya a comienzos de este siglo bajó al entorno del 60% (en 2002 y 2007) y en las dos últimas elecciones ya está claramente por debajo de ese nivel, llegando en la segunda vuelta de la elección de 2017 al mínimo histórico del 42,5%.

Otro elemento indicativo del descontento político de los franceses es la constante alternancia de victorias de los bloques políticos en las elecciones legislativas: entre el año 1981 y 2017 solo en una (2007) de las nueve elecciones a la Asamblea Nacional salió reelegida la mayoría que apoyaba al gobierno saliente. Un indicador relacionado es el de la volatilidad electoral (porcentaje neto de cambio de voto entre partidos de una elección a otra): aun sin contar la última elección, Francia tenía ya la más alta volatilidad media de todas las democracias occidentales en el periodo de posguerra (15,6%, frente a una media de 10,3%)⁹. Si se calcula el índice solo desde 1975, Francia continúa siendo el país con mayor volatilidad (16,3%), aunque hay otros países, como Italia y Holanda, con valores muy similares.

También pueden tomarse como señal del malestar político de los franceses los referéndums relativos a la Unión Europea, celebrados en 1992 y 2005, el primero para la ratificación del Tratado de Maastricht, que salió adelante con solo un 51% de votos favorables (*le petit oui*), y el segundo sobre el Tratado que establecía la Constitución Europea, derrotado con un 55% de los votos en contra. Más allá de los méritos de ambos documentos, y de los argumentos de fondo sobre sus posibles efectos para la Unión Europea y para Francia, parece claro que en ambos casos los votos por el "no" estaban también expresando el rechazo a los gobiernos de turno, y, más en general, un descontento con la situación política en el país (Franklin *et al.*, 1994; Hainsworth, 2006).

Baja confianza en gobierno y partidos, insatisfechos con los presidentes

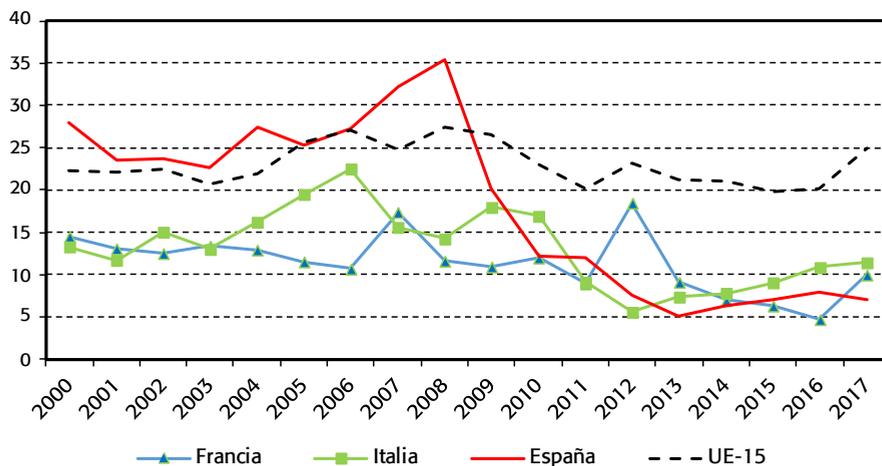
Pasando ya a la evidencia proveniente de encuestas, cuando se pregunta a los franceses por la confianza que tienen en su gobierno, el resultado es, en general, negativo, claramente más que en el promedio de los países de la UE-15, como se ha visto en la introducción (gráfico 3.1). Un resultado semejante se obtiene al preguntar por la confianza en los partidos políticos. En toda Europa es muy baja, pero Francia es uno de los países en que el nivel es menor (gráfico 3.5).

En la misma línea, las encuestas que preguntan específicamente por la satisfacción con el presidente de la República muestran un proceso de continuo deterioro de la popularidad de los sucesivos presidentes. La empresa Ifop lleva desde 1995 preguntando a los franceses cada mes para *Le Journal du Dimanche* por su opinión sobre el presidente (Ifop y *Le Journal du Dimanche*, 2007; 2012; 2017; 2018).

⁹ Cálculos propios a partir de Emanuele (2015). El índice de volatilidad fue propuesto por Pedersen (1979).

Gráfico 3.5

FRANCIA, ITALIA, ESPAÑA Y UE-15 (2000-2017). ENCUESTADOS QUE TIENDEN A CONFIAR EN LOS PARTIDOS POLÍTICOS (PROMEDIOS ANUALES)

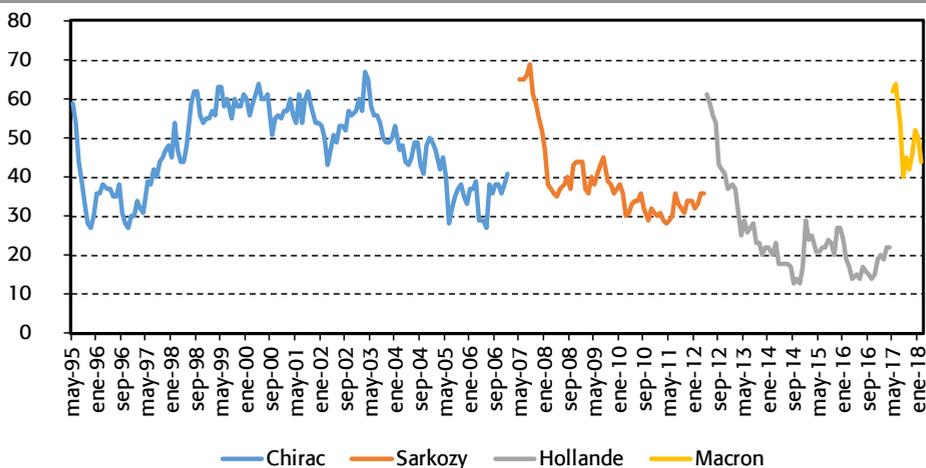


Nota: UE-15 = promedio no ponderado.

Fuente: Elaboración propia con datos de Eurobarometer Interactive. Sección: Trust in Institutions-Political Parties.

Gráfico 3.6

FRANCIA (1995-2018). ENCUESTADOS SATISFECHOS CON EL PRESIDENTE (PORCENTAJE)



Nota: Porcentaje que responde "Muy satisfecho" o "Bastante satisfecho" a la pregunta "¿Está usted satisfecho o insatisfecho con (nombre del presidente) como Presidente de la República?".

Fuentes: Ifop y Le Journal du Dimanche (2002, 2007, 2017, 2018).

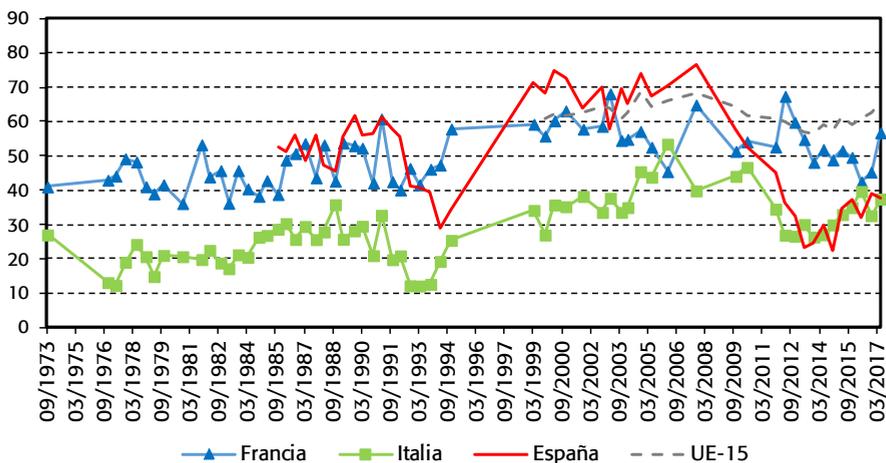
Como se ve en el gráfico 3.6 esta ha ido siendo cada vez peor, descendiendo la aprobación media del 47% de Chirac, al 39% de Sarkozy y el 25% de Hollande. Los primeros meses de Macron tuvieron un arranque similar al de sus antecesores, con una fuerte caída de la aprobación, aunque (por el momento) la satisfacción parece haberse estabilizado en niveles más altos que los que aquellos consiguieron.

Satisfacción moderada con la democracia, insatisfacción con la economía, y especialmente el empleo

Otras preguntas sobre el sistema político tienen una respuesta mucho más matizada. Por ejemplo, ante la pregunta sobre si están satisfechos con el funcionamiento de la democracia en su país, los franceses, como se ve en el gráfico 3.7, estuvieron bastante divididos hasta primeros de los años noventa, ya que los que se declaraban muy o bastante satisfechos oscilaban entre el 40% y el 50%. Sin embargo, durante los siguientes veinte años (de 1994 a 2013, aproximadamente) los satisfechos han sido claramente una mayoría, casi siempre por encima del 55% de los entrevistados, y en varias ocasiones por encima del 60%. Desde 2013, en cambio, las personas satisfechas apenas superan el 50% de los entrevistados. Para los años en los que hay datos (desde 1999), es posible ver que la satisfacción con la democracia en Francia es algo menor que en la media de la UE-15.

Gráfico 3.7

FRANCIA, ITALIA, ESPAÑA Y UE-15 (1973-2017). ENCUESTADOS SATISFECHOS CON EL FUNCIONAMIENTO DE LA DEMOCRACIA EN SU PAÍS (PORCENTAJE)



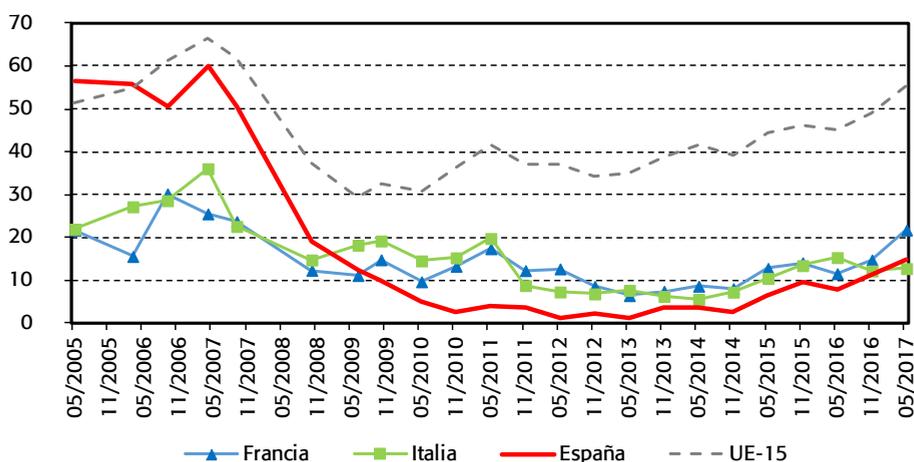
Nota: UE-15= promedio no ponderado de los países UE en 2004.

Fuente: Elaboración propia con datos de *Eurobarometer Interactiva*. Sección: "Satisfaction with national democracy".

La satisfacción con la democracia es compatible con una impresión mediocre sobre la situación de la economía. Aun antes de la crisis económica iniciada en 2008, los franceses eran notablemente pesimistas respecto a la situación económica de su país: los que pensaban que la situación económica era buena o muy buena no pasaron del 30% (en 2006) y en promedio, en el periodo 2005-2007 (cinco encuestas) eran un 23%, frente a un máximo del 66% y un promedio del 59% en el mismo periodo en los países de la UE-15. Desde 2008 hasta 2017 los que tienen esa opinión han estado por debajo del 20%, e incluso la mayor parte del tiempo por debajo del 15%, con valores mínimos del 6% en 2013 (gráfico 3.8).

Gráfico 3.8

FRANCIA, ITALIA, ESPAÑA Y UE-15 (2005-2017). ENCUESTADOS QUE CONSIDERAN LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS BUENA O MUY BUENA (PORCENTAJE)



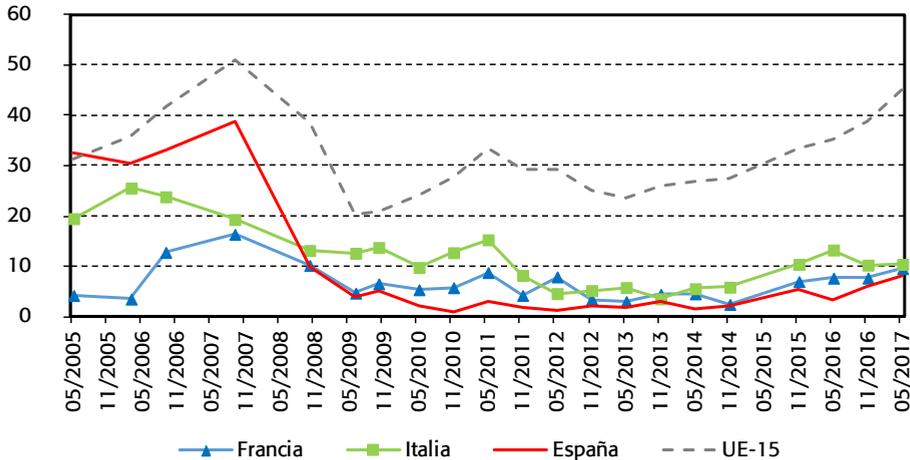
Nota: UE-15= promedio no ponderado.

Fuentes: Elaboración propia con datos de Eurobarometer Interactive. Sección: How would you judge the current situation in each of the following – The situation of the (NATIONALITY) economy.

Esta visión pesimista va acompañada de una perspectiva incluso algo más oscura sobre el mercado de trabajo. Desde que existe la serie de datos de Eurobarómetro (2005), el porcentaje de los franceses que opinaban que la situación del empleo en el país era buena o muy buena no ha pasado nunca del 16%, y la mayor parte del tiempo ha estado por debajo del 10% (gráfico 3.9). La estabilidad de la opinión pública sobre el asunto parece razonable, teniendo en cuenta que, como se ha visto más arriba (gráfico 3.3), durante los años en los que se ha hecho la encuesta, el porcentaje de desempleados apenas ha variado en Francia. Pero, como se ve en el gráfico, es una opinión mucho más pesimista que la de la UE-15 en su conjunto.

Gráfico 3.9

FRANCIA, ITALIA, ESPAÑA Y UE-15 (2005-2017). ENCUESTADOS QUE CONSIDERAN LA SITUACIÓN DEL EMPLEO EN EL PAÍS BUENA O MUY BUENA (PORCENTAJE)



Nota: UE-15= promedio no ponderado.

Fuentes: Elaboración propia con datos de Eurobarometer Interactive. Sección: How would you judge the current situation in each of the following - The employment situation in (OUR COUNTRY).

En conjunto estamos, por tanto, ante un sistema político con periodos de parálisis, falta de capacidad de decisión, y abundantes casos de corrupción. La población se muestra medio satisfecha con su sistema democrático, pero tiene malas impresiones sobre la situación económica, que anteceden a la crisis iniciada en 2008, y en particular tiene muy mala opinión sobre la situación del empleo. Los partidos políticos tradicionales se enfrentan a un descrédito generalizado, tras las presidencias aparentemente fallidas, según sus índices de popularidad, de Sarkozy y Hollande. No extraña que en las elecciones presidenciales de 2017 los candidatos de los dos partidos (o agrupaciones) históricamente dominantes solo consiguieran quedar en los puestos 3º y 5º, y sumar menos del 27% del voto. Por el contrario, el Frente Nacional obtuvo los mejores resultados de su historia, como se verá en la sección siguiente.

■ 1.2. El populismo en Francia: el Frente Nacional

El Frente Nacional es el partido populista de extrema derecha más importante de Europa occidental¹⁰. Su primer gran éxito electoral se produjo en 1984, en las

¹⁰ En porcentaje de voto, el Partido de la Libertad de Austria y el Partido Popular Suizo le disputan esa primacía. Pero dada la población de los tres países, el peso del FN en votos es mucho mayor.

elecciones europeas, en las que obtuvo un 11,2% del voto (nunca antes había llegado al 1%) (cuadro 3.1). En las siguientes legislativas, en 1986, consiguió un 9,8%, que, gracias al sistema electoral proporcional introducido poco antes a iniciativa

Cuadro 3.1

**RESULTADOS ELECTORALES DEL FRENTE NACIONAL
(EN PORCENTAJE DEL VOTO A CANDIDATURAS)**

Año	Legislativas	Presidenciales	Europeas
1973	0,6		
1974		0,8	
1978	0,8		
1981	0,3		
1984			11,2
1986	9,8		
1988		9,8	
1989			11,7
1993	12,5		
1994			10,5
1995		15,1	
1997	14,9		
1999			5,7 (9,2)
2002 (1ª vuelta)		16,9 (19,2)	
2002 (2ª vuelta)		17,8	
2002	11,3 (12,4)		
2004			9,8 (10,1)
2007		10,44	
2007	4,3		
2009			6,3
2012		17,9	
2012	13,6		
2014			24,9
2017 (1ª vuelta)		21,3	
2017 (2ª vuelta)		33,9	
2017	13,2		

Nota: Entre 1999 y 2004, entre paréntesis, la suma de votos del FN con su escisión MNR (Mouvement National Républicain). En las legislativas, el porcentaje se refiere a la primera vuelta.

Fuentes: Rydgren (2008:168) y base de datos France Politique (“Front National – Résultats Électoraux” y “Élections législatives”).

de Mitterrand¹¹, le permitió obtener una representación parlamentaria considerable, de 35 diputados (nunca repetida, por el retorno, desde las elecciones siguientes, al sistema mayoritario a dos vueltas). En las presidenciales de 1988 Le Pen obtuvo casi un 15% del voto en la primera vuelta, pero a partir de ese momento su progreso se estancó. Rota la barrera de la marginalidad, consiguió visibilidad pública y mediática, pero sus resultados electorales no pasaron del 15% en las elecciones presidenciales, legislativas ni europeas celebradas hasta 1999. Solo en las presidenciales de 2002 superó esa barrera, escasamente, con un 16,9% del voto en la primera vuelta, que fue sin embargo suficiente, dada la enorme división del voto de izquierda, para superar al candidato socialista Jospin, que quedó eliminado con el 16,2% del voto. En la segunda vuelta fue derrotado estrepitosamente, pero llegó a cosechar un 17,8% del voto. Tras aquella sacudida, sin embargo, su voto volvió a bajar, y estuvo una década sin volver a llegar al 15% del voto, e incluso quedó por debajo del 5% en alguna ocasión. Pero en 2014 el Frente Nacional volvió a resurgir de sus cenizas al “ganar” (con el 24,9% del voto) las elecciones europeas (que hay que recordar que suelen tener baja participación; en este caso fue del 42,4%). Finalmente, como es sabido, en 2017 la candidata del Frente Nacional, Marine Le Pen, pasó a la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, pero con un resultado (21,3%) peor que el que auguraban las encuestas unos meses antes, y apenas superior al de los candidatos tercero y cuarto (Fillon, del centro derecha, con el 20%, y Mélenchon, del movimiento izquierdista Francia Insumisa, con el 19,6%). En la segunda vuelta fue derrotada claramente, pero a diferencia de su padre 15 años antes, consiguió atraer un gran número de votantes de otros candidatos, lo que le permitió obtener el 33,9% del voto. No obstante, en las elecciones legislativas celebradas al mes siguiente, el FN volvió a quedar por debajo del 15%, como en el periodo de los años noventa y primeros 2000.

Orígenes y evolución ideológica

Las raíces ideológicas del partido lo relacionan con diferentes grupos y partidos de extrema derecha, en particular el poujadismo, movimiento más bien burgués, contrario a la expansión del Estado, antiintelectual, antisemita y xenófobo (Wieviorka, 2013: 446). Durante los setenta y ochenta fueron dejando a un lado sus componentes más extremos, y aceptando la participación ordinaria en el sistema político democrático. Esto les permitió llegar a un cierto nivel de apoyo, pero tenía un límite. A pesar de los intentos de modernización, el propio líder, Jean-Marie Le Pen, y otros miembros del partido, incurrieron a menudo en contradicciones o declaracio-

¹¹ Aunque había sido una de las 110 promesas de campaña de Mitterrand en 1981, la ley que introdujo el sistema electoral proporcional no se aprobó hasta 1985, tras la debacle electoral del PS en las elecciones cantonales. La interpretación dominante fue que con ello Mitterrand pretendía impedir que la victoria de la oposición de centro-derecha (UDF y RPR), anunciada por las encuestas para 1986, se convirtiera, como solía suceder con el sistema a dos vueltas, en una mayoría parlamentaria abrumadora. La previsible mayor presencia del FN en la Asamblea Nacional era un efecto colateral de la reforma, aceptado, pero no directamente buscado (Goldey y Johnson, 1986).

nes inoportunas que mantenían la sospecha de que sus verdaderas ideas seguían siendo cercanas a la extrema derecha. El techo electoral alcanzado ya prácticamente en 1988 se ha roto solo en realidad en 2014-2017, después de que Marine Le Pen hubiera purgado a su propio padre, y de que el partido hubiera realizado algunos cambios ideológicos y de imagen importantes. Se abandona el anticomunismo, se presta atención a los temas de interés para las mujeres, se hacen guiños a los gays, en lugar del antisemitismo se lanzan mensajes de apoyo a los judíos y a Israel, se deja de lado la actitud pequeñoburguesa antiestatista y reacia al Estado de bienestar, y se alaba a los funcionarios, los maestros, como los “soldados de a pie de la República”. Incluso, el discurso xenófobo, ahora fundamentalmente antimusulmán, se presenta como un discurso de defensa de los valores republicanos, y de la Ilustración, de derechos humanos, laicismo, igualdad de género, contra la amenaza del Islam y los que quieren destruir a Occidente, en un giro retórico llamativo de un partido que en sus orígenes negaba precisamente muchos de esos valores (Wievorka, 2013: 477).

Puede decirse en realidad que la xenofobia y el nativismo son los elementos centrales de la ideología del Frente Nacional que se han mantenido constantes desde su fundación. Y así, las encuestas muestran que el tema de la inmigración aparece regularmente como el primer motivo mencionado por sus votantes para explicar el voto al FN (Rydgren, 2008:170-171), aunque la distribución geográfica del voto al Frente Nacional no muestra una relación clara con el porcentaje de inmigrantes (Damgé, 2017). En las últimas décadas esto se ha manifestado sobre todo en el discurso antimusulmán y en el discurso contrario a la Unión Europea y más en general a la globalización. La defensa de la identidad de Francia y de su soberanía es el núcleo de su ideología, del que se derivan las demás ideas: rechazo a la inmigración, en general, y en particular de culturas más alejadas, defensa de la pena de muerte y, en general, de mano dura en cuestiones de ley y orden, “preferencia nacional” en el Estado de bienestar y en los puestos de trabajo (en contra, por tanto, del Mercado Único Europeo), rechazo a la integración europea, a la globalización...

Cambios recientes y éxitos electorales

A estas líneas argumentales se ha añadido desde 2011 una nueva retórica, que puede ser explicativa de los triunfos recientes: la defensa de los “olvidados” y los “invisibles” (Wievorka, 2013: 465). Una mayoría olvidada de granjeros, parados, trabajadores, pensionistas, ignorados y despreciados por la “casta política” de la UMPS (fusión de siglas de la UMP y el PS), que solo obedece a los dictados de un sistema financiero internacional enloquecido. Esos olvidados o perdedores, eran en la misma época objeto de atención de otros políticos, como José Bové, la candidata verde Eva Joly, o el propio Mélenchon. Pero en el caso del Frente Nacional esta retórica parece haber sido especialmente exitosa, transformando un clásico del argumentario nacionalista, la “Francia real”, la “Francia profunda”, que no sería ya tanto, o no solo, la Francia rural y tradicional, sino la Francia que sufre, en silencio,

ignorada por las elites urbanas, educadas, cosmopolitas, los profesionales, políticos, periodistas e intelectuales que desconocen los sufrimientos de los trabajadores.

Y en efecto, tras la renovación y el cambio de liderazgo, el Frente Nacional ha hecho importantes acercamientos hacia el mundo obrero. A nivel local ha habido varios casos de líderes sindicales que se han presentado como candidatos del FN, siendo expulsados del sindicato, pero apoyados por sus bases locales (Wieviorka, 2013: 468). De hecho, puede decirse que el primer salto electoral del FN, en los ochenta, se produjo cuando fue capaz de ir más allá de su base tradicional de pequeños comerciantes, pequeños empresarios y burguesía tradicional, y comenzar a recibir un porcentaje no despreciable del voto obrero. Y el gran salto de 2017 se ha basado también en un importante avance entre los trabajadores menos cualificados. Según la encuesta preelectoral de Ipsos, Marine Le Pen fue claramente la ganadora, ya en la primera vuelta, entre los votantes clasificados como obreros (37% frente al 24% de Mélenchon) y empleados (32% frente a 22% de Mélenchon). También fue la ganadora entre los votantes de hogares con menos ingresos (32% en los de menos de 1.250 euros, y 29% en los de 1.250 a 2.000 euros). La victoria fue también clara (43%) entre los que decían que en su hogar se las apañan muy difícilmente con los ingresos familiares (Ipsos, 2017a). Ya en la segunda vuelta, Le Pen obtuvo más de la mitad del voto obrero (56%), y más de dos tercios de los que decían que los ingresos del hogar les llegaban muy difícilmente (69%) (Ipsos, 2017b).

Este éxito entre las clases trabajadoras y las personas con menos capacidad económica parecería reforzar la tesis de que el crecimiento del apoyo al FN se explica como la revuelta de los perdedores de la globalización. En ese mismo sentido, se puede argumentar que los dos “grandes saltos” del FN (a primeros de los ochenta y a mediados de los diez) son posteriores a dos grandes crisis económicas, aunque en ambos casos con un cierto retraso en la reacción.

Por otra parte, obviamente, ni todos los votantes del FN son perdedores de la globalización, ni todos los perdedores de la globalización votan al partido de extrema derecha. La geografía electoral muestra que el FN puede ser fuerte en muchos tipos de comunidades, algunas muy castigadas por el paro y la disrupción de la economía industrial, y otras prósperas y acomodadas (Wieviorka, 2013: 483 y ss.). Los castigados por la globalización podrían, además, orientarse al voto tradicional de izquierda, pedir más Estado de bienestar, mejoras salariales, impuestos más altos a los más ricos. Si no lo hacen, o en la medida en la que no lo hacen, es por el éxito de la retórica populista contra los partidos tradicionales, contra la UE, y contra la inmigración, como fuentes de los males del país. Este es el carácter diferencial del FN, en realidad, en comparación con otras fuerzas políticas que apelan al voto de los “olvidados”, y en efecto, las encuestas nos dicen que cuando se pregunta por el motivo del voto, el asunto de la inmigración aparecía siempre en primer lugar entre los que apoyan al FN (Rydgren, 2008).

■ 1.3. Los medios, el descontento político y el populismo en Francia

■ 1.3.1. Panorama de los medios de comunicación en Francia

En Francia los medios de comunicación “tradicionales” mantienen su prestigio social y el dominio del discurso público. Los periódicos en papel, en particular, siguen teniendo una posición predominante en la agenda pública. También existen semanarios de actualidad general y política con importancia. No obstante, todos ellos tienen dificultades económicas debido a la caída de la difusión y de los ingresos publicitarios. El caso más ilustrativo de esta situación es el cierre en 2012 de la edición en papel de *France-Soir*, que había sido mucho tiempo el periódico más leído de Francia.

Los periódicos franceses han tenido tradicionalmente una clara adscripción ideológica. Entre los más leídos, *Le Monde*, hacia el centro-izquierda, y *Le Figaro*, hacia el centro-derecha. Pero, con alguna excepción, no existen medios ultrapartidistas. Algunos de los más importantes están vinculados a grupos empresariales con intereses más amplios que los de los propios medios de comunicación, y con contratos gubernamentales que les hacen susceptibles a las injerencias políticas. Así, *Le Figaro* pertenece al Grupo Dassault, un consorcio empresarial cuya principal actividad es la aeronáutica, con importantes contratos públicos en el sector de la defensa. Y el primer canal de televisión privada, TF1, pertenece al grupo Bouygues, con intereses en el sector de la construcción, que también es a menudo contratado por las autoridades públicas (Koc-Michalska *et al.*, 2013: 76).

Como en España o Italia, y a diferencia de Gran Bretaña o Alemania, no existe prensa diaria relevante de carácter sensacionalista o amarillista, al estilo de los tabloides británicos. El equivalente más cercano sería la prensa del corazón semanal, que tiene gran audiencia, pero no tiene contenidos de relevancia política. Como en otros países, existen algunos diarios gratuitos, que se distribuyen a la entrada de los medios de transporte en las ciudades, y que tienen una gran audiencia. Su impacto en la discusión pública y política es menor, sin embargo, por su propia elección de contenidos.

Limitado éxito de los nuevos medios digitales

Con la llegada de Internet, como en otros lugares, se han fundado muchos nuevos medios exclusivamente *online*, con éxito diverso (en general, no muy alto). Algunos de esos pioneros han desaparecido (Backchich, Lepost, Owni), otros han sido absorbidos por grandes grupos de medios (Rue89, LePlus), y algunos sobreviven con cierto éxito como medios independientes y ofreciendo contenidos alternativos (Médiapart, Atlantico). También hay versiones francesas de medios exclusivamente *online* americanos (como The Huffington Post y Slate). Algunos de estos medios *online* han conseguido independizarse más de la influencia de los partidos políticos y son más neutrales, pero otros tienen también sesgos ideológicos

bastante visibles. Sin embargo, los datos de audiencia muestran que son las páginas web de los medios tradicionales, y en su caso, las grandes compañías telefónicas, con páginas propias de agregación de contenidos, las que tienen más visitas.

Con todo, se cree que estos medios alternativos en Internet, redes de blogs, y campañas *online* tuvieron bastante impacto en la derrota del referéndum sobre la Constitución Europea de 2005, que puede considerarse un portazo popular a la elite, un *Brexit* en pequeño (Koc-Michalska *et al.*, 2013: 45 y ss.). Pero se argumenta que el pico de influencia de esos nuevos medios, blogueros independientes, periodistas ciudadanos, se dio en torno a esas fechas, y a las presidenciales de 2007, y que posteriormente los medios más tradicionales han recuperado la influencia y presencia que se habían dejado arrebatar en ese mundo digital.

La televisión, no muy comercial, muy vinculada al poder

Como en otros países, en todo caso, la fuente principal de noticias es la televisión. Lo que no impide que cuando se les pregunta, los franceses digan que no confían apenas en ese medio como fuente de información. Según una encuesta de Harris Interactive en 2013, el 72% de los entrevistados pensaban que los periodistas no eran independientes de la influencia política, y el 62% que no explican los acontecimientos apropiadamente (Harris Interactive SAS, 2011). Los medios en general son dignos de poca confianza entre los franceses. Entre 2009 y 2016, los que declaraban tener mucha o bastante confianza en los medios estuvieron entre el 24% y el 30%, algo menos que los que lo decían de los bancos, y solo claramente más que los que opinaban así sobre los partidos políticos (entre el 11% y el 14%) (CEVIPOF, 2018). De manera similar, en una encuesta de 2015 en once países desarrollados, Francia era uno de los países donde menos entrevistados (38,3%) confiaban en los medios informativos (Fletcher y Park, 2017: 1290)¹².

La implantación de la TDT ha significado también, al igual que en el resto de Europa, una gran diversificación de la oferta, con muchos nuevos canales temáticos, de nicho. Sin embargo, pocos de estos canales tienen programas informativos, y así la audiencia sigue estando centrada en los medios preexistentes. Los canales públicos siguen teniendo más audiencia, en conjunto, como fuentes de información. Han perdido menos audiencia que los canales privados con la diversificación de la oferta. Y además tienen más hora de programas de información, tertulias y debates. En general, se considera que siguen cumpliendo bastante bien con el estereotipo del canal público, razonablemente neutral, que da la voz a varias versiones de los acontecimientos, etcétera.

En todo caso, los medios privados tienen que firmar un acuerdo con la autoridad audiovisual sobre su programación, y están sometidos a las mismas obliga-

¹² Ese era el porcentaje que respondía que estaba más bien de acuerdo o muy de acuerdo con la frase "puedes fiarte de la mayoría de las noticias la mayor parte del tiempo". Por debajo de Francia quedaban, precisamente, Italia (35,4%) y España (34,2%), además de Estados Unidos (32,4%). Los valores más altos se daban en Finlandia (68,1%), Alemania (60,2%) o Dinamarca (57%).

ciones de prestar un servicio público y garantizar la libertad de expresión que los medios privados. Ese acuerdo es público y está disponible para su consulta *online*.

Esta regulación de la televisión encaja con un panorama general de mayor control y vigilancia estatal de los medios, limitaciones a la libertad de expresión relacionadas con derecho al honor y la privacidad, regulación y control de contenidos durante las campañas electorales, acompañado de generosas subvenciones y ayudas: en el periodo 2009-2011, por ejemplo, la ayuda a los principales periódicos rondaba entre los 15 y 30 céntimos por ejemplar vendido. En líneas generales, la relación entre medios y gobierno es mucho más estrecha que la que pueda haber en Estados Unidos.

Muy a menudo se critica que hay una tupida red de relaciones personales y familiares entre políticos y periodistas, y estrechas relaciones económicas entre el Estado y algunas de las empresas propietarias de grandes medios, lo que genera una fuerte sospecha de falta de capacidad de los medios para ejercer su función de control del gobierno. Así, por ejemplo, las relaciones de amistad de los presidentes Sarkozy y Hollande con empresarios de los medios de comunicación parecen haber influido en operaciones de compras de importantes medios y en nombramientos y ceses en los puestos directivos de los mismos (Koc-Michalska *et al.*, 2013).

Por otra parte, la tradición de “excelencia” en el periodismo francés se refiere más a la capacidad de reflexión y análisis, y al estilo literario, que al trabajo metódico de búsqueda y cotejo de información, chequeo de datos, investigaciones de largo recorrido, que son más apreciadas en el periodismo anglosajón (Benson, 2010). Esto tiene que ver en parte con la escasez de medios, que en los últimos años es aún mayor.

■ **1.3.2. Los medios y su relación con el descontento y el populismo**

¿Cuál ha sido el papel de los medios de comunicación franceses respecto a la insatisfacción general con la democracia y, en particular, el crecimiento del apoyo al Frente Nacional?

No hay una burbuja del Frente Nacional

En primer lugar, en el caso francés, la hipótesis de la segmentación es muy difícil de justificar. Por una parte, el descontento con el sistema político se viene incubando, al menos, desde los años ochenta, que fue cuando el Frente Nacional consiguió salir de su marginalidad. No había entonces, por supuesto, Internet, pero tampoco había emisoras de radio, televisión o periódicos que pudieran constituir un sistema mediático afecto a aquel partido. Aún hoy, no existen en Francia grandes medios ultrapartidistas dedicados a promover noticias tendenciosas. En todo caso, los medios *online* más exitosos tendrían un sesgo ideológico opuesto al del Frente Nacional. Además, las televisiones, públicas y privadas, que siguen siendo la fuente principal de información, mantienen unos estándares bastante altos de neutralidad

y diversidad de opiniones. Por lo tanto, ni en su despegue en los ochenta ni en sus éxitos más recientes parece que pueda atribuirse una parte sustancial del éxito del FN al fenómeno de la burbuja mediática.

La conexión de los medios con las élites políticas y económicas es real

Por otra parte, de la descripción hecha en la sección anterior sobre el panorama de los medios, se desprende que la tesis elitista tiene considerables argumentos a su favor. Es conocido que existen estrechas conexiones personales entre empresarios de los medios, políticos y periodistas (Sayare, 2012). Los medios en papel reciben sustanciosas subvenciones gubernamentales. La televisión más vista es pública, y su director es nombrado, de manera más o menos indirecta, por el presidente de la República. Las empresas periodísticas son parte de grandísimos conglomerados industriales que contratan habitualmente con el gobierno. Por tanto, la “narración” elitista, tan del gusto del propio Frente Nacional, parece que encaja bastante bien. Los medios habrían perdido la distancia necesaria para servir de controles al poder público, habrían sido demasiado blandos con la corrupción, con las ineficacias del sistema político, habrían incluido poca información sobre los perdedores, que no se verían reflejados en los medios. Y con esa falta de cobertura de los problemas reales de los ciudadanos y de los abusos de los poderosos habrían acabado favoreciendo, según esta perspectiva, que la parte del público más insatisfecha desarrolle una actitud cínica ante los propios medios y desconfíe de ellos (como se ha visto más arriba), y los ponga en el mismo grupo, mentalmente, que a los políticos, los grandes empresarios, la UE, las élites globalizadoras...

La cobertura negativa: ¿elitismo o sensacionalismo?

La actitud de los medios principales hacia el Frente Nacional encajaría también en esta teoría ya que muchos de los medios más importantes lo han tratado de manera singular, como un partido excepcional al que no se le presenta con la misma neutralidad que se considera adecuada para los otros partidos. Así, por ejemplo, *Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération*, entre otros periódicos, mantienen todavía hoy la regla de rechazar artículos de opinión firmados por cargos del Frente Nacional (Sayare, 2017). *Libération* ni siquiera los entrevista. La cobertura sobre el FN ha sido habitualmente en tono negativo, centrada en subrayar sus aspectos oscuros, los “deslices” verbales que dejaban ver las raíces fascistas o el antisemitismo de su líder (como en el caso más famoso, sus declaraciones considerando las cámaras de gas como “un detalle” en la Segunda Guerra Mundial). Incluso la vida familiar de Jean-Marie Le Pen, y su sonado divorcio, con la aparición de su exmujer en las páginas de Playboy, fue cubierta con entusiasmo y ridículo por los medios de comunicación principales, tradicionalmente silentes sobre la vida amorosa, muchas veces poco convencional, de políticos de todos los colores.

Ahora bien, como es sabido, la cobertura negativa puede ser muy valiosa para un partido emergente, particularmente si este tiene como uno de sus argumentos principales que los medios son parte de la elite contra la que luchan. Cada editorial de denuncia, cada noticia desdeñosa, se puede reconvertir en un argumento confir-

matorio de la tesis de que el FN es temido y perseguido por la elite. Y cada aparición en los medios, aunque sea con una cobertura hostil, es una oportunidad para llamar la atención del público.

De esta forma, la hipótesis elitista puede no quedar tan lejos de la hipótesis sensacionalista si los medios de elite, pretendiendo denigrar y demonizar a un partido, acaban haciéndole el juego y dándole cobertura suficiente como para que este consiga contactar con la parte del público más sensible a sus argumentos. De hecho, algunos autores consideran que el Frente Nacional debe parte importante de su éxito a su capacidad para manipular a los medios de comunicación, que en una época cada vez mayor de periodismo-espectáculo no habrían sido capaces de resistirse a las provocaciones, declaraciones llamativas, y eventos manufacturados preparados por el FN y especialmente por su anterior líder, Jean-Marie Le Pen, que habría conseguido de esa manera publicidad gratuita, presencia en los medios y en definitiva visibilidad (Wievorka, 2013: 455, 488; Mazzoleni, 2008). En particular, suele citarse como un momento clave en la historia del FN la aparición en 1984 de Le Pen, por primera vez en una televisión pública, en un programa de entrevistas de gran audiencia (*L'Heure de la Vérité*) en el que supo defenderse de los ataques de los periodistas. Más allá de si, como se rumorea, la "orden" de que se le invitara la dio o no el propio presidente Mitterrand, con la intención de debilitar a la oposición de derecha (Sayare, 2017), lo cierto es que los sondeos mostraron un aumento súbito de la intención de voto al FN en los días siguientes, y que solo unas semanas después el FN, que nunca había pasado del 1% del voto, consiguió superar el 11% en las elecciones europeas, que llevaron al propio Le Pen al Parlamento Europeo, y le dieron su primera representación política de importancia.

Ese sería el comienzo de una relación de amor-odio entre los medios y el FN, que este habría sabido explotar en su beneficio. Del mismo modo, al parecer, la elección de Marine Le Pen como sucesora de su padre al frente del partido no fue resultado de un plan dinástico de su padre, sino más bien de su éxito como comunicadora, y sus habilidades como polemista, que atrajeron la atención de los medios cuando aún no era una figura de relevancia en el partido. De manera que incluso los medios que responden a la lógica denunciada por el FN de maltrato elitista, pueden acabar teniendo un impacto similar al descrito en la hipótesis sensacionalista, si la cobertura del partido populista es lo suficientemente amplia.

Otra parte de la hipótesis sensacionalista hace referencia a que los medios contemporáneos se centran en lo escandaloso y lo conflictivo en política, y en las noticias de sucesos y delincuencia, lo que favorecería una percepción del mundo coherente con las descripciones del FN. Esta parte del argumento no es tan convincente, al menos en términos comparativos. Como se ha señalado más arriba, en comparación con otros países europeos (y no digamos Estados Unidos) ni los medios en papel ni los medios audiovisuales están tan comercializados como en Francia. La dependencia de la publicidad es menor en los medios escritos, que obtienen más proporción de sus ingresos de las ventas y las subvenciones que en otros lugares. La televisión pública no tiene anuncios en las horas en las que emiten

los principales informativos. Los controles, la legislación, los convenios, y la tradición, llevan a los medios a compartir un cierto *ethos* de servicio público que supone un contrapeso importante a las presiones comerciales.

Suficientes vigilantes

En ese sentido, los muchísimos escándalos políticos franceses, pueden ser un indicio precisamente de que al menos un sector de la prensa está realmente cumpliendo su misión de vigilancia y control. En particular, es interesante recordar que, frente a la supuesta pasividad de los medios diarios más vinculados al *establishment*, existe un peculiarísimo medio de comunicación quincenal, *Le Canard Enchaîné*, con muy amplia difusión, que no admite publicidad y vive solamente de sus ventas, totalmente independiente de grupos mediáticos y empresariales, y que además de sus contenidos satíricos se ha especializado precisamente en vigilar y controlar a los políticos y a las empresas poderosas, sacando a la luz algunos de los mayores escándalos de la política francesa, que terminaron por costar sus puestos a diferentes políticos.

Por otra parte, el análisis de contenido en el que se basa el estudio comparativo de Benson (2010) muestra que la prensa francesa, a pesar de las subvenciones, y a pesar de las relaciones intensas con el poder, incluye en sus contenidos tantas o más críticas al poder que la prensa norteamericana. Por tanto, la hipótesis de que en realidad los medios franceses sí habrían cumplido razonablemente con su papel de vigilantes del poder no se puede descartar.

De manera que, a pesar de sus tendencias elitistas, los medios franceses han sido lo suficientemente libres y plurales como para dar una cobertura adecuada a los males del país, sean estos relacionados con el mal funcionamiento del sistema político o con los problemas sociales y económicos. Según esta perspectiva, el malestar de fondo creado por esa cobertura habría sido aprovechado por el FN, que supo encontrar la oferta adecuada con la que responder a la demanda insatisfecha de una parte de la sociedad, y lo hizo en términos que los medios de comunicación, en gran medida a su pesar, tuvieron que reflejar, especialmente una vez que el apoyo al partido dejó de ser completamente marginal.

■ 2. ITALIA Y SUS MÚLTIPLES POPULISMOS

Entre los años cuarenta y primeros de los setenta Italia disfrutó de un gran crecimiento económico, un milagro económico comparable a los de los demás países democráticos occidentales. Sin embargo, su sistema político fue con frecuencia percibido como el menos exitoso de los grandes países europeos democráticos, dada la enorme fragmentación de su parlamento, el bicameralismo igualitario, frecuentemente paralizante, la constante rotación de gobiernos de coaliciones cambiantes y de primeros ministros, acompañado todo ello de dudas sobre la eficacia del Estado, las redes de corrupción infiltradas en él, y el fracaso continuo en el control de la delincuencia organizada, aparentemente incontenible en grandes zonas del país.

Ya en los años noventa el sistema político empezó a quebrarse, con una serie de investigaciones judiciales sobre la corrupción que llevaron a la desaparición o refundación de todos los partidos políticos relevantes hasta entonces y a la aparición de importantes nuevos partidos, varios de los cuales son etiquetados habitualmente como populistas. Al mismo tiempo, comenzó un periodo de cambios institucionales, especialmente reformas sucesivas de la ley electoral, que pretendían mejorar el funcionamiento del sistema político, haciéndolo más eficaz y reforzando la estabilidad del ejecutivo. Ninguna de ambas cosas se ha conseguido del todo.

Esta falta de consolidación del sistema político, unida al mediocre balance económico de los últimos 25 años explica que el malestar político haya continuado, dando lugar a la aparición de un nuevo partido populista como el Movimiento 5 Estrellas.

■ 2.1. Un sistema político en crisis permanente

Italia disfrutó, como los demás países europeos occidentales, de un *boom* económico espectacular entre el final de la Segunda Guerra Mundial y el comienzo de los años setenta. Como en otros lugares, desde los setenta el crecimiento ha sido más lento, aunque todavía durante los años setenta y ochenta, la economía italiana creció más que la media europea. En cambio, desde los años noventa, los resultados de la economía italiana han sido en promedio peores que los del conjunto de la UE-15 (gráfico 3.2).

La tasa de paro también ha crecido mucho en Italia en las últimas décadas, pero el deterioro del mercado de trabajo no ha sido tan lineal como el del crecimiento económico (gráfico 3.3). Así, podemos distinguir aproximadamente cuatro fases. Un periodo, desde mediados de los setenta hasta finales de los ochenta, en el que el desempleo creció continuamente, pero a un ritmo lento, pasando en esos quince años del 6% al 12% de la población activa. El segundo tramo dura aproximadamente una década, entre finales de los ochenta y finales de los noventa, en la que el desempleo se mantuvo muy estable, rondando siempre el 12%, salvo una breve caída hasta el 10% y una posterior recuperación. La tercera fase es de caída fuerte y rápida, de modo que en ocho años (1999-2007) el paro volvió a bajar hasta el 6%, el mejor dato en más de treinta años. Pero inmediatamente comenzaría la crisis, que revertiría esa gran mejoría en un periodo breve, la cuarta fase, en la que en solo seis años el paro recuperó el nivel del 12%, del que aún no ha descendido.

Así, Italia lleva varias décadas inmersa en un proceso de progresiva ralentización del crecimiento económico, similar, pero más intenso que el de otros países de su entorno. Por otra parte, su mercado de trabajo se encuentra estancado en un nivel de desempleo relativamente alto (30 de los últimos 35 años por encima del 8%).

La Primera República y la crisis de la partitocrazia

Mientras tanto, el sistema político de la República Italiana ha ido pasando por múltiples crisis y transformaciones, en busca siempre, supuestamente, de la esta-

bilidad y la eficacia, sin que hasta el momento parece que las haya alcanzado. Durante los años setenta y ochenta el régimen continuó con los elementos básicos que lo caracterizaban desde la posguerra: un sistema electoral muy proporcional favorecía una gran fragmentación parlamentaria, lo que daba lugar a coaliciones de gobierno multipartidistas, e inestables. Los primeros ministros cambiaban en promedio cada 18 meses (fueron 11 entre 1970 y 1990, aunque hubo 15 cambios), y los gabinetes (24) duraban menos de un año. Por debajo de tanta efervescencia había sin embargo muchos elementos de continuidad: la Democracia Cristiana, a la que pertenecían nueve de los once primeros ministros en ese periodo, estuvo presente como socio mayoritario o único en todos los gobiernos, en los que iban rotando otros cuatro partidos menores, cada uno de los cuales formó parte del gobierno entre diez y quince años. Precisamente la continuidad de los mismos partidos en el gobierno, sin verdadera alternancia, fue lo que facilitó la *lottizzazione*, un sistema de reparto de cargos, presupuestos, e instituciones controladas por cada partido político en función de su fuerza electoral, y sin apenas control mutuo sobre la competencia o fiabilidad de los que ocupaban las distintas posiciones. Como se verá más adelante, la *lottizzazione* se extendía también al control de los diferentes canales de la RAI.

Por otra parte, tanto en el Gobierno central como en el de las regiones y los municipios, muchos cargos electos o nombrados por los partidos políticos participaban en redes de corrupción, que fueron puestas al descubierto a lo largo de los años noventa en la serie de investigaciones judiciales conocidas como Mani Pulite (Manos Limpias), que mostraron que miles de cargos públicos, incluidos cientos de parlamentarios, otorgaban favores, normalmente en forma de contratos públicos, a cambio de comisiones (*tangenti*, de ahí el sobrenombre de Tangentopoli para el escándalo).

Casi al mismo tiempo que se desarrollaban los procesos judiciales, dos referéndums abrogatorios, en 1991 y 1993, forzaron cambios en la ley electoral, propiciando una reforma que introdujo un complejo sistema electoral mixto, con la mayoría de los escaños elegidos por sistemas mayoritarios en distritos uninominales y una parte, menor, elegida en listas proporcionales. El sistema pretendía favorecer la formación de coaliciones preelectorales y la elección de gobiernos estables. En 1994 se celebró la primera elección tras los escándalos de Tangentopoli regida por la nueva ley, y en ella se produjo una completa reordenación del mapa político, quedando muy disminuidos o casi desaparecidos la mayoría de los partidos de gobierno del sistema anterior, como la Democracia Cristiana, y los partidos socialista, socialdemócrata, republicano y liberal. En cambio, tuvo un gran éxito, inesperado, la coalición encabezada por Silvio Berlusconi, con su recién creado partido Forza Italia, y sus aliados de la Liga Norte, que ya en 1992 había tenido su primer éxito electoral, y de la Alianza Nacional, partido heredero de los posfascistas del Movimiento Social Italiano, que en esta elección experimentó un gran ascenso. La alianza conservadora consiguió la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados, y quedó muy cerca de ella en el Senado, de manera que la nueva ley electoral parecía estar dando sus frutos, favoreciendo la formación de mayorías, y, por ende, de gobiernos estables.

Tantos cambios llevaron a popularizar el concepto de que en Italia se había producido un verdadero cambio de sistema político, con el establecimiento de una *Segunda República*, de la que se esperaba que superase los defectos esenciales del sistema político de la posguerra. Sin embargo, las coaliciones electorales resultaron poco duraderas, y así, el Gobierno presidido por Silvio Berlusconi duró menos de un año, ya que la Liga Norte abandonó la coalición y pasó a apoyar un Gobierno tecnocrático con partidos (la propia Liga, el excomunista PDS y el PPI, heredero de la DC) que se habían presentado solo un año antes como partes de tres coaliciones diferentes.

Más continuidad que cambio en la Segunda República

Parecía claro ya que la supuesta *Segunda República* tenía aún mucho camino por recorrer para resolver los problemas de la primera respecto a la inestabilidad gubernamental y la fragmentación del sistema de partidos. En efecto, aunque ambas se han reducido respecto al periodo anterior, siguen siendo mucho mayores que en otros países europeos. A título de ejemplo, desde 1994 ha habido 11 cambios de primer ministro (con un mandato medio de apenas dos años), puesto que han ocupado nueve personas diferentes, con 14 gabinetes. Ningún gobierno ha sido formado por menos de tres partidos, y la media está en torno a 5,5. Prácticamente ningún partido de relieve ha sobrevivido sin una o varias escisiones, fusiones, refundaciones y cambios de nombre. De hecho, de los 15 partidos que consiguieron algún diputado en las elecciones de 1994, solo siguen en el parlamento sin cambios fundamentales dos pequeños partidos regionales, del Tirol del Sur y del Valle de Aosta.

Tampoco se ha conseguido la estabilidad institucional, con una eterna discusión abierta sobre el propio sistema político, que ha dado lugar a tres reformas electorales (en 2005, 2015 y 2017), así como a la aprobación parlamentaria, siempre tras largas deliberaciones, de tres reformas constitucionales sustantivas sobre la distribución de poderes y las instituciones. Solo una de ellas, en 2001, centrada en la distribución territorial del poder, fue ratificada en el subsiguiente referéndum y entró en vigor, mientras que las de 2006 y 2016, ambas orientadas a facilitar gobiernos más estables y acabar con el paralizante bicameralismo igualitario, fueron impedidas por el voto contrario de los ciudadanos.

De la misma forma, tampoco en el aspecto de la lucha contra la corrupción parece que la *Segunda República* haya supuesto una ruptura radical con la anterior. Por un lado, son conocidos los infinitos problemas con la justicia de Silvio Berlusconi. Por otro, continúan haciéndose públicos casos sobre los sobornos en la contratación pública, que han llevado a la dimisión o detención de ministros y alcaldes de ciudades importantes como Venecia o Roma. El director del Banco Central tuvo que dimitir también por un caso de uso de información privilegiada y manipulación de valores financieros. En conjunto, los italianos siguen percibiendo la corrupción como uno de los problemas más importantes del país: según el Eurobarómetro, en 2008 el 84% de los italianos creían que la corrupción era un problema relevante para el país, el 70% (porcentaje más alto de Europa) consideraba que la corrupción estaba

vinculada al crimen organizado y el 77% pensaba que la corrupción era bastante frecuente en el gobierno y las instituciones nacionales (Vannucci, 2009: 238).

Pasados ya 25 años del escándalo Manos Limpias, que puso en marcha las grandes transformaciones del sistema político italiano, este no acaba de consolidarse ni estabilizarse. Mientras, la economía italiana languidece, como se vio más arriba. Y los ciudadanos mantienen un alto nivel de escepticismo respecto a su sistema político.

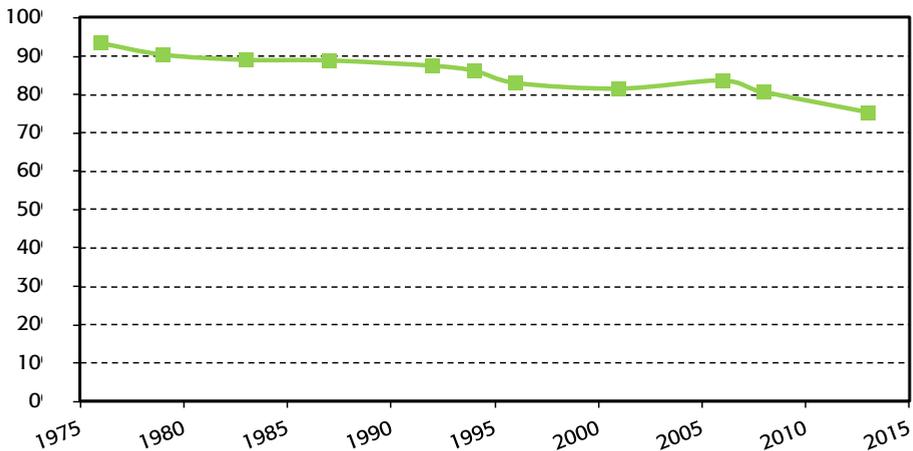
Participación electoral decreciente

Una primera manifestación de ese escepticismo puede verse en el comportamiento electoral. En los años setenta y ochenta la participación electoral en Italia solía bordear el 90%. Hasta una reforma en 1993, el voto era legalmente obligatorio, pero las sanciones eran puramente simbólicas. En todo caso, desde los noventa la participación electoral ha ido cayendo gradualmente hasta llegar a su mínimo (75%) en las elecciones legislativas de 2013 (gráfico 3.10). Los dos referéndums en los que los italianos rechazaron sendas reformas constitucionales, laboriosamente aprobadas por las mayorías gubernamentales del momento (aunque en ambos casos, no consensuadas con la oposición), son también un claro indicio de distanciamiento entre votantes y elites políticas.

Si atendemos a los estudios de opinión pública, estos venían ya mostrando en los años ochenta que los italianos tenían una creciente insatisfacción con algunos

Gráfico 3.10

ITALIA (1976-2013). PARTICIPACIÓN EN ELECCIONES LEGISLATIVAS (PORCENTAJE)



Fuentes: International Institute for Democracy and Electoral Assistance. Voter Turnout Database.

aspectos del sistema político: entre 1985 y 1991 la demanda de lucha contra la corrupción pasó del 65% al 74%, la petición de menores impuestos del 43% al 54%, la petición de mejora de la eficiencia de los servicios públicos del 56% al 66%, y la reducción del poder de los partidos políticos del 24% al 38% (Biorcio, 2003: 76).

Bajísima confianza en partidos y gobierno, poca satisfacción con la democracia

Datos más recientes, procedentes de encuestas como el *Eurobarómetro*, permiten ver que los italianos, como los franceses, muestran escasa confianza y satisfacción con el sistema político y con sus principales elementos.

Como se vio en la introducción (gráfico 3.1) el porcentaje de los italianos que confía en su Gobierno ha sido desde comienzos de siglo bastante bajo, pasando del entorno del 30%, hasta 2007, a valores cada vez más bajos, a medida que avanzaba la crisis económica, con un valor mínimo del 11% en 2013, y una leve recuperación posterior, sin que aún se haya superado el nivel del 20%. En comparación con el promedio de los países de la UE-15, la confianza era ya bastante menor en Italia a comienzos de siglo, y la bajada ha sido más pronunciada, con lo cual la brecha se ha magnificado (pasando de unos 12 puntos en los años iniciales a unos 23 puntos en los años finales de la serie).

En la misma línea, tanto en Italia como en la UE-15 la confianza en los partidos políticos está en un nivel muy bajo desde primeros de los años 2000. Con una oscilación muy pequeña, en la UE-15 entre el 20% y el 30% de la población dice que tiende a confiar en los partidos políticos (gráfico 3.5). Sin embargo, de nuevo, en el caso italiano los porcentajes que confían son más bajos, estando casi siempre por debajo del 20%, y en los últimos años incluso por debajo del 10%.

Cuando se pregunta por la satisfacción general con la democracia los italianos que se declaran muy o bastante satisfechos han sido también normalmente un porcentaje bajo, e inferior al del conjunto europeo. En el gráfico 3.7 pueden observarse varios periodos de interés. En los años setenta y primeros ochenta la satisfacción con la democracia era muy baja, con valores en torno al 20%; mejoró algo en la segunda mitad de los ochenta, acercándose y a veces superando el valor del 30% de satisfechos; coincidiendo con la crisis de Tangentopoli bajó hasta valores apenas superiores al 10%; a partir del importante cambio político de mediados de los noventa, el porcentaje de satisfechos subió considerablemente, hasta llegar incluso brevemente a superar el 50% en 2006; finalmente, con la crisis económica volvió a descender, pero nunca estuvo por debajo del 26% y se ha recuperado hasta valores cercanos al 40% en los últimos años.

Muy mala opinión sobre economía y empleo

Las encuestas de *Eurobarómetro* sobre percepción de la situación económica, disponibles desde 2005 (gráfico 3.8), muestran, en general, a un público italiano con peor impresión sobre su economía que la de la media de los países de la UE-15, aunque con una trayectoria similar: mejoría hasta el año 2007, cuando un 36% la

consideraba buena o muy buena; caída desde entonces hasta 2013/2014, cuando los que tenían esa opinión llegaron a ser solo el 6%, y ligera recuperación posterior siendo solo en las últimas encuestas en torno al 13% los que creen que la economía está en una situación buena o muy buena. Como sucedía en otros indicadores vistos más arriba, la brecha entre los valores promedio de la UE-15 y los de Italia ha crecido en estos años, siendo en mayo de 2017 de 42 puntos.

También contamos con preguntas, para un periodo similar, sobre la opinión de los italianos en torno a la situación del empleo en el país (gráfico 3.9), pudiendo describirse una trayectoria muy pareja a la anterior: en general son muy pocos los italianos, siempre muchos menos que en el conjunto de la UE-15, los que piensan que la situación del empleo en el país es buena o muy buena, y el porcentaje ha disminuido claramente desde antes de la crisis económica. En concreto, al comienzo del periodo, en 2006, en el momento más optimista, los que tenían esta opinión llegaron a ser el 26% de los italianos. Inmediatamente ese porcentaje comenzó su caída, hasta llegar a solo un 4% en 2013, tras lo cual se recuperó esa percepción levemente, estando en la última encuesta en torno al 10%. Es notable que durante casi todo este periodo la opinión en Italia sobre el empleo ha sido casi siempre mejor que en Francia, a veces de manera significativa, a pesar de que el nivel de desempleo italiano ha sido también casi siempre superior al francés (gráfico 3.3), tal vez por el diferente nivel de expectativas en ambos países. Por otra parte, hay que señalar, una vez más, la distancia abismal con la media de los países de la UE-15.

En conjunto, por tanto, tenemos un país con bajos, y decrecientes, niveles de confianza en el gobierno y los partidos políticos, un sistema político en constante agitación, con participación electoral en descenso, y un nivel de confianza en la democracia también bajo, aunque algo más alto en las dos últimas décadas que en las dos anteriores. Las impresiones sobre la situación económica y el desempleo son muy negativas, bastante peores, incluso, de lo que lo eran a comienzos de este siglo. En este contexto se inserta la aparición en Italia de varios partidos populistas, que se examina en la sección siguiente.

■ 2.2. Los partidos populistas italianos

La crisis del sistema político de comienzos de los años noventa, que llevó a la desaparición de todos los grandes partidos existentes, fue el marco en el que aparecieron en Italia varias fuerzas políticas que pueden etiquetarse como populistas (en qué medida exactamente se discutirá luego en cada caso). En cierto modo es algo que cabría esperar, en la medida en que la caída de los partidos políticos tradicionales sería coherente con la premisa de la visión populista: la existencia de una elite corrupta, distanciada del pueblo y dedicada a servir sus propios intereses en lugar de los de la población general. Tras la grave crisis económica de 2008, también un momento de convulsión y de dudas sobre la eficacia, en este caso económica, del sistema, ha aparecido un nuevo partido, el Movimento 5 Stelle, que parece encajar también claramente en la etiqueta populista.

Cuadro 3.2

RESULTADOS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS CON RASGOS POPULISTAS, ITALIA, ELECCIONES A LA CÁMARA DE DIPUTADOS, 1992-2013 (PORCENTAJE DEL VOTO A CANDIDATURAS)

Año	Lega Nord (1992, Lega Lombarda)	Alleanza Nazionale (1992, Movimento Sociale Italiano - Destra Nazionale, MSI-DN)	Forza Italia / (2008-2013, Il Popolo della Libertá)	Movimiento 5 Estrellas
1992	8,7	5,4		
1994	8,4	13,5	21,0	
1996	10,1	15,7	20,6	
2001*	3,9	12,0	29,4	
2006**	4,6	12,3	23,7	
2008**	8,3		37,4	
2013**	4,1		21,6	25,6

Notas: * Los resultados de 2001 se refieren a las candidaturas a la parte proporcional de la elección, en la que los partidos se presentaban por separado. ** Los resultados excluyen los votos del Valle de Aosta y de los italianos residentes en el extranjero.

Fuente: Governo italiano, Ministero dell'Interno, Archivio storico delle elezioni.

En el cuadro 3.2 se resume la evolución de los resultados electorales de los cuatro partidos en las elecciones legislativas celebradas desde 1992.

Los cuatro partidos nombrados tienen algunos elementos típicos de los partidos populistas, y pueden por ello considerarse como representativos de un clima de descontento con el sistema de partidos tradicional, y portadores de una cierta queja contra el sistema. En su conjunto, suman desde 1994 al menos el 40% de los votos, y en ocasiones superan el 50%.

Este éxito se manifiesta también en la participación de varios de estos partidos en el gobierno del país. De hecho, Silvio Berlusconi, líder de Forza Italia/Il Popolo della Libertá, encabezó varios gobiernos de coalición en 1994, 2001-2006 y 2008-2011, en los que participaron también la Lega Nord y la Alleanza Nazionale (integrada, desde 2008, en Il Popolo della Libertá). Además, la Lega Nord e Il Popolo della Libertá han participado en las mayorías que apoyaron a otros gobiernos.

Por todo esto podría decirse que Italia es el país de Europa donde los partidos populistas han tenido más éxito. En las siguientes secciones se examina con más detalle la pertinencia de la etiqueta para cada uno de estos cuatro partidos.

■ **2.2.1. La Lega Nord**

La aparición en la escena política italiana de la Lega Nord (primero como Lega Lombarda, en 1992, obteniendo un 9% del voto), coincide con la crisis de la Pri-

mera República, de manera que es una de las manifestaciones de un sistema político transformado por una crisis que tiene que ver mucho con “el malestar en la democracia”. Por otra parte, aunque puede haber algunas dudas sobre ello, parece correcto calificarlo como un partido populista (McDonnell, 2006). El análisis de los textos del propio periódico oficial (*La Padania*) muestra un discurso centrado en la confrontación entre un pueblo honesto, trabajador, que lleva una vida sencilla en el norte de Italia, apegado a sus tradiciones locales, y unos *poteri forti* (grandes poderes), una elite corrupta, centrada en sus intereses. En el contraste entre pueblo y elite se entremezclan cuestiones económicas (las pequeñas y medianas empresas amenazadas por las grandes empresas y la globalización), identitarias (la cultura de un pueblo homogéneo amenazada por diversos “otros”), y de reivindicación de la soberanía popular frente a su hipotético secuestro por parte de elites políticas y burocráticas en Roma y Bruselas. Literalmente, en sus textos, se encuentran afirmaciones del tipo “La Lega es el pueblo, Bossi es el pueblo”. Porque efectivamente, otro rasgo habitual (aunque no definitorio) del populismo es la presencia de un líder carismático, y en este caso McDonnell lo refleja con claridad: los textos analizados exaltan de manera sonrojante la visión y sabiduría de Umberto Bossi, presentado a menudo con características extraordinarias, heroicas.

Es notable que en el discurso de la Lega ha habido ciertos bandazos sobre la identidad de las elites conspirativas que perjudican a Padania. En los años noventa, cuando se dudaba si Italia sería parte del euro, la Lega veía a Roma y al sur de Italia como lastres, que impedían al norte prosperar e integrarse plenamente en la UE y la Unión Monetaria. En cambio, en los últimos años ha abrazado el euroescepticismo, la petición de devolución de competencias de Bruselas, el rechazo a una mayor integración y crecimiento de la UE (McDonnell, 2006: 129-130). También ha incorporado en los últimos años al Islam y a la inmigración de países musulmanes a su lista de enemigos del pueblo. Se los presenta como imposibles de integrar y, por tanto, como una amenaza para la cultura del país. Además, compiten con los nativos por los recursos del Estado de bienestar.

Teniendo en cuenta su paso por el gobierno en varias ocasiones, y los cambios de opinión sobre quién es en cada momento el enemigo del pueblo, puede decirse que en realidad el populismo es el carácter más duradero de la Lega. De hecho, precisamente los argumentos del tipo “nosotros somos el pueblo” y “nuestro líder es el pueblo” darían a la Lega (y a otros partidos populistas) la máxima flexibilidad para ir cambiando de alianzas, o de “enemigos del pueblo”. Todo se justifica en búsqueda de la autonomía o independencia del pueblo de Padania (Albertazzi y McDonnell, 2005).

■ 2.2.2. *La Alleanza Nazionale*

El partido posfascista italiano Movimento Sociale Italiano – Destra Nazionale, consiguió entre 1948 y 1992 unos resultados electorales discretos (entre el 4 y el 8,5% de los votos). Los demás partidos siempre lo excluyeron de negociaciones

políticas y coaliciones de gobierno, por su ideología (al menos teórica) de extrema derecha, y su vinculación simbólica con el régimen de Mussolini. Sin embargo, en su interior se iban produciendo debates y tensiones entre corrientes más tradicionalmente ultraderechistas, y otras más partidarias de centrar el partido, y acercarse a la Democracia Cristiana (Marchi, 2011). Ese proceso culminó precisamente cuando en 1992 el sistema de partidos saltó por los aires, y los líderes del MSI percibieron una oportunidad de ampliar su caudal de votos profundizando en ese movimiento hacia el centro, y aprovechando que ellos no estaban implicados en las tramas corruptas que se iban descubriendo. Así, en 1994 el partido se transformó en la Alleanza Nazionale, que puede considerarse por su ideario más bien un partido de centro conservador, que aspira a ser más el equivalente italiano del gaullismo que del Frente Nacional. Aunque esos cambios fueron promovidos sobre todo por las elites del partido, y despertaron algunas resistencias en cuadros medios y bases, con el paso de los años (y la incorporación de nuevos militantes y votantes) se fue consolidando, de manera que el partido fue perdiendo sus reminiscencias de la época antisistema y cada vez más se parecía a un partido conservador similar a otros europeos (Ignazi, 2004, 2005). De hecho, en el Parlamento Europeo formó grupo en 1999 con partidos centristas como el Fianna Fail irlandés o el Rassemblement pour la France (RPF) de Charles Pasqua. A partir del año 2000 pasó por una fase más cercana al liberalismo, y luego retomó elementos de la tradición del conservadurismo más estatista y comunitarista. En todo caso, tras concurrir en coalición con Berlusconi en 2008 y la disolución de la Alleanza como partido en 2009, puede considerarse terminado ese proceso de viaje al centro.

El proceso de centrado se vio acompañado también de un progresivo abandono de los típicos mensajes populistas, contra las elites políticas del Estado, los abusos del sistema de partidos, o la excesiva fiscalidad, si bien este tipo de mensajes todavía perduraron durante parte de los años noventa (Marchi, 2011). Ese progresivo abandono del discurso populista, unido a su participación como partido “normal” en tareas de gobierno, hace probablemente recomendable no incluir a AN como un partido de protesta, o un partido antisistema, posición en la que habría sido sustituido en gran parte por la Lega Nord, según Ignazi (2004).

■ 2.2.3. *Forza Italia (Il Popolo della Libertá)*

El partido más exitoso (hasta ahora) de los incluidos en esta lista es sin duda Forza Italia (FI), fusionado en 2009 con Alleanza Nazionale para crear Il Popolo della Libertá (PDL), y reconstituido de nuevo como Forza Italia en 2013. El partido fue creado por Silvio Berlusconi en 1994, de manera improvisada y por sorpresa, con miembros de sus empresas y algunos políticos de los partidos tradicionales, y consiguió un éxito electoral resonante, que le llevó a ser primer ministro. Aquel primer Gobierno duró apenas nueve meses, pero, derrotando de nuevo a las expectativas, Berlusconi consiguió mantener su liderazgo entre los partidos del centro y la derecha, y ganar otras dos elecciones, que le permitieron liderar coaliciones de

gobierno entre 2001 y 2006 y entre 2008 y 2011, así como convertirse en el político que durante más tiempo ha dirigido el gobierno italiano en la posguerra.

¿Qué tipo de partido es Forza Italia? Si se atiende a los contenidos de sus programas, y su acción de gobierno, encajarían en la descripción de un partido de centro-derecha convencional europeo. De hecho, tras unos años de vacilaciones, en 1999 FI se integró en el Partido Popular Europeo, al que ha seguido perteneciendo desde entonces en sus diversas transformaciones.

Pero desde otros puntos de vista, el FI/PDL es realmente una institución anómala, hasta el punto de que, según McDonnell (2013), podría dudarse incluso de que cumpliera los requisitos mínimos para ser considerado un verdadero partido político, y ha sido calificado por algunos estudiosos como un “partido personalista” (Gunther y Diamond) o un “partido-no-partidista” (*non-partisan-party*, Ignazi). McDonnell considera más apropiado el concepto de “partido personal”, cuya supervivencia los propios miembros del partido no esperan que se prolongue más allá de la carrera política de su líder, y sin organización local continuada y activa, al contrario de lo que sucede, por ejemplo, con la Lega Nord, un “partido personalista”, en el que su líder Umberto Bossi tenía una gran capacidad de control, pero que le ha sobrevivido sin problemas, debido a que tenía una verdadera red de organizaciones locales activas.

En todo caso, el FI/PDL es considerado generalmente un partido populista. Así lo catalogan, por ejemplo, Zaslove (2008), Ruzza y Fella (2011), Woods (2014), Albertazzi y McDonnell (2015), Caiani and Graziano (2016), o Mudde (2004b y 2013).

Desde su propia fundación FI/PDL se justifica a partir de una retórica clásicamente populista: el sistema político previo está en descomposición, se ha puesto al descubierto la gigantesca trama de corrupción, engaño y aprovechamiento de los fondos públicos que ese sistema encubría, y por tanto es necesario que alguien totalmente ajeno venga a poner orden, a hacer limpieza, a salvar al pueblo italiano de la explotación que está sufriendo por parte de las elites políticas que lo esquilman con sus impuestos excesivos y su mala administración. El candidato ideal para ese puesto es Silvio Berlusconi, un personaje sin ninguna experiencia previa en política, un representante de la sociedad civil que además es un empresario de gran éxito, lo que revela su capacidad de gestión y de dirección de organizaciones complejas. Por lo tanto, aunque se trate de un multimillonario, en la dialéctica entre pueblo virtuoso y elites corruptas él se puede presentar como una parte más del pueblo al que los políticos han traicionado. Es más, el mismo argumento se recicló, ya en el gobierno, cada vez que una propuesta o una acción del gobierno se encontraba con la oposición de otros partidos, con problemas legales, o con recursos judiciales, o cuando Berlusconi se enfrentaba a problemas legales por negocios poco claros: se trata de maniobras de contraataque de los poderes tradicionales, que quieren destruir al *outsider* que va a terminar por fin con sus privilegios y sus chanchullos. En particular, los jueces serían parte de una conspiración de comunistas y excomunistas que querrían acabar con Berlusconi (Woods, 2014: 43-44).

Estamos, por tanto, ante un partido populista, pero no un partido extremista, que ha sido capaz de combinar la retórica antielitista con la pertenencia al Partido Popular Europeo, y con la dirección del gobierno durante casi una década (en tres periodos). Durante sus mandatos, Berlusconi lanzó múltiples propuestas dirigidas a reformar las instituciones para favorecer gobiernos fuertes, reducir los controles sobre la acción de gobierno, y, en particular, para ampliar la libertad de acción del primer ministro. Aunque la mayoría de esas reformas quedaron en nada (como la reforma constitucional de 2006), se trata de propuestas acordes con el rechazo populista a los límites propios de una democracia liberal a la acción del gobierno apoyado por la mayoría (Mudde, 2013: 10).

■ **2.2.4. Beppe Grillo y el Movimiento 5 Estrellas**

El Movimiento 5 Estrellas es el último de los partidos populistas italianos relevantes. Como Forza Italia, tiene un líder carismático (Beppe Grillo), y consigue un éxito fulgurante en su primera concurrencia en elecciones legislativas nacionales (2013), en las que fue la lista más votada, en el contexto de una nueva crisis del sistema de partidos italiano vinculada a la difícil situación económica que empezó en el año 2009.

La historia de su surgimiento es tremendamente peculiar, pues tiene su origen en el éxito de Beppe Grillo como comediante y azote de los políticos, primero en televisión (hasta primeros de los noventa, fundamentalmente en la RAI), luego en *shows* realizados por todo el país, y finalmente con el complemento potentísimo de su blog (fundado en 2005), que se convirtió rápidamente en una de las webs más visitadas de Italia. Grillo comenzó a dar su “sello de aprobación” a ciertos candidatos y listas electorales, y ya en 2009 fundó el M5S, que presentó listas en algunas elecciones locales y regionales, con resultados discretos (por debajo de 5% casi siempre), que dieron un salto en las elecciones municipales de 2012, en medio de las políticas de austeridad promovidas por el gabinete de Monti, el primer ministro tecnócrata que sucedió a Berlusconi en un proceso poco transparente y claramente influido por los mensajes provenientes de las instituciones europeas. La barrera del 10% se superó en muchos municipios, se alcanzó el 20% en algunos, e incluso se consiguió la alcaldía de una ciudad de tamaño medio, Parma. Finalmente, en las elecciones legislativas de 2013 dio el salto para convertirse en el primer partido (aunque no la primera coalición) del país. Y en 2016 sus candidatos fueron elegidos alcaldes en Roma y Turín (primera y cuarta ciudades del país). Todo ello fue el resultado de una combinación entre el hiperliderazgo de Grillo, en campaña *tour* casi permanente, el uso intensísimo de Internet, con cientos o miles de redes y foros de apoyo, y la creación de grupos locales con reuniones y actividades más tradicionales de un movimiento social o político (Bordignon y Ceccarini, 2013).

Caben pocas dudas de que el Movimiento 5 Estrellas deba ser clasificado como populista (Fabbrini y Lazar, 2013). Uno de sus mensajes centrales, que forman parte prácticamente de su razón de ser, es la denuncia de la clase política

italiana como una elite que ya no sirve a los intereses del pueblo. Frases como “los partidos están muertos” y “es necesario devolver el país al pueblo” son típicas de la retórica de Grillo, y del movimiento. Los medios de comunicación tradicionales son también denunciados como parte de la vieja elite corrupta, de la que forman parte y a la que protegen. El ataque a las elites políticas se centra principalmente en su corrupción, su distanciamiento de los intereses del pueblo, y su uso de los recursos públicos para su propio interés o el de los grupos económicos con los que se relacionan. De manera menos intensa y frecuente, pero conectada con lo anterior, el rechazo visceral a la elite se traduce en rechazo o sospecha ante algunos de sus grandes proyectos de infraestructuras (como el TAV de Lyon a Turín), y ante la propia idea de la UE, o la globalización, que aparecen como fuerzas responsables de los males de la economía italiana y al servicio solo de una parte de la sociedad (Lanzone, 2014: 61-62).

Lo que sí es peculiar del M5S es la dificultad de colocarlo en el eje izquierda-derecha. Normalmente el populismo es considerado como una ideología delgada (*thin ideology*), con un contenido muy esquemático sobre el mal funcionamiento del sistema político y la oposición elites-pueblo, que puede superponerse o complementar a distintas ideologías sustantivas sobre cómo organizar la economía y la sociedad, lo que permite hablar de populismos de derechas o populismos de izquierdas (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2012a). Pero en el caso del M5S parece muy difícil encontrar mensajes claros y coherentes, aparte del propio mensaje populista, que permitan calificarlo ideológicamente. En su discurso aparecen frecuentemente asuntos ambientales, de protección de los consumidores, de crítica a los bancos o a las empresas de telecomunicaciones (a algunas de cuyas juntas de accionistas asistió Grillo, como representante de pequeños accionistas, a expresar sus reclamaciones y pedir la dimisión de sus directivos). También en ocasiones se critican las condiciones de trabajo modernas, especialmente en relación con los accidentes de trabajo o los contratos temporales. Pero estas ideas no se presentan en un marco ideológico tradicional de izquierda, sino más bien como una variante más del argumento de defensa de los ciudadanos comunes frente a los abusos de los poderosos (en este caso empresas, en lugar de políticos). Sin embargo, las empresas en conjunto no suelen formar parte de las “castas” que el movimiento considera enemigas, como los políticos o los medios de comunicación. Y en temas como los impuestos, la inmigración, o el rechazo a los sindicatos, la privatización de empresas públicas, la eliminación de múltiples subvenciones, el apoyo a las pequeñas y medianas empresas, sus propuestas se acercan más bien a las de partidos de derecha (Bordignon y Ceccarini, 2013; Caruso, 2017).

De hecho, al estudiar las características de los votantes de distintos partidos populistas europeos con datos de la *Encuesta Social Europea* de 2012, Hooghe y Oser (2016) encontraron que los votantes del M5S se distinguían claramente de los votantes de otros partidos populistas europeos, por estar casi exclusivamente motivados por su visión crítica del funcionamiento del sistema político, y no tener en cambio un perfil claro en el eje ideológico izquierda-derecha, o un sentimiento fuerte contra la inmigración, o contra la Unión Europea, que sí se daban en la mayoría

de los otros partidos populistas analizados. Bordignon y Ceccarini (2013) describen también cómo, si bien en un principio los apoyos al M5S venían sobre todo de gentes que se declaraban de centro-izquierda, su aumento de popularidad atrajo a muchos votantes de centro-derecha, quedando ambos grupos (en 2012) prácticamente igualados.

Recapitulando, parece correcto calificar como populistas al menos a tres de los cuatro partidos examinados, aunque precisamente el que era un caso más dudoso, la Alianza Nacional, se disolvió para integrarse en Il Popolo della Libertá (Forza Italia), a quien sí se le puede aplicar la etiqueta. Al mismo tiempo, las diferencias notables entre los tres partidos estudiados muestran la compatibilidad del carácter populista con diferentes orientaciones ideológicas (de derecha, de centro o indefinida), y diferentes niveles de contestación y rechazo hacia el sistema político.

■ 2.3. Los medios, el descontento político y el populismo en Italia

■ 2.3.1. El panorama de los medios en Italia

Los periódicos italianos más vendidos son, como en Francia o España, periódicos de calidad. Hay dos grandes periódicos generalistas nacionales (*La Repubblica* e *Il Corriere de la Sera*) y otros muchos de carácter regional o local, entre los que los más importantes son *La Stampa* (en el noroeste) e *Il Messaggero* (en el centro del país). No hay realmente diarios de carácter sensacionalista o amarillo. El espacio de una prensa popular lo ocupan las revistas semanales del corazón. Sí hay un importante sector de revistas de actualidad, como *L'Espresso* o *Panorama*.

Prácticamente todos los grandes medios de comunicación son propiedad de grupos empresariales editoriales que a su vez forman parte de entramados económicos más amplios. Hay tres grandes grupos en el sector. El grupo CIR (Compagnie Industriali Riunite), con intereses también en el sector del automóvil y la sanidad, está controlado por la familia De Benedetti, y edita, entre otros periódicos, *La Repubblica* y *La Stampa*, así como el semanario *L'Espresso*. El grupo Mondadori está centrado en publicaciones no diarias, entre las que se incluye *Panorama*. Actualmente forma parte de Fininvest, el grupo empresarial de Silvio Berlusconi. Finalmente, el grupo RCS (que edita *Il Corriere della Sera*, entre otros) es el otro gran grupo periodístico. Tradicionalmente ligado al grupo FIAT, desde 2016 la mayoría de las acciones las posee la empresa Cairo Communication, centrada en el mundo editorial, abandonando así el perfil clásico de las empresas periodísticas italianas integradas en consorcios industriales de otro tipo.

Como en otros países, los medios escritos han sufrido una caída importante de difusión, así como de ingresos por publicidad. Entre 2005 y 2009 los periódicos vieron caer sus ventas un 11% (Mazzoleni, 2011:24), y entre 2010 y 2017 la ten-

dencia se aceleró, perdiendo un 43% de las ventas (Osservatorio Quotidiani “Carlo Lombardi”, 2017: 15). Los ingresos por publicidad habían caído en torno al 30% entre 2000 y 2010 (Austin *et al.*, 2011: 163) y cayeron de nuevo un 54% entre 2010 y 2016 (Osservatorio Quotidiani “Carlo Lombardi”, 2017: 18). Obviamente, estas enormes pérdidas han debilitado a los medios y reducido su independencia periodística.

Los periódicos principales han tenido tradicionalmente simpatías ideológicas conocidas, en las cercanías de los partidos centrales (tanto por su importancia como por su posición en el espectro ideológico) del país, pero manteniendo en general una cierta distancia de las filiaciones más estrictamente partidistas, cosa que sí tenían algunos periódicos de tirada más limitada como el desaparecido *L'Unità* (periódico oficial del Partido Comunista y luego muy próximo a sus sucesores) o *Il Manifesto* (que aún se proclama “periódico comunista”).

Los medios online no son influyentes

Como sucede en otros países, la aparición de Internet, con sus bajos costes de entrada, favoreció el lanzamiento de múltiples proyectos periodísticos, especialmente de escala local. Y si bien es cierto que las estadísticas de audiencia de medios *online* siguen colocando en primer lugar a las páginas web de los medios tradicionales, hay varios medios exclusivamente *online* como *Libero*, *Virgilio*, *Fanpage*, la red de *Citynews*, que consiguen audiencias apreciables. Se trata de medios con vocación más bien comercial, y con contenidos fáciles de leer, informaciones prácticas, curiosidades, temas de vida cotidiana, y también temas de interés muy local. Por ello, no participan de manera relevante en los debates de asuntos públicos ni tienen una influencia sustantiva en la formación de la agenda.

El extraño e influyente duopolio televisivo

Sin duda, la televisión es la reina de los medios en Italia. Su audiencia es enorme, y su peso económico y cultural también. En 1999, por ejemplo, se estimaba que el 97% de la población veía la televisión todos los días, y que el tiempo dedicado a ver la televisión era de los más altos del mundo (Zolo, 1999: 739). Desde finales de los setenta, cuando sentencias judiciales y reformas legislativas permitieron la creación de televisiones privadas, apareció un conjunto de cadenas en principio locales y regionales, y luego nacionales, que en poco tiempo terminaron en un único grupo empresarial, Mediaset (Fininvest), controlado por Silvio Berlusconi. Se creó así un duopolio público-privado entre el grupo público de la RAI y el grupo privado de Mediaset, único en Europa, y especialmente extravagante a partir de que Berlusconi, a mediados de los noventa, se lanzara a la arena política y se convirtiera en primer ministro o líder de la oposición durante más de dos décadas. Las autoridades europeas fueron a menudo críticas con esta situación, que fue también objeto de múltiples propuestas de rectificación legal, pero estas nunca se materializaron, gracias a la capacidad de bloqueo del propio Berlusconi y sus aliados políticos. El duopolio en buena parte ha sobrevivido hasta hoy, aunque, como en otros países, la audiencia de los canales generalistas se ha visto afectada por la aparición de múltiples canales privados, libres o de pago, por satélite, cable o TDT.

Así, en 2016, los canales del grupo de la RAI tenían en promedio una audiencia del 37%, los de Mediaset un 32%, los múltiples canales de Sky un 7%, los del grupo Discovery un 6% y la cadena independiente La 7 un 4% (Auditel, 2017).

La televisión y, en particular, los canales generalistas han tenido un papel central en el consumo de contenidos informativos por parte de los italianos. Además, a diferencia de lo que sucede en otros países, eran los noticiarios televisivos los que dominaban la agenda mediática, los temas principales y el estilo con el que abordarlos (Zolo, 1999: 739). Más recientemente, la televisión está viendo su dominio erosionado por el uso de los medios *online*. Así, en 2011 todavía un 81% de los italianos declaraban que los programas de noticias televisivos eran una de sus fuentes principales de información, porcentaje que en 2016 había bajado al 63%. Al mismo tiempo los diferentes medios de consumo de información *online* habían ido creciendo: Facebook era usado regularmente por el 36% de los italianos, los motores de búsqueda por un 19%, y Youtube por un 11% (Fondazione Censis y UCSI, 2016). Por otra parte, los italianos que se informaban solamente a través de la televisión habían bajado entre 2002 y 2009 de un 47% a un 28% de la población (Mazzoleni, Vigevani y Splendore, 2011: 22-23).

La televisión pública ha sido siempre objeto de críticas por su falta de independencia respecto al poder político. Hasta los años setenta esto significó que la RAI estaba controlada básicamente por la Democracia Cristiana. Las protestas de los partidos de oposición acabaron con ese dominio, pero en lugar de sustituirlo por una televisión neutral de servicio público, se produjo un reparto de los tres canales de la RAI entre la Democracia Cristiana, el Partido Socialista y el Partido Comunista, que prácticamente los usaban como canales de propaganda partidista (Zolo, 1999: 1930). Este reparto tan descarado desapareció, obviamente, tras la crisis del sistema de partidos de los años noventa, pero la excesiva politización de la RAI y en particular el control sobre ella del partido del gobierno sigue siendo reconocido como un problema grave del sistema político italiano (Cornia, 2015, Durante y Knight, 2012), especialmente en los periodos en los que Berlusconi, como primer ministro, aunaba el control de la televisión pública y la privada.

■ 2.3.2. Los medios y su relación con el descontento y el populismo

Faltan elementos para crear una burbuja populista

Como en el caso francés, la hipótesis de la segmentación no parece demasiado adecuada para explicar el disgusto de los ciudadanos con el sistema político en los noventa, ni el triunfo de los primeros partidos populistas. Aunque cada periódico tuviera un cierto sesgo ideológico, estos no eran excesivamente marcados, ni había realmente apenas población que se informara de manera exclusiva o principal con los periódicos. En cuanto a la televisión, el medio dominante, los diferentes canales de la RAI podrían permitir teóricamente a un cierto porcentaje del público recibir noticias sesgadas políticamente, pero en todo caso lo serían en la dirección

de apoyar a uno u otro de los partidos dominantes, no en contra de todos ellos, o en un sentido crítico con el conjunto del sistema. Es algo más dudoso el caso de Mediaset. Según Lanzone (2012) y Zolo (1999) antes del salto a la política de Berlusconi, ni sus cadenas ni en particular sus informativos tenían mucho contenido político explícito, ni, por tanto, podría atribuirseles el protagonismo directo en la creación del clima de hartazgo con los partidos tradicionales que estalló a mediados de los noventa. No obstante, sí atribuyen a los medios del grupo de Berlusconi un cierto grado de hegemonía cultural, que los hacía creadores de un tipo de estado de opinión, un “sentido común”, una “cultura Fininvest” entre una parte del público que luego acabaría votándole cuando decidió entrar en política.

En el caso más reciente de Beppe Grillo y el M5S, una parte importantísima de su éxito ha residido en el uso hábil de Internet y las redes sociales, como se ha visto más arriba. Sin embargo, esto no se traduce en la creación de una burbuja proGrillo o antisistema. Las redes sociales, a pesar de su importancia, no parece que sean suficientes para crear una burbuja, aislada de lo que sucede en los periódicos, en medios *online*, o en la televisión. De hecho, la mayor parte de los contenidos que se reproducen en las redes sociales provienen de otros medios, y por eso, su capacidad de crear una burbuja depende en gran medida de que haya medios de comunicación que provean material para aquella. Y esto no sucede realmente en Italia en gran escala. Es decir, solo un lector que recibiera información casi exclusivamente de la web beppegrillo.it podría realmente vivir dentro de una burbuja propia del movimiento. Si bien es cierto que a través de las redes sociales es posible consumir solo una selección de las noticias de los medios “normales” que son acordes con los propios prejuicios, aún es muy pequeña la porción de la población que recibe noticias solamente de las redes sociales e Internet, por lo que no parece que la mayor parte del éxito del Movimiento pueda atribuirse a ese tipo de fenómeno.

Con limitaciones, los medios vigilan al poder

Respecto a la hipótesis normativa, hay que partir de la existencia en Italia, como en los demás países democráticos occidentales, de unos medios de comunicación que, aunque tengan algunas limitaciones, cumplen, en un sentido amplio, con su papel de vigilantes, tal y como los imagina la teoría normativa de la democracia. De forma que son suficientemente libres y plurales como para proporcionar información de los avatares del sistema político, de las peripecias de la economía, los incidentes de corrupción, los problemas sociales, o los relacionados con la delincuencia organizada. Pero se encuentran también con notables límites a la hora de llevar a cabo su vigilancia y control de los políticos.

Como ya se ha señalado, la fuente principal de información de los italianos es la televisión, dominada por un duopolio público-privado. La parte pública, la RAI, ha estado siempre muy supeditada al control político. La parte privada, Mediaset, tenía una vocación sobre todo comercial, y aunque sus informativos tuvieran considerable audiencia, no tenían una especial vocación de centrarse en la información política. A partir de la entrada de Berlusconi en política, los informativos de Mediaset, como

el conjunto de los contenidos de sus cadenas, tendrán un sesgo político notable a favor de Forza Italia, y, por tanto, serán críticos con los gobernantes y políticos de otros partidos (Durante y Knight, 2012). En cuanto a los periódicos, como se ha visto más arriba, siempre han tenido una vinculación con grandes grupos empresariales, y una relación cercana con los principales partidos políticos, lo que podría reducir su distancia crítica con el conjunto del sistema político.

De esta forma, los cambios en la opinión pública sobre el funcionamiento del sistema político, que empezaron a hacerse claros en los años ochenta, como se ha visto, anteceden a la cobertura intensiva en la prensa de esos problemas, que solo se dio a partir de los procesos judiciales y el ascenso de la Lega Nord a finales de los ochenta y primeros de los noventa (Biorcio, 2003: 76). Los medios de comunicación reflejaron, lógicamente, el conjunto de investigaciones judiciales que se dio en llamar Mani Pulite, pero el análisis de la presencia de los escándalos en los medios refleja que estos fueron por detrás de las investigaciones policiales y judiciales, y no al revés (Vannucci, 2009). No obstante, una vez abierta la veda judicial, los medios tradicionales, así como la televisión, dieron una cobertura muy amplia a los procesos. El canal 3 de la RAI incluso retransmitió en horario de máxima audiencia, durante unos tres meses, las sesiones del juicio más importante (el caso Cusani), con declaraciones como testigos de ex primeros ministros y exministros, consiguiendo audiencias de varios millones de espectadores, comparables a las de los programas más populares. Los medios amplificaron, así, la sensación de una parte de la opinión pública de que el sistema político había sufrido una degeneración extrema y era necesaria una transformación sustantiva del mismo. No solo se trataba de hacer reformas institucionales y modificaciones de incentivos, sino que había que buscar una regeneración moral de la vida pública, con ceremonias simbólicas de degradación de los culpables y un proceso de purificación pública (Giglioli, 1996: 388-391).

La conexión con las elites limita, pero no elimina la vigilancia

La hipótesis del elitismo de los medios, como reverso de la hipótesis normativa, tiene cierto interés. Ya se ha señalado que en los años setenta y ochenta los periódicos tradicionales, por sus condicionamientos económicos, vinculación a elites económicas y simpatías políticas, y la RAI, por su dependencia del Gobierno, pudieron fallar en su función de vigilantes del sistema y contribuir, no como transmisores de un mensaje sino como partes del sistema político, en sentido amplio, al descontento con él. De hecho, este argumento lo enarbolan los propios populistas, en particular, que consideran a los periodistas como parte de la casta a la que atacan. Los medios, y los periodistas a título personal, se presentan como parte de la conspiración política contra él (Berlusconi) o de la elite corrupta con la que hay que acabar (Grillo).

Sin embargo, como se ha visto arriba, aunque fuera de manera tardía, a partir del escándalo de Manos Limpias, los medios tradicionales y las televisiones sí prestaron gran atención a los problemas del sistema político, tal vez magnificándolos.

Además, la hipótesis del elitismo choca con que, aun después de la crisis de los partidos de los primeros noventa, la mayoría de la gente, incluso la que vota a partidos populistas, sigue informándose a través de esos medios que supuestamente encubren y protegen a las elites, y tapan los males del sistema. No hay apenas en Italia unos medios alternativos (como los tabloides en el Reino Unido, o Fox News en los EEUU), que canalicen un discurso alternativo al de los medios de la elite.

El espectáculo populista atrae a los medios

Finalmente, un argumento que parece adecuarse al caso italiano es el relacionado con los sesgos de producción de los medios, la comercialización, la búsqueda de la audiencia y el sensacionalismo. Hay que recordar que en Italia las televisiones privadas surgieron por un proceso legal accidentado y no muy planificado, sin una regulación clara del sistema de licencias ni de sus obligaciones como medios de comunicación. Esto está en la raíz del carácter fuertemente comercial de la televisión privada italiana, mucho más marcado que en otros países. De manera que en los canales de Mediaset, la política, como todo lo demás, sería sobre todo un espectáculo. Además, la propia RAI tiene una tradición de contenidos con predominio del espectáculo, y mucha orientación comercial, con gran cantidad de anuncios (como antiguamente en España), ya que, a diferencia de otros países, la financiación es mixta, con gran peso de la publicidad. Sus programas de contenido político han estado marcados tradicionalmente también por esa orientación, buscando la confrontación entre los participantes en los programas de debate, con formatos teatrales en los que se premian las habilidades para el combate dialéctico rápido y los golpes de efecto de participantes telegénicos, más que la discusión razonada y matizada (Zolo, 1999: 738).

El sensacionalismo de los medios contemporáneos, y en particular de la televisión, favorece a los personajes políticos capaces de crear controversia, llamar la atención, y protagonizar debates tormentosos. Precisamente, entre las características habituales, aunque no definitorias, del populismo se suele citar la presencia de líderes políticos de estas características. Y en el caso italiano esa característica está presente en grado sumo en los tres grandes partidos populistas, cuyos líderes-fundadores (Bossi, Berlusconi, Grillo) han tenido un protagonismo extraordinario en las respectivas formaciones (Lanzone, 2014).

Los tres líderes son o han sido muy hábiles manejando los medios, jugando con la apariencia y el lenguaje para llamar la atención y causar un impacto en el público. Grillo es literalmente, de manera profesional, un *showman*. Antes ya de dedicarse a la política sus *tours* eran ya una mezcla de comedia y denuncia social y política. Su capacidad para crear momentos televisivos, eslóganes, nombres provocadores para sus acciones (como el Tour Va Fanculo) es enorme. Y Berlusconi es un hombre obsesionado por la imagen, un provocador, rodeado además de asesores que saben venderlo como un producto de mercadotecnia. Ambos serían perfectos productos políticos para el mundo audiovisual, capaces de generar imágenes,

frases, momentos, espectaculares con los que proveer de contenidos a los medios basados en la imagen.

En conjunto, por tanto, podemos decir que si bien los medios italianos tradicionalmente pudieron adecuarse a la hipótesis elitista, al menos en parte, justamente a finales de los ochenta y noventa se movieron en la dirección de una mayor vigilancia y control de los políticos, a caballo tal vez, según los momentos y los medios, entre la hipótesis normativa y la hipótesis sensacionalista, coincidiendo con un periodo de expansión de la televisión comercial. Es en ese marco en el que han prosperado los tres grandes partidos populistas, cuyos líderes lo han sabido aprovechar para su éxito electoral.

■ 3. EL CASO ESPAÑOL: CRISIS SÚBITA Y POPULISMO DE IZQUIERDAS

■ 3.1. Crisis económica y crisis política

La trayectoria de la economía española en los últimos 40 años presenta algunas diferencias sustantivas con las de Francia e Italia. Como ellas, sufrió a mediados de los setenta una dura crisis económica, que puso un fin abrupto al periodo de crecimiento espectacular que había experimentado en los últimos quince años del franquismo. De todos modos, con algunos altibajos, la renta per cápita siguió creciendo a un ritmo saludable en los años ochenta y noventa (en torno al 2,5% anual) y en buena parte de la primera década de este siglo (2%) (gráfico 3.2). Al mismo tiempo, la recuperada democracia española expandía su Estado de bienestar, incrementaba de manera visible el gasto en educación y sanidad, y llevaba a cabo grandes mejoras en infraestructuras (red de autovías, trenes de alta velocidad). España veía así su nivel de vida acercarse cada vez más al de los países europeos de referencia y a mediados de la primera década del siglo XXI algunos llegaron a especular incluso con la posibilidad de superar, en breve plazo, las rentas per cápita de Italia y Francia, cuyas economías crecían claramente por debajo de la española desde los años ochenta. De este modo, a diferencia de los otros dos países, hasta la crisis de 2008, el balance predominante sobre la trayectoria de la economía española en las tres décadas anteriores era claramente positivo (con el matiz que se hará enseguida). Todo ello cambió en 2008, cuando, como en los demás países, el crecimiento económico se desplomó. Se encadenaron seis años de caída de la renta per cápita (con una pérdida acumulada del 10,6%), que se calcula que solo en 2017, tras el retorno al crecimiento iniciado en 2014, habrá vuelto al nivel anterior a la crisis.

La visión positiva sobre el periodo anterior a la recesión tenía sin embargo un aspecto mucho más negativo, en el que la economía española lleva décadas comportándose claramente peor que las de los demás países desarrollados. Se trata del desempleo, que prácticamente desde la crisis de los setenta colocó a España en un

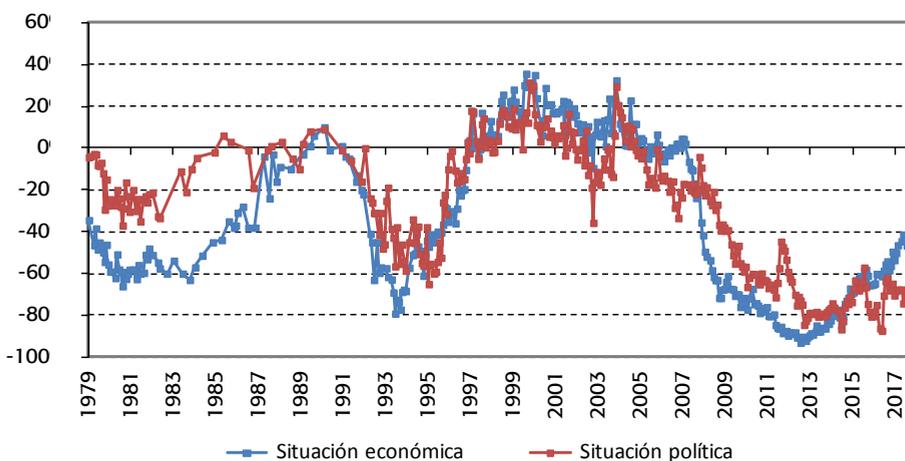
nivel marcadamente más alto que el de los demás países europeos occidentales (o de otros países ricos) (gráfico 3.3). Solo en los dos o tres años previos a la última recesión había llegado la tasa de paro española a ser similar a la media de los países de la UE-15. Sin embargo, con la crisis, volvió a dispararse a niveles altísimos, más altos incluso que los alcanzados en las crisis de los setenta y primeros noventa, y solo comparables a los de un país en situación dramática como Grecia. En los tres últimos años la situación se ha recuperado notablemente, pero nuestros niveles de paro son aún extraordinarios, muy por encima de los máximos experimentados desde hace muchas décadas en la gran mayoría de los países de la OCDE.

Balance moderadamente positivo del sistema político, hasta 2008

En cuanto al sistema político, tras los años convulsos de la transición a la democracia, el fallido intento de golpe de estado de 1981, y los años más negros del terrorismo, el clima político de los años ochenta fue el de una razonable satisfacción por las dificultades superadas, y por la consecución de una modernización política y económica que nos iba asimilando a nuestros vecinos, lo que se vio ratificado, material y simbólicamente, con la integración en las Comunidades Europeas. Fueron años también de claro dominio del PSOE en la política nacional y de una oposición política que parecía incapaz de articular una alternativa con opciones de alcanzar el poder. Sin embargo, la crisis económica de primeros de los noventa y las

Gráfico 3.11

ESPAÑA (1979-2017). OPINIÓN SOBRE SITUACIÓN ECONÓMICA Y POLÍTICA. SALDO (MUY BUENA+BUENA)-(MALA+MUY MALA) (PORCENTAJE)



Notas: Series: K.1.02.01.001 Valoración de la situación económica actual de España (I) (Nacional) y A.3.01.01.002 Valoración de la situación política actual de España (I) (Nacional).

Fuente: CIS. Base de datos *online*.

noticias sobre escándalos y corrupción que afectaban al PSOE, así como la refundación y cambio de liderazgo en el PP, el principal partido de la oposición, dieron lugar a un nuevo clima político, con una competición mucho más intensa entre los dos principales partidos con aspiraciones de gobierno, que a lo largo de los años noventa y primeros años de este siglo se enfrentaron en elecciones de resultados ajustados y en las que fueron concentrando un porcentaje del voto cada vez mayor (pasando del 65% en 1989 al 84% en 2008). Este periodo estuvo punteado por algunas polémicas agrias entre ambos partidos, con destacadas movilizaciones sociales en torno a diferentes cuestiones (como el asunto del Prestige, la guerra de Irak, la lucha contra ETA y su entorno, los atentados del 11-M y su investigación, o el estatuto de Cataluña, entre otros temas). Con todo, durante buena parte del periodo la opinión de los españoles sobre la situación política ofreció un saldo positivo (entre 1997 y 2002, y de nuevo en 2004) o solo moderadamente negativo (en 1996, 2003 y de 2005 a 2008) (gráfico 3.11).

La crisis económica y el desplome de la confianza

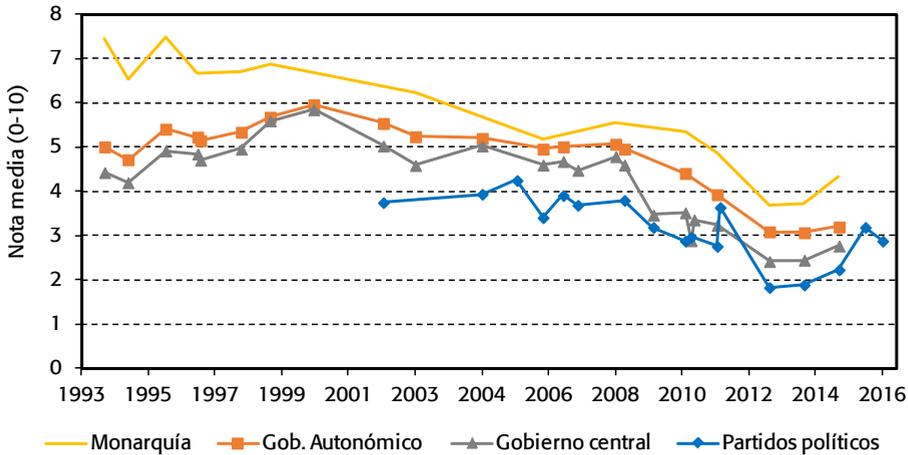
Sin embargo, coincidiendo en el tiempo con la profunda crisis económica que empezó en 2008, la opinión de los españoles sobre la situación política se deterioró rápidamente, quedando en 2010 por debajo de los valores mínimos del periodo de crisis de comienzos de los años noventa, y manteniéndose ya más de siete años (desde 2010), con una breve interrupción tras las elecciones de 2011, con una diferencia de más de 60 puntos porcentuales a favor de los que piensan que la situación es mala o muy mala frente a los que piensan que es buena o muy buena.

Una evolución semejante puede apreciarse en las encuestas de *Eurobarómetro* sobre la confianza en el Gobierno nacional (gráfico 3.1). Hasta 2008 los españoles que decían más bien confiar en el Gobierno nacional estaban entre el 40 y el 50%, porcentajes muy similares a los de la media de los países de la UE-15, y muy por encima de los valores de Francia e Italia. Sin embargo, desde la crisis económica se produjo una caída en picado de la confianza, que incluso cayó por debajo del 10% en el promedio del año 2013, y aunque se ha recuperado levemente, sigue actualmente en niveles similares a los de Italia, por debajo del 20%, y muy lejos de la media de los países de la UE-15. La trayectoria es muy similar, aunque con valores más bajos, cuando se pregunta por la confianza en los partidos políticos (gráfico 3.5).

Las encuestas del CIS, con una escala temporal más larga, y un modo distinto de formular la pregunta sobre la confianza en diferentes instituciones (pidiendo una puntuación de 0 a 10), muestran también un cambio importante del clima político en torno al comienzo de la crisis económica (gráfico 3.12). Entre 1993 y 2009, la confianza media en los gobiernos autonómico y central (promedio de respuestas), osciló alrededor del 5, con los primeros normalmente algo mejor valorados que el segundo. La confianza en los partidos políticos (medida solo desde 2002) era algo más baja (media por debajo del 4), y la confianza en la monarquía, que al comienzo del periodo era muy alta (por encima de 7), se colocaba ligeramente por encima del

Gráfico 3.12

ESPAÑA (1993-2016). CONFIANZA EN DIVERSAS INSTITUCIONES



Notas: Series: A.1.02.04.015 Escala de confianza (0-10) en instituciones: monarquía; A.1.02.06.043 Escala de confianza (0-10) en instituciones: gobierno autonómico; B.1.02.05.017 Escala de confianza (0-10) en instituciones: Gobierno central; A.1.02.06.045 Escala de confianza (0-10) en instituciones y grupos sociales: partidos políticos.

Fuente: CIS. Base de datos *online*.

5 al comienzo de la crisis. Pero, tras la recesión, las cuatro instituciones vieron como la confianza en ellas se desplomó, perdiendo entre 1,5 y 2,3 puntos entre 2009 y 2014, quedando todas ellas por debajo de los 4 puntos, y en el caso del Gobierno central y los partidos políticos, incluso por debajo de los 3 puntos.

En conjunto, la percepción social sobre la marcha de la economía está muy asociada a la percepción sobre la situación política, como se comprueba en el gráfico 3.11, que muestra cómo los indicadores correspondientes se mueven con notable paralelismo. La crisis económica reciente ha sido la más larga y profunda de las sufridas desde la transición y, en correspondencia, tanto la opinión sobre la marcha de la economía como sobre la situación política han llegado a puntos extremadamente negativos nunca antes vistos.

Puede argumentarse también que los tres momentos de máximo malestar político y económico desde la transición coincidieron con tres cambios importantes del ciclo político-electoral: la desaparición de la UCD en 1982, abriendo paso a una década de hegemonía del PSOE; la primera victoria electoral del PP en 1996, que inició el periodo de alternancia y fuerte competencia con el PSOE; y el hundimiento del bipartidismo, en dos tiempos, en 2011 y 2015, con la aparición de dos nuevas fuerzas políticas como Ciudadanos y Podemos. Precisamente, este último partido

es el objeto de análisis en la próxima sección, ya que constituye el caso más exitoso en la democracia española de un partido populista.

■ 3.2 Partidos populistas en España: el caso de Podemos

El último ciclo de crisis económica y cambios políticos presenta grandes diferencias con los precedentes. Como se ha visto, la opinión sobre la situación política y económica cayó a partir de 2007 mucho más que en ocasiones anteriores. Tras el cambio de política económica del Gobierno de Zapatero en la primavera de 2010, visto por muchos como resultado de presiones provenientes de los mercados financieros y de las instituciones europeas, se afianzó una sensación de impotencia del sistema político para responder a la crisis. De esa frustración nacieron las movilizaciones callejeras de los llamados indignados, que bajo el lema de “no nos representan”, se manifestaron por todo el país, y acamparon en las plazas más emblemáticas de las principales ciudades, a partir del 15 de mayo de 2011, en un movimiento social de protesta muy descentralizado y prácticamente espontáneo, no controlado por ninguna fuerza política o sindical, que podría hacer pensar que se avecinaban también grandes cambios políticos, si ese sentimiento de desafección con el sistema político se trasladaba a las urnas.

Sin embargo, las elecciones autonómicas y municipales de 2011, celebradas solo una semana después de nacimiento del movimiento del 15-M, y las elecciones generales de noviembre de aquel año comportaron victorias espectaculares para el Partido Popular. En las primeras revalidó sus mayorías donde las tenía, recuperó el gobierno perdido previamente en comunidades como Baleares y Aragón, y consiguió incluso gobernar en comunidades como Extremadura o Castilla-La Mancha, donde nunca antes lo había hecho. En las segundas consiguió el mejor resultado de su historia, obteniendo su segunda mayoría absoluta desde la transición, y aventajando en más de setenta escaños al PSOE. Este, por su parte, obtenía el peor resultado hasta entonces, sin que de ellos se beneficiara apenas la alternativa de izquierda, Izquierda Unida, que mejoró ligeramente respecto a elecciones anteriores (con un 7% del voto y 11 escaños), pero quedó lejos aún de sus resultados de mediados de los noventa (11% del voto). El otro pequeño partido de carácter nacional, Unión, Progreso y Democracia (UPyD), de difícil clasificación en el eje izquierda-derecha, caracterizado por su oposición a los nacionalismos periféricos y con elementos de discurso regeneracionista, mejoró los resultados de 2008 (del 1 al 5% del voto, de uno a cinco diputados), pero no llegó a eclosionar como alternativa a los dos grandes partidos.

El desplome a cámara lenta del bipartidismo

A comienzos de 2012 podría parecer, por tanto, que el impacto político de la crisis económica iniciada en 2008 iba a consistir sobre todo en un cambio de mayorías dentro del modelo bipartidista (los dos grandes partidos seguían teniendo un 73% de los votos), y que la oleada de protestas de 2011 y la evidente insatisfacción

social no se iba a manifestar en una alteración más sustancial del panorama político. Ninguna de las elecciones autonómicas celebradas aquel año (en las cuatro autonomías que no las habían celebrado en 2011) dio señales en otra dirección. Todos los cambios, mayores o menores, se produjeron dentro del sistema de partidos preexistente.

No obstante, la aparente capacidad del sistema político para digerir el malestar social chocaba con otros indicios de que había un rechazo intenso al funcionamiento del sistema político que no había sido bien canalizado. Además de las encuestas sobre la situación política y económica descritas más arriba, en el periodo 2012-2014 se celebraron movilizaciones y manifestaciones de protesta en cantidades prácticamente nunca vistas en las décadas recientes, promovidas por sindicatos, comités de empresa, y asociaciones ciudadanas, como las organizadoras de las “mareas” de diferentes colores, orientadas a protestar por los recortes de gasto público (Pérez-Díaz y Rodríguez, 2016: 173 y ss.).

Tras un periodo de dos años y medio sin elecciones en todo el país, en mayo de 2014 se celebraban las elecciones europeas. Por su carácter de elecciones de segundo orden, más abierto a que la gente pueda expresar un voto de protesta sin consecuencias prácticas sobre el gobierno, con normalmente baja participación, y por celebrarse en un solo distrito a nivel nacional, sin umbral mínimo, las elecciones europeas son (como sucede en otros países) una ocasión especialmente adecuada para que tengan éxito formaciones alternativas o radicales. Las encuestas previas apuntaban a que PP y PSOE iban a perder muchos votos, y a que Izquierda Unida y UPyD podían aspirar a mejorar sus resultados, pero sin compensar del todo aquellas pérdidas. Por otra parte, se presentaban múltiples candidaturas o coaliciones, formadas por partidos completamente nuevos (Podemos, Partido X, Movimiento RED, VOX), o a veces por partidos con representación solo en parlamentos autonómicos (como Ciudadanos o Compromís, este último en la coalición Primavera Europea), que esperaban capitalizar el descontento evidente con el sistema político, la falta de despegue de la economía y el altísimo nivel de desempleo, que había llegado a su máximo histórico en 2013.

Las encuestas publicadas no esperaban que ninguna de esas candidaturas pasara del 3% o el 4% del voto, ni obtuviera más de tres diputados. Sin embargo, para sorpresa general, una de ellas, Podemos, consiguió casi un 8% del voto y cinco escaños, quedando en cuarta posición, solo dos puntos y un escaño por debajo de Izquierda Unida, y por encima de UPyD. Se trataba de un partido fundado solo unos meses antes por un grupo dominado por profesores de Sociología y Ciencias Políticas de la Universidad Complutense de Madrid, de ideología cercana a la extrema izquierda, muchos de los cuales tenían una amplia trayectoria de militancia en movimientos políticos y sociales de protesta, anticapitalistas, o antiglobalización. Entre ellos destacaba como figura más popular el número uno de la lista, y líder *in pectore* del partido, Pablo Iglesias, cuya imagen se utilizó como parte del logo de la candidatura en las papeletas electorales, en una polémica decisión (sobre la que se volverá más adelante). El programa electoral de Podemos incluía pro-

puestas manifiestamente separadas del consenso sobre política social y económica existente en España. Entre otras cosas, se hablaba de una renta básica universal, bajada de la edad de jubilación a los 60 años, un salario máximo, nacionalización de empresas de sectores estratégicos como eléctricas o transporte aéreo, o hacer una “auditoría” de la deuda pública, parte de la cual se describía como “ilegítima” y por tanto, supuestamente, susceptible de ser denunciada (Rallo, 2014; Carrillo, 2014).

El éxito histórico de Podemos

Pocos meses después de aquella sorpresa en las elecciones europeas, las encuestas sobre elecciones generales empezaron a mostrar que Podemos superaba ya claramente a Izquierda Unida (a quien estaba arrebatando muchos votantes) y se acercaba incluso a los dos grandes partidos en intención de voto, quedando los tres entre el 20% y el 25% del voto. En algunas encuestas incluso apareció en primer lugar (a pequeña distancia), a finales de 2014 y primeros de 2015.

En mayo de 2015 Podemos participó como tal en las elecciones autonómicas que se celebraron en 13 comunidades autónomas, con resultados ambivalentes. Por un lado, se confirmó que había superado claramente a Izquierda Unida como alternativa de izquierda al PSOE, superando los mejores resultados que aquella hubiera tenido nunca, y dejándola fuera de la mayoría de los parlamentos autonómicos. Por otra parte, Podemos no pasó de la tercera plaza ni superó al PSOE en ninguna comunidad, quedando siempre por debajo del 20% de los votos. En las elecciones municipales celebradas el mismo día Podemos no participó como tal, sino que apoyó o se integró en candidaturas o coaliciones como Ahora Madrid, Barcelona en Comú, Valencia en Comú, Participa Sevilla, Zaragoza en Común, y similares. Eran coaliciones *ad hoc* para cada ciudad, que incluían a menudo a Izquierda Unida, junto a otros partidos, y a grupos o asociaciones de carácter local, y que sí lograron colocarse en muchos lugares en segunda posición, y primera entre los partidos o movimientos de izquierdas, lo que les llevó, mediante pactos, a conseguir las alcaldías de ciudades tan importantes como Madrid, Barcelona, Zaragoza, Cádiz, Santiago de Compostela o A Coruña, o a participar en las mayorías que eligieron a los alcaldes del PSOE en muchas otras como Sevilla, Valencia, Alicante, Valladolid, Córdoba o Toledo. Aunque fueran resultado de coaliciones amplias y heterogéneas, las alcaldías conseguidas, en particular en Madrid y Barcelona, reforzaron enormemente la visibilidad de Podemos como fuerza ascendente de la izquierda, que conseguía ya, poco más de un año después de su creación, cotas de poder nunca antes vistas para partidos a la izquierda del PSOE.

Tras las elecciones municipales y autonómicas, Podemos participó en múltiples conversaciones para realizar una alianza a nivel nacional con Izquierda Unida (que fracasó) y con partidos y movimientos nacionalistas o autonomistas en Galicia, Cataluña y la Comunidad Valenciana (los dos primeros, incluyendo a la versión local de Izquierda Unida), que sí terminaron con éxito. Así pues, en las elecciones generales de diciembre de 2015 Podemos concurrió con su nombre en 14 comunidades

autónomas, y como parte de coaliciones más amplias en otras tres. Los resultados fueron similares a los de las autonómicas, en el sentido de confirmar, por un lado, un apoyo sin precedentes, por encima del 20%, para un partido a la izquierda del PSOE, que pulverizaba los mejores resultados nunca conseguidos por Izquierda Unida o el PCE, pero no materializaba el ansiado *sorpasso*, ya que se quedaba ligeramente por debajo del Partido Socialista, con una diferencia de poco más del 1% de los votos válidos, pero que, debido a su distribución geográfica, combinada con los sesgos del sistema electoral, se convertía en una diferencia de 21 escaños, que magnificaba la superioridad del PSOE.

Tras las elecciones de diciembre de 2015 el Congreso de los Diputados quedó más fragmentado de lo que nunca lo había estado, con el mayor partido, el PP, con solo el 29% de los votos y 123 escaños (poco más de un tercio), a más de 50 de la mayoría absoluta, y sin ningún aliado obvio para formar una mayoría. Ante la negativa de Mariano Rajoy a presentarse a una sesión de investidura que parecía tener perdida, Pedro Sánchez, líder del PSOE, que tenía solo 90 diputados, aceptó el encargo del Rey para intentarlo y mantuvo conversaciones, bastante accidentadas, con múltiples procesos de parada, conato de ruptura, y reanudación, que concluyeron con el fracaso de su investidura, en la que fue solo apoyado por el PSOE y Ciudadanos, pero no consiguió ni siquiera la abstención de Podemos.

Para esas fechas Podemos ya no defendía un programa tan radical como el de las elecciones europeas, y había moderado muchas de sus propuestas económicas (Torreblanca, 2015). Sin embargo, se negó a participar en un pacto que incluyese a Ciudadanos, y propuso como fórmula alternativa un pacto del PSOE y Podemos con todos o algunos de los partidos nacionalistas, que numéricamente podía ser suficiente para conseguir la investidura. Sin embargo, el PSOE rechazaba estos votos, que en el pasado habían servido para investir a Rodríguez Zapatero como presidente, por la deriva independentista de los partidos catalanistas, necesarios para la operación.

Finalmente, en junio de 2016 se repitieron las elecciones generales. Podemos volvió a participar en coaliciones especiales en Galicia, Cataluña y Valencia, y en el resto de las comunidades se presentó en coalición con Izquierda Unida (que en 2015 había obtenido menos del 4% del voto y solo 2 diputados). La expectativa era que al sumar esos votos la coalición se habría convertido en la segunda fuerza política, por encima del PSOE, y habría sumado en torno a 15 diputados más, lo que a su vez habría permitido, en un hipotético pacto con el PSOE, estar muy cerca de la mayoría necesaria para formar gobierno. Nada de esto sucedió, porque en las elecciones de junio la nueva coalición, Unidos Podemos (y las coaliciones autonómicas asociadas) apenas superó el porcentaje de votos que había tenido Podemos, y consiguió solo igualar en diputados la suma de sus dos partes constitutivas.

La agregación de escaños de PSOE, Unidos Podemos y sus alianzas, y algunos partidos nacionalistas hacía todavía posible matemáticamente elegir un presidente de gobierno. Pero la negativa del PSOE a ese acuerdo, y su decisión

de impedir unas terceras elecciones llevó a la reelección de Mariano Rajoy como presidente del Gobierno, con la abstención del PSOE.

El ascenso fulgurante de Podemos, por lo tanto, ha significado un cambio radical en el sistema de partidos políticos en España, pero no ha conseguido, hasta el momento, tener un impacto directo en la acción de gobierno. Su maximalismo le llevó a rechazar la investidura de Pedro Sánchez, por considerar su pacto con Ciudadanos demasiado escorado hacia la derecha. La alternativa (un pacto, al menos para la abstención, con fuerzas nacionalistas) era inviable debido a la apuesta independentista de los partidos catalanistas. Por lo tanto, a corto plazo, la redistribución del voto de izquierda que ha conseguido Podemos, entre dos fuerzas de muy similar tamaño, no ha favorecido la aplicación de políticas de izquierda.

¿Quién vota a Podemos?

A partir del primer éxito sorpresa de Podemos en las europeas de 2014, y posteriormente a medida que su peso político se ha ido consolidando, se han realizado varios intentos de explicar su atractivo político, y en particular de conocer quiénes son los que más han votado por Podemos, utilizando para ello tanto estudios de distribución geográfica del voto, como encuestas electorales, fundamentalmente del CIS. Algunos elementos son comunes en todos los análisis: los votantes de Podemos son con más frecuencia varones, son más jóvenes, han votado en el pasado a IU y al PSOE, y en gran medida se declaran ideológicamente de izquierdas. Otros aspectos están menos claros. Por ejemplo, Fernández-Albertos (2015) defendía que el voto a Podemos era especialmente fuerte entre los que habían sufrido más los efectos de la crisis económica, en paro, en trabajos precarios o con una trayectoria laboral menos estable. En cambio, Pérez-Díaz y Rodríguez (2016) afirmaban que, teniendo en cuenta otras variables (posiblemente relacionadas) como la edad, la situación personal del votante en el aspecto laboral no tenía una relación clara con el voto a Podemos. Por otra parte, sí encontraban que los votantes de Podemos eran personas políticamente activas y motivadas, y que era mucho más fuerte la probabilidad del voto a Podemos entre las que tenían una opinión especialmente negativa de la situación económica y del PP.

Rasgos populistas inconfundibles

El ascenso de Podemos ha despertado también un debate, tal vez más bien político y periodístico que académico, sobre el carácter populista del partido. Como explica Torreblanca (2015), el término populista tiene una connotación peyorativa en el lenguaje común, que es la que lleva a algunos de sus partidarios a rechazar la etiqueta. Sin embargo, desde el punto de vista académico, y aun con todas las dudas sobre su significado preciso, parece indudable que Podemos reúne casi todas las características que se le atribuyen a ese tipo de discurso y de acción política, como han observado el propio Torreblanca, Pérez-Díaz y Rodríguez (2016) y Gómez-Reino y Llamazares (2015). Se trata de algo transparente, comenzando por el emblemático uso del término "la casta" para referirse a la elite política y económica que estaría controlando el país desde hace décadas, en realidad ininte-

rrupidamente desde el Franquismo, y continuando a través de la Transición, y que estaría beneficiándose de manera totalmente desproporcionada de la riqueza del país, manteniendo a la mayoría de la sociedad, “la gente”, en condiciones de inseguridad económica, precariedad o pobreza. Se trata de un recurso clásico del populismo, la diferenciación maniquea entre la elite y el pueblo, ambos vistos como bloques unitarios y homogéneos, acompañada por la demonización del primero como enemigo del segundo (Laclau, 2005). El pueblo, o “la gente”, por el contrario, aparece como un colectivo virtuoso, sufriente, víctima de los abusos de la elite. Para superar esa situación es necesario un cambio radical en el sistema político, en el que el pueblo retome el poder. Por otra parte, como es propio de un populismo de izquierdas (Pérez-Díaz y Rodríguez, 2016), la manera de “devolver al pueblo” el poder consiste en realidad en incrementar el poder del Estado en la economía, bien a través de controles y regulaciones de la actividad del sector privado, bien a través de la gestión directa por el Gobierno de nuevos sectores económicos. Como es propio también del populismo de izquierda, el discurso contra la elite nacional va acompañado de mensajes contra el impacto negativo de la globalización, el poder de las multinacionales y las elites económicas internacionales, y las imposiciones de la Unión Europea, que limitan la soberanía nacional. Incluso, en los primeros meses de su existencia, Podemos coqueteaba con ideas como la posible salida del euro, que luego parece haber abandonado.

Este cambio respecto al euro es sintomático de otro rasgo de Podemos, que suele aparecer también en otros partidos populistas, que es la flexibilidad de sus propuestas políticas de fondo, a veces extremadamente ambiguas, a veces cambiadas sin contemplaciones, manteniendo la apelación retórica a la supuesta voluntad popular o de las bases para justificar todos esos cambios. Así, por ejemplo, la propuesta económica presentada antes de las elecciones europeas de 2014 fue sustituida, a finales de aquel año, por un documento elaborado por los profesores Vicens Navarro y Juan Torres, comparativamente más cercano a un modelo socialdemócrata tradicional (Torreblanca, 2015). De hecho, no ha sido raro que, ante preguntas de periodistas sobre la postura del partido en torno a asuntos controvertidos, los dirigentes interpelados hayan respondido simplemente que Podemos apoyará “lo que diga la gente”. Esta fórmula permite evitar las respuestas comprometidas, mantener todas las opciones abiertas, y no defraudar a ningún potencial votante.

Finalmente, otro elemento característico de los partidos populistas de éxito es el liderazgo fuertemente personalizado. En el caso de Podemos, el protagonismo de Pablo Iglesias es evidente, y contribuyó de manera muy especial al éxito inicial del partido, en las elecciones europeas de 2014, en competencia, como se ha visto, con varios otros nuevos partidos que esperaban recibir votos desencantados con el mal funcionamiento del sistema político y económico. Este protagonismo de Iglesias está muy relacionado con su estrategia de comunicación, de la que se hablará en la sección siguiente.

■ 3.3. Los medios, el descontento político y el populismo

■ 3.3.1. *El panorama de los medios en España*

La prensa escrita en España está dominada, como en Francia e Italia, por los periódicos de calidad, que son a la vez los más vendidos y los medios de referencia para la discusión pública. Históricamente no ha existido una prensa diaria popular, sensacionalista o amarilla, de tipo tabloide, aunque, como en otros países, al comienzo del siglo hubo una gran expansión de la prensa popular gratuita. En su momento de máximo esplendor (2007) hubo cuatro periódicos, con 7,6 millones de lectores (frente a unos 13 de los periódicos generalistas de pago). Hoy solo queda *20 Minutos*, que fue durante un tiempo el más leído de España, y es ahora el segundo, entre los generalistas (con 700.000 lectores)¹³. Esta prensa gratuita no ha tenido un perfil político marcado, ni ha buscado participar activamente en la discusión social y política¹⁴.

Sí existen diarios deportivos, con gran tirada y audiencia (tres millones, actualmente, frente a 3,7 hace 10 años). Y se puede decir que el papel de los diarios sensacionalistas lo ocupan, como en Italia, los medios “del corazón”. De hecho, las revistas de ese tipo son las más vendidas en España, muy por encima de las revistas de actualidad política o económica, que tuvieron cierto éxito en los años de la Transición pero han devenido prácticamente marginales (AIMC, 2007; AIMC, 2017).

A diferencia de Francia e Italia, los medios en papel han pertenecido tradicionalmente, y todavía en su gran mayoría sigue siendo así, a grupos empresariales centrados en el mundo de la prensa, la radio, la televisión, o la edición de libros. No existe, por lo tanto, una vinculación directa entre los medios de comunicación escritos y las grandes empresas españolas de otros sectores.

La audiencia de la prensa escrita ha sido siempre baja. Apenas llegábamos a los estándares típicos de países desarrollados y educados cuando comenzó el tsunami combinado de la crisis económica (bajada del gasto publicitario) y la migración a Internet, donde los usuarios esperan obtener todo gratis y los propios medios han facilitado que sea efectivamente así, consiguiendo unos ingresos publicitarios que no compensan de ninguna manera la pérdida de ingresos del medio tradicional. El resultado ha sido que la audiencia de los diarios impresos, que había subido poco a poco hasta el 42% de la población en 2008, ha caído hasta el 24% en 2017. Más específicamente, los diarios generalistas de pago han pasado de una audiencia del 34% en 2007 al 22% en 2017¹⁵.

¹³ Cálculos propios basados en AIMC (2007 y 2017).

¹⁴ En 2007, un 63% de los lectores de los medios gratuitos en papel consideraban que eran los menos politizados (en comparación con los medios de pago o los digitales) (Orange Media e Ipsos Media, 2007).

¹⁵ Cálculos propios basados en AIMC (2007 y 2017).

Sesgos políticos de los medios en papel

Los periódicos “de carácter nacional” (editados en Madrid y distribuidos en toda España) han tenido un perfil político bastante marcado, y en las últimas décadas bastante escorado hacia la derecha. Dos de los cuatro periódicos editados en Madrid con distribución nacional (*ABC*, *La Razón*) tienen una simpatía declarada, en sus editoriales, y entre sus colaboradores, por los partidos de centro-derecha. Un tercero, *El Mundo*, más plural en cuanto a sus colaboradores, muy crítico habitualmente con los escándalos de corrupción del Partido Popular, y en ocasiones con algunos de sus líderes, mantiene, sin embargo, en conjunto, una posición más próxima a este partido, para el que ha pedido el voto expresamente en numerosas ocasiones en editoriales previos a las consultas electorales (por ejemplo en 2008, 2011, pero no en 2015 o 2016...). Finalmente, *El País*, el periódico generalista más vendido desde primeros de los ochenta, era tradicionalmente cercano al PSOE. No ha habido históricamente periódicos de tirada nacional con perfil ideológico más a la izquierda, con alguna excepción breve como la del periódico *Público*, editado entre 2007 y 2012, que tuvo cierto éxito de audiencia, pero no pudo sobrevivir al mal momento económico.

Los periódicos generalistas editados en el resto de España tienen en conjunto una audiencia muy superior a los medios nacionales (en 2017, 6,4 millones de lectores, frente a 2,4 de los nacionales)¹⁶. Son especialmente importantes los de Barcelona: *El Periódico* (cercano a la izquierda catalanista no nacionalista, como la que han representado el PSOE e ICV) y *La Vanguardia* (ambigua en temas de política española, a veces incluso se ha acercado al PP, pero en temas de Cataluña más próxima al nacionalismo catalán moderado). El resto de los medios editados fuera de Madrid tienen en conjunto una buena parte del mercado. En varias regiones la prensa local es mucho más vendida que la de Madrid, que es muchas veces un “segundo periódico” que compran solo algunos lectores. No es raro que haya un periódico local absolutamente dominante en ciertas ciudades y provincias, con muy altas cuotas de mercado. En líneas generales suele considerarse que los medios locales y regionales tienen también un color ideológico más bien conservador, si bien también es notorio que muchos, especialmente de tiradas más bajas, dependen de la publicidad institucional, patrocinios y convenios con comunidades autónomas, diputaciones y grandes ayuntamientos, lo que condiciona probablemente su línea editorial y sus contenidos (Belmonte, 2015: 156-164; Gómez y Gómez, 2017).

Medios online con cierto éxito, influencia limitada en el discurso público

En cuanto a la prensa *online*, todos los medios en papel han creado sus versiones digitales, que son en general las páginas de noticias más visitadas. Como en otros países, se han creado también muchos medios exclusivamente *online*, pero solo algunos de ellos consiguen competir en audiencia con las versiones *online*

¹⁶ Cálculos propios basados en AIMC (2017).

de los medios tradicionales. Entre los más exitosos se encuentra *El Confidencial*, un medio generalista y sin perfil ideológico claro. Otros han sido creados por profesionales provenientes de la prensa tradicional, con un sesgo ideológico conocido. Entre los más importantes estarían *Eldiario.es* (izquierda, dirigido por el primer director del periódico *Público*, Ignacio Escolar), *Ok Diario* (de derecha, creado por Eduardo Inda, proveniente de *El Mundo*), y *El Español* (centro-derecha, creado por el antiguo director de *El Mundo*, Pedro J. Ramírez)¹⁷. Otros medios relevantes son el *HuffPost*, *Público*, *El Independiente*, *Libertad Digital*, *Lainformacion.com*, *El Confidencial Digital*, *Republica.com*, o *El Plural*. Varios de estos medios combinan la financiación de sus lectores (como suscriptores, accionistas, socios) con la publicidad, y sus costes de producción son solo una fracción de los que tienen los medios en papel, pero aun así no está claro que todos ellos puedan ser viables económicamente a medio plazo.

Importante audiencia de radio

Los programas informativos de radio tienen una audiencia considerable en España. Hay una larga tradición de informativos de primera hora, prolongados con tertulias y comentarios, y también de programas informativos nocturnos, ambos con una audiencia considerable. Entre las emisoras de radio de este tipo tiene una posición destacada desde hace décadas la *Ser*, en el grupo PRISA desde los ochenta, y con una inclinación ideológica más próxima al centro-izquierda o la izquierda. Por detrás, a cierta distancia, han estado normalmente otras cadenas comerciales (Antena 3 en su momento¹⁸, luego Cope, Onda Cero), con un enfoque ideológico, más o menos marcado, de centro-derecha. El cuarto puesto lo ocupa Radio Nacional, la cadena pública, sin anuncios, que en principio no debería tener ningún sesgo ideológico, pero que en la práctica ha tendido a favorecer, en la información o en la selección de invitados a sus programas de debate, al partido político en el gobierno. Los presentadores de programas de gran audiencia son muy populares, mucho más conocidos por el gran público que la mayoría de los periodistas en medios escritos. Ese reconocimiento se produce también por parte de los políticos, que acuden con frecuencia a participar en sus programas.

Televisión: del monopolio al oligopolio

Pero como en los demás países, el medio claramente más influyente es la televisión. Hasta primeros de los años ochenta existía solo una empresa televisiva pública, con dos canales, y siempre bajo la sospecha del sometimiento a las direc-

¹⁷ No hay información de acceso abierto sobre las mediciones de audiencia *online* en España, que hace la empresa Comscore. Los medios difunden resúmenes parciales e interesados, no demasiado fiables. Con todo, parece que los cuatro medios citados estaban en 2017 entre los 10 medios generalistas de más audiencia.

¹⁸ Antena 3 llegó a rivalizar en audiencia con la SER a comienzos de los noventa, pero tras la entrada del grupo PRISA (propietario de la SER) en su accionariado, rechazada por la mayoría de sus locutores estrella, que dejaron la empresa, acabó siendo transformada en una emisora musical.

trices del partido en el Gobierno. Durante aquella década se fueron estableciendo las televisiones autonómicas, primero en comunidades con lengua propia y mayor sentimiento nacionalista (como Cataluña y el País Vasco), y luego en otras comunidades. Su influencia es muy variada, ya que en algunas comunidades no tienen gran audiencia, mientras que en otras (especialmente Cataluña) son las cadenas con más audiencia y sus programas informativos tienen mayor audiencia que los de las cadenas nacionales¹⁹.

En los años noventa se pusieron en marcha tres televisiones privadas, de las cuales dos emitían en abierto, y tan solo una (Antena 3) apostaba claramente por dar un gran peso a sus programas informativos, con toque ideológico conservador (como la cadena de radio del mismo nombre)²⁰. Tele 5, cuyo accionista principal era Mediaset, la empresa de Silvio Berlusconi, también tenía programas informativos, pero se hacían con menos medios y se les daba menor protagonismo en su programación. Sus presentadores no tenían tampoco un perfil ideológico-editorial marcado. Tras la llegada al poder del PSOE en 2004 se decidió conceder una nueva licencia de televisión en abierto, así como permitir al grupo PRISA (propietario de *El País*, y la SER, y afín ideológicamente al PSOE), que transformara el canal codificado Canal + en un nuevo canal en abierto, Cuatro. La nueva licencia fue concedida a la cadena La Sexta, gestionada inicialmente por una sociedad creada *ad hoc* por empresarios y profesionales del sector de los medios, con participación de la mexicana Televisa y las productoras Globomedia y Mediapro, que poco después se fusionaron. La concesión fue criticada por las conocidas afinidades políticas de algunos de los inversores, como el presidente de Mediapro, Jaume Roures, con la izquierda política, y con el nacionalismo catalán (con cuyos votos Rodríguez Zapatero había sido elegido presidente del Gobierno).

La crisis económica, sin embargo, y el que los nuevos canales se hubieran puesto en marcha cuando ya se estaba implantando la TDT en abierto, con muchos más canales, hicieron que tanto Cuatro como La Sexta tuvieran un arranque débil en términos de audiencia y económicos, de forma que pocos años después de su establecimiento ambas empresas fueron absorbidas (tras una nueva reforma legal para autorizarlo) por las empresas propietarias de Tele 5 (en el primer caso) y

¹⁹ En las elecciones generales de 2011, por ejemplo, según los resultados combinados de la Encuesta Preelectoral y Postelectoral del CIS (estudio 7.711), entre aquellos encuestados que decían haber seguido la información política y electoral por televisión, la cadena pública autonómica era la preferida para hacerlo para un 36,4% en Cataluña, un 34,5% en el País Vasco (entre los canales en castellano y euskera), un 18,9% en Galicia, un 13,5% en Andalucía, y porcentajes menores en las demás comunidades. Solo en las dos primeras las televisiones autonómicas superaban a cadenas de carácter nacional.

²⁰ Aunque en junio de 1992, casi al mismo tiempo que PRISA adquiría la emisora de radio, hubo cambios accionariales que dejaron en minoría a los propietarios iniciales del canal televisivo. El presidente del grupo Zeta, editor de prensa y libros, pasó a presidir la cadena de televisión. Poco después dejaron de presentar sus informativos varios periodistas provenientes de la cadena de radio, que eran críticos con el Gobierno del PSOE. Posteriormente (1997) el control pasaría al grupo Telefónica y más tarde al grupo Planeta (2002).

Antena 3 (en el segundo). Estos dos grandes conglomerados, con sus canales adicionales en TDT, han acabado constituyendo un duopolio de la televisión privada en abierto.

Precisamente, la multiplicación de canales a través de la TDT se produjo en España, como en otros países, a mediados de la primera década de este siglo. Como en Italia, fue una oportunidad desaprovechada para ampliar la competencia, ya que se concedieron muchos canales a las televisiones públicas (central y autonómicas) y a las empresas ya establecidas. Casi todos los nuevos canales son temáticos (deporte, niños, series), y con la excepción del canal 24h de TVE (y alguno similar en autonómicas), los canales de TDT no han dado lugar apenas a nueva oferta de tipo informativo (existen algunas ofertas, de nuevo con perfil ideológico conservador, o vinculadas a la Iglesia, que consiguen cierta repercusión con sus tertulias de actualidad política, pero son programas que apenas alcanzan a tener audiencia).

Sesgos políticos en televisiones públicas y privadas

La televisión pública nacional (TVE) siempre ha sido criticada por su sectarismo en favor del partido del Gobierno. Puede decirse que la mayor parte del tiempo estas críticas han estado bastante justificadas, pudiéndose hablar tal vez solo, lamentablemente, de periodos de partidismo o sectarismo débil y fuerte. Lo mismo se aplica, de nuevo con algunos matices, a las televisiones autonómicas. Aunque en épocas electorales está regulado el tiempo que los informativos de las televisiones públicas pueden dedicar a cada partido político, manteniendo la proporción entre los minutos dedicados y los resultados de las elecciones anteriores, es obvio que es posible cumplir una regulación tan simple manteniendo un sesgo ideológico. La propia audiencia, con sus comportamientos, confirma los sesgos políticos de los canales públicos, y así, por ejemplo, las encuestas electorales del CIS muestran que el perfil ideológico de los que se informan a través de TVE cambia según qué partido esté en el Gobierno²¹.

Los informativos de Antena 3 han tenido un sesgo más bien conservador. Esto era especialmente marcado en su primera etapa, en la que varios presentadores provenían de la radio del mismo nombre, y realizaban unos informativos “de autor”, con editoriales incluidos. Con el cambio de propiedad de 1992 la cadena abandonó su tono militante, pero los sucesivos propietarios han mantenido una orientación política en líneas generales conservadora. En cambio, los informativos de Tele 5 han sido siempre menos politizados y más enfocados a noticias de impacto (accidentes, delincuencia, catástrofes) o simplemente llamativas (imágenes espectaculares o cómicas por cualquier motivo).

²¹ Así, por ejemplo, según las encuestas postelectorales del CIS, en 2008, un 24,8% de los que se posicionaban en los puntos 1 y 2 y un 32,2% de los que se situaban en los puntos 3 y 4 de la escala izquierda-derecha (donde 1 es la extrema izquierda y 10 es la extrema derecha) habían elegido TVE como cadena favorita para seguir la información política y electoral. En cambio, en 2015, las proporciones equivalentes fueron el 6% y el 12,5%.

Cuando llegaron Cuatro y la Sexta, como preveían sus críticos, tenían un sesgo favorable al Gobierno que las había autorizado. La Sexta, en concreto, ha mostrado en sus programas informativos, tertulias y otros de actualidad política, una sensibilidad cercana a la de los partidos de izquierda. Cuando llegó la crisis económica, en particular, La Sexta dedicó más atención que otros medios a las consecuencias sociales de la crisis y a los recortes del gasto público adoptados a partir de 2010. Además, ha ido incrementando el contenido de tipo informativo, añadiendo a los programas informativos diarios programas de tertulia política, e informativos semanales. Curiosamente, sin embargo, la audiencia e influencia de La Sexta no fue demasiado grande en sus primeros años, cuando operaba como empresa independiente, y gobernaba el partido que le había dado la licencia para operar. Fue más bien a partir del cambio de Gobierno (en 2011) y de la absorción de La Sexta por el grupo propietario de Antena 3, cuando se incluyeron en su parrilla más programas de actualidad, y estos han ido adquiriendo considerable influencia²².

Hasta la aparición de La Sexta (y en cierta medida Cuatro) parece correcto decir que los medios televisivos que constituyen o constituían la principal vía a través de la cual se informaban los españoles tenían un considerable sesgo institucionalista, en general de aquiescencia con los poderes de todo tipo. Los informativos televisivos en general eran seguidistas de la agenda informativa de los periódicos, y muy dados a ocupar buena parte de la información con las voces de las fuentes oficiales (Gobierno, primer partido de la oposición). Apenas tenían iniciativa para buscar noticias sobre aspectos difíciles o incómodos, que no hubieran sido previamente promovidos por actores políticos o por otros medios de comunicación.

■ 3.3.2. Los medios y su relación con el descontento y el populismo

¿Cuál ha sido el papel que han desempeñado los medios de comunicación en España en la crisis de confianza en el sistema democrático y en la aparición y éxito de una opción política populista como Podemos? De nuevo vamos a examinar las cuatro hipótesis que presentábamos en la introducción, observando hasta qué punto se pueden considerar compatibles con el caso español.

Control limitado de las elites sobre los contenidos de los medios

La hipótesis que parece menos compatible con el caso español es la hipótesis del elitismo, la favorita de los propios populistas. Según ella, la alianza entre los medios, los políticos y las grandes empresas habría hecho que los primeros realizaran una cobertura de los problemas sociales y políticos del país constreñida que no pusiera nunca en peligro los pactos entre las elites para mantener un sistema político poco democrático y un sistema económico cada vez más injusto y desigual.

²² Y así, mientras que en la encuesta postelectoral del CIS de 2011 (estudio 7711) solo un 3,1% de los encuestados por el CIS decían que preferían La Sexta para informarse sobre las elecciones y la política, en 2015 (estudio 7715) eran el 21,1%, por encima de cualquier otra cadena.

El público, al ir reconociendo este juego, habría ido perdiendo su confianza en los medios tradicionales, y aunque tal vez los siga consumiendo, lo hace con una distancia crítica que le permite extraer las informaciones fácticas esenciales, pero reinterpretarlas de forma distinta a la que se propone en los grandes medios de comunicación.

Este argumento parece reforzado por el hecho de que en los tres grandes tipos de medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión), aunque el liderazgo de audiencia individual lo haya tenido a menudo un medio considerado normalmente "progresista" (como *El País*, o la SER), el conjunto de los medios tiene una orientación política más bien dirigida hacia la derecha. Y no ha habido nunca un medio de importancia que estuviera ideológicamente "a la izquierda del PSOE" (podría discutirse si este es ahora el caso con *La Sexta*). Sin embargo, una cosa es la línea editorial general de los medios, y otra es la presencia o ausencia en ellos de voces de orientaciones ideológicas plurales, y de información abundante, sobre aspectos que funcionan mal del sistema político (por ejemplo, los casos de corrupción), o del sistema económico, como el crecimiento de las desigualdades, el aumento del paro, los recortes de los gastos en educación o sanidad, los desahucios... Se puede discutir si la atención prestada a todos estos asuntos es o no suficiente, en relación con su gravedad, pero parece una distorsión completamente exagerada afirmar que este tipo de temas habrían sido silenciados por los medios españoles. Ya sea por la simple fuerza de la competencia entre ellos, que les lleva a cubrir temas conflictivos que interesan a la sociedad, ya sea porque entre sus profesionales predomina una vocación profesional de informar a la sociedad sobre las cosas que peor funcionan dentro de ella, y de controlar los abusos de los poderosos, lo cierto es que estos temas sí que han sido cubiertos profusamente por los medios.

Amplia exposición crítica de los gobernantes y sus decisiones

Parecería mucho más ajustada a la realidad, por tanto, la hipótesis normativa, de los medios como vigilantes. Al menos a partir de finales de los años ochenta los medios (o al menos suficientes de ellos como para que el público general haya tomado conciencia sobre ello) han dedicado mucha atención, por ejemplo, al tema de la corrupción política²³. Desde asunto ya tan lejanos como los de Filesa, Juan Guerra o Roldán, hasta los más recientes de los ERE, Gürtel o Púnica, los medios de comunicación han tenido un protagonismo importante en su descubrimiento, seguimiento y petición de responsabilidades políticas. Lo mismo se puede decir de la cobertura de los principales problemas económicos y, sobre todo, políticos. De hecho, si no existiera esa cobertura masiva serían difíciles de explicar las grandes variaciones que se han ido dando en la opinión pública española (vistas más arriba) sobre la situación política y económica. En particular la segunda se ajusta de manera bastante estrecha a los datos macroeconómicos que se utilizan habitual-

²³ Es posible que esto no sea tan cierto a nivel regional y local, especialmente en los casos en los que, como se ha señalado antes, una parte importante de la prensa depende mucho de la publicidad contratada por instituciones públicas.

mente como indicadores de la salud de la economía. Naturalmente, la gente tiene percepciones de lo que sucede en la economía a través de su experiencia directa, y la de familiares y amigos. Pero parece que sin la contribución de los medios de comunicación las sensaciones sobre la situación económica no podrían difundirse de manera tan rápida y tan ajustada a los cambios reales en la economía.

Volviendo a la perspectiva elitista, podría argumentarse que todos esos problemas y conflictos de los que se ocupan los medios son solo en realidad fuegos de artificio, falsos conflictos entre elites que están de acuerdo en lo fundamental y que así distraen a la población de las contradicciones más fundamentales del sistema. Si este fuera el intento, no parece muy exitoso, cuando vemos, precisamente, el pesimismo de los españoles, en diferentes momentos, sobre nuestra situación económica y política.

Podría incluso argumentarse, dado que los españoles se informan sobre todo a través de la televisión, con las características mencionadas en la introducción que la empujan a lo que de un modo amplio puede llamarse sensacionalismo, que es más bien esta hipótesis la que realmente explicaría el desencanto de los españoles (como en general, si se acepta este argumento, el de muchos ciudadanos de las democracias occidentales). En su contra, hay que recordar que durante mucho tiempo los informativos líderes en audiencia han sido los de las televisiones públicas, relativamente resistentes a los peores vicios del medio televisivo, aunque obviamente no inmunes a ellos. Entre las televisiones privadas, existió durante mucho tiempo un duopolio, con una de las cadenas más orientada al sensacionalismo (pero no tanto sobre temas sociales o políticos, sino más bien sobre crónica negra, catástrofes, y similares) y la otra más convencional e institucional, y más conservadora. Posteriormente, con la llegada de dos canales adicionales, estos han buscado un estilo comunicativo más fresco y juvenil, aunque manteniendo el foco centrado en política y sociedad.

Éxito de Podemos en la política-espectáculo

Donde sí entra en juego claramente la hipótesis del sensacionalismo es en la explicación del gran éxito de Podemos. Recordemos que tras las movilizaciones de mayo de 2011 “no pasó nada” en términos políticos (es decir, hubo un cambio de poder relativamente normal dentro del sistema bipartidista). Al acercarse las elecciones europeas de 2014, y continuar la sociedad española sumida en un profundo pesimismo había, como se ha explicado más arriba, una gran turbulencia en el mercado político español por el lado de la oferta. Aparecieron muchas propuestas que buscaban convertir el enfado de los españoles en un voto de protesta. La mayoría de ellas, sin embargo, pasaron desapercibidas, excepto la de Podemos. Todos los análisis de aquel éxito electoral coinciden en un factor fundamental: Pablo Iglesias había conseguido una exposición mediática extraordinaria en el aproximadamente año y medio previo a las elecciones. Y lo había hecho siguiendo una estrategia dibujada a conciencia años antes, cuando él y sus colaboradores más cercanos pensaron que realmente la conquista del poder en un país como España se hace

a través de la televisión. De manera que había que entrenarse en las técnicas de actuación televisiva, había que aprender a comunicar ideas de izquierda con un lenguaje moderno, que llegara a los jóvenes que no leen un periódico pero sí ven la televisión. El plan pasó por montar su propio programa de televisión, que se veía originalmente solo en una televisión local de Madrid, y luego se expandió a un canal minoritario de TDT. A ese programa se invitaba a periodistas de medios ordinarios, con los que se iba trabando una relación personal, incluso de cordial enemistad con periodistas con inclinaciones ideológicas opuestas. Y a través de esas relaciones de amistad fue como Iglesias consiguió a su vez, en abril de 2013, que le invitaran a una tertulia en un programa de la muy conservadora cadena Intereconomía, donde, en permanente minoría, mostró sus habilidades para el debate televisivo. Poco después recibió la invitación de programas de debate político en Cuatro y La Sexta, donde a finales de 2013 y comienzos de 2014 era ya un personaje habitual, que iba adquiriendo fama por sus enfrentamientos con periodistas o tertulianos conservadores, y por su capacidad de debate. Iglesias preparaba concienzudamente cada programa con sus compañeros de la Complutense, buscando información y argumentos relacionados con los temas de la semana, y, además, durante los programas continuaba conectado con ellos a través de su tableta, de manera que podían seguir dándole ideas o datos con los que rebatir a sus contertulios (Rodríguez Suanzes, 2014; Álvaro García y Fonseca Porras, 2015).

La fama de Pablo Iglesias fue un factor crucial en el triunfo inicial de Podemos en las elecciones europeas de 2014. Las encuestas que manejaban los promotores del partido les decían que mientras que el 50% de la población conocía a Pablo Iglesias, los que sabían lo que era Podemos ascendían solo a un 7% (Carrillo, 2014). Lo cual tenía cierta lógica porque mientras esto sucedía en los programas de *infotainment*, los programas informativos convencionales, y los medios de comunicación escritos trataban a Podemos como una más de las muchas fuerzas marginales que trataban de conseguir votos por primera vez en aquellas elecciones, es decir, como algo anecdótico a lo que se dedicaba muy poco tiempo y espacio. Y así, Podemos tomó la decisión, muy criticada, y muy contradictoria con lo que pretendía ser un movimiento social abierto, participativo y promovido de abajo a arriba, pero casi con seguridad acertada, de incluir la imagen inconfundible de Iglesias en el logo de Podemos que aparecería en las papeletas electorales. No es arriesgado decir que, sin la presencia de Iglesias en los programas de debate político en los meses anteriores a las elecciones europeas de 2014, los resultados en ellas de Podemos habrían sido mucho más modestos y la evolución posterior también muy diferente.

Naturalmente, concurrieron otros muchos factores, como el acertado uso que hizo Podemos de las redes sociales, donde sus muchos seguidores y los cientos de círculos locales o temáticos de Podemos hacían de multiplicadores de los mensajes, los reenviaban a amigos y familiares, viralizaban eslóganes, vídeos (precisamente a veces del propio Iglesias en sus intervenciones televisivas). Todo esto es parte de una campaña electoral moderna, como bien entendieron Iglesias y sus colaboradores, y como los partidos clásicos han comprendido solo de manera muy parcial aún (Álvaro García y Fonseca Porras, 2015).

¿Una red suficientemente tupida de medios favorables a Podemos?

La cuestión del uso de las redes sociales lleva a plantearse la relevancia de la última hipótesis sobre el papel de los medios, la de la segmentación, que tal vez sea en el caso español en el que tenga más importancia.

En primer lugar, es factible, para un votante de izquierda, construirse una dieta informativa compuesta por medios de comunicación con una orientación ideológica de centro-izquierda o izquierda, no solo en radio o en medios *online*, como en otros países, sino también, debido a la existencia de la Sexta, en televisión. Como se ha visto más arriba, además, la presencia reiterada en La Sexta (y en Cuatro) de Pablo Iglesias, desempeñó un papel importante en que Podemos se desmarcara del grupo de nuevos partidos aspirantes a romper con el bipartidismo en las elecciones europeas de 2014 y alcanzara una visibilidad y una presencia posterior en las encuestas que le llevaron ya a aparecer de manera regular en los medios convencionales. Y en las encuestas postelectorales del CIS, por ejemplo en 2016 (estudio 3.145), los votantes de Unidos Podemos, y sus coaliciones afines de Galicia y el País Valenciano, que declaraban que su cadena preferida para seguir la información política y electoral era La Sexta estaban entre el 49 y el 56%.

Cabe preguntarse por la motivación de los directivos de La Sexta, y luego de Atresmedia, grupo en el que se integró, para llevar a cabo esa programación con un sesgo ideológico, o al menos un alto nivel de exposición, favorable a Podemos. La hipótesis de la segmentación es compatible con la posibilidad de que los medios adopten sesgos ideológicos por diferentes motivos: pueden ser comerciales, de convicción sincera de sus dueños o directivos, o de otro tipo. En el caso de La Sexta, inicialmente, es conocido, como ya se ha mencionado, que algunos de sus fundadores tenían una ideología más bien de izquierda. Pero a partir de su fusión con Antena 3, los antiguos dueños quedaron en minoría, por lo que podría haberse esperado un cambio de línea editorial (como pasó en su momento cuando Antena 3 Radio fue absorbida por PRISA). Dado que el gobierno del PP autorizó, contra el dictamen de la Comisión Nacional de la Competencia, la fusión con Antena 3, ha habido quien ha querido ver en la presencia de Podemos en La Sexta el resultado de una indicación gubernamental, entendiendo que el ascenso de este partido perjudicaría sobre todo al PSOE y por tanto, al dividir a la izquierda, facilitaría la victoria electoral del PP²⁴. Se trata de una especulación no confirmada, sobre una maniobra que en todo caso habría sido urdida años después de la fusión empresarial, que se produjo en 2012, cuando Podemos aún estaba lejos de hacer su aparición. Además, dado el éxito de audiencia de los programas informativos y de actualidad de La Sexta, no hay por qué descartar la motivación puramente comercial: manteniendo una línea editorial diferente en Antena 3 y La Sexta los dueños de ambas cadenas

²⁴ Como evidencia del pacto con el Gobierno para favorecer a Podemos se ha citado una grabación realizada por la Guardia Civil, en el contexto de una investigación por corrupción, en la que el presidente del diario *La Razón*, y directivo de Atresmedia, Mauricio Casals, decía que "El sándwich al PSOE con la Sexta funciona de cine". *El Español*, 3 de mayo de 2017, "Casals en las grabaciones: 'El sándwich al PSOE con La Sexta funciona de cine'".

estarían apuntando a diferentes perfiles de público, no solo ideológicos, sino también demográficos, lo que ampliaría los ingresos publicitarios.

Por otra parte, en relación con la hipótesis de la segmentación, hay que señalar la importancia de las redes en la campaña de Podemos, o el hecho de que muchos de sus votantes, que son en general más jóvenes, sean usuarios intensivos de redes sociales, y cada vez menos consumidores de medios de comunicación tradicionales, desde luego en papel, que ya, básicamente, no leen, pero también incluso de la televisión en su modo de consumo tradicional. Es mucho más habitual que la dieta informativa de un joven español actual esté compuesta por múltiples pequeñas piezas que le llegan a través de sus redes sociales, que consume directamente en su móvil o en su portátil, y que pueden provenir de orígenes variopintos: de las web de medios, grandes y pequeños, de páginas web de grupos y asociaciones de todo tipo, de blogs personales, de contenidos creados directamente en las redes sociales... Entre esos contenidos que circulan masivamente hay sin duda piezas creadas con intención propagandística, noticias falsas, bulos, y exageraciones, que pueden circular bajo el radar de los medios de comunicación tradicionales sin ser casi detectadas.

Por todo ello, la segmentación de medios y audiencias ha tenido en el caso español un papel probablemente más importante que en los casos italiano o francés. Sin embargo, parece que la mayoría de la población sigue consumiendo una dieta informativa variada, y aunque las redes sociales se hayan usado intensivamente para atraer simpatizantes, crear redes de apoyo, y poner en marcha el partido en sus círculos, es dudoso que haya un número importante de personas que se hayan aislado completamente, a través de las redes sociales, del flujo informativo más amplio que ofrecen las demás fuentes de información.

■ CONCLUSIONES

La crisis de la democracia, y la aparición y el éxito de los populismos, son fenómenos que suceden por la interacción de múltiples factores, solo uno de los cuales, más o menos favorable o inhibitorio, es la actuación de los medios de comunicación. Por otra parte, las características de los medios que se han propuesto como posibles factores explicativos no son categóricas, sino de grado. Por ello, las conclusiones de este texto son también poco categóricas. Ninguna de las características de los medios que hemos examinado es necesaria, ni suficiente, para explicar el fenómeno del malestar con la democracia o del populismo. Son siempre factores coadyuvantes, junto con otros relacionados con la situación económica y política o las estrategias de los partidos.

La hipótesis normativa de los medios como vigilantes

Esta especie de hipótesis por defecto es la que los medios simplemente han hecho su papel, y como consecuencia, al reflejar los verdaderos problemas de los

sistemas políticos y de las economías de los países, han “causado” la pérdida de confianza y han facilitado la aparición del populismo no suele considerarse explícitamente. Sin embargo, como se ha visto en los tres casos analizados, no se debe descartar ni mucho menos, o quizá se puede decir que es una condición de base, un punto de partida, que normalmente estará presente en todo sistema democrático. Los medios son el punto de encuentro de la discusión pública, en el que, con más o menos intensidad, se ponen en evidencia los males del sistema político y económico. O al menos debe haber un fragmento de los medios que lo haga. A fin de cuentas, incluso los más críticos con los medios de masas los utilizan para difundir sus mensajes contra ellos. De manera que, al menos en un mundo anterior a la difusión masiva de Internet, como sería la época en la que aparecen y tienen sus primeros éxitos tanto el Frente Nacional, como la Lega Nord y Forza Italia, los medios desempeñaron necesariamente un papel de transmisión de las críticas al sistema político y a la situación económica suficiente como para abrir la posibilidad de que la gente votara a otras opciones. En el caso español la competencia entre los medios ha sido tradicionalmente lo suficientemente fuerte como para que los males del sistema político, los casos de corrupción, los problemas económicos y sociales, hayan tenido amplia cobertura en los medios.

La hipótesis elitista

Puede considerarse que esta es la hipótesis inversa a la anterior, y la favorita de los propios populistas: los medios son parte de la conspiración de la elite contra el pueblo. Como se ha visto especialmente en los casos de Francia e Italia, hay una apariencia de realidad en el argumento, o, más bien, podríamos decir que hay indicios en ambos países del argumento elitista en sus dos versiones (la más dirigista, y deliberada; la más basada en la convivencia y las redes sociales). Pero, como se ha visto también en ambos casos, el argumento es más débil de lo que aparenta. Es demasiado simplificador, trata a los medios como un bloque unitario, como si no hubiera entre ellos competición, y rivalidades, filias y fobias políticas o de otro tipo, que hacen que realmente “los medios” sean una realidad lo suficientemente compleja y diversa, como para que, a pesar de que puedan tener un cierto sesgo prosistema o *pro-establishment*, se cuelen por sus rendijas (o por sus boquetes) suficientes informaciones críticas como para que efectivamente el discurso del malestar en la democracia pueda prosperar. Es decir, en cierto modo, hay una contradicción en los términos en el éxito de partidos populistas que denuncian una conspiración mediática de silencio contra ellos.

Incluso, como se ha visto por ejemplo en el caso francés, los medios pretendidamente elitistas pueden haber hecho el juego, en la práctica, a los partidos populistas, al hablar de ellos con reiteración, con propósito de atacarlos y ridiculizarlos, pero consiguiendo en la práctica aumentar la exposición del público a sus mensajes.

La hipótesis de la segmentación

La hipótesis de la segmentación, o de la burbuja, en su variante más extrema, es ahora mismo la idea de moda, y tiene algunos elementos sugerentes, pero

parece razonable descartarla como un factor crucial, al menos en nuestros casos, para explicar tanto el malestar con la democracia como el triunfo de los populismos. Para empezar, por una cuestión cronológica, la versión de la hipótesis que pone el énfasis en Internet y las redes sociales no sirve para explicar fenómenos anteriores. La crisis de confianza y los populismos de los ochenta y noventa no se pueden atribuir a una burbuja mediática populista o hipercrítica que no existía.

En todo caso, por esa razón, la hipótesis podría aplicarse a los fenómenos más recientes como el M5S o de Podemos. Pero ni siquiera parece que en esos dos casos tengamos fenómenos demasiado fuertes de burbuja. Es decir, naturalmente, las redes sociales pueden facilitar el encuentro entre afines, los fenómenos de pensamiento de grupo, el refuerzo mutuo de ideas y prejuicios, la caída en pensamientos sectarios. Pero las redes sociales, por sí solas, no son capaces de crear una burbuja lo suficientemente cerrada y opaca como para que la mayoría de las personas se encierren en ella, sin la existencia de medios de comunicación de otros tipos (periódicos, televisiones, radios) afines. Y esos no existen, claramente, en el caso italiano. En el caso español sí es posible pensar que la segmentación de los medios tradicionales, más que la burbuja en las redes sociales, ha podido ser un factor de importancia. En conjunto, el fenómeno estricto de la burbuja afectaría a poca gente, aunque mucha gente pueda ahora “disfrutar” de una dieta de noticias más sesgada hacia sus posiciones previas que en el pasado.

La hipótesis del sesgo comercial y el sensacionalismo

La hipótesis del sensacionalismo es la más mencionada por los textos que tratan de explicar el populismo cuando se refieren, aunque no sea su preocupación central, al papel de los medios en el proceso. Parece que todos los partidos populistas de éxito tienen líderes con habilidades mediáticas importantes, innatas o ensayadas. Todos utilizan las declaraciones explosivas, los escándalos, los eventos escenificados, para generar pseudonoticias que sean atractivas para los medios y conseguir así atención. Parece claro que en un entorno de medios plural y competitivo, si no “los medios”, al menos sí algunos medios van a dar cobertura a estos eventos y declaraciones llamativas. En el fondo, como en el caso de la primera hipótesis, estamos ante una consecuencia natural del pluralismo mediático y de la competencia comercial. Si más arriba decía que al menos algunos medios cumplirán con el papel normativo de ser vigilantes y críticos, en un sentido general, también aquí hay que decir que es inevitable que algunos medios adopten la estrategia “sensacionalista” o hipercrítica, que en algunos casos puede ser solo tenuemente distinguible de la anterior.

En resumen, entonces, respecto a las cuatro hipótesis, diríamos que hay dos (la normativa, y la del sensacionalismo) que pueden verse en realidad como dos variantes, con diferente grado de intensidad, de un fenómeno que es consustancial a la prensa libre, competitiva y comercial en una democracia contemporánea. Por lo tanto, al menos algunas partes de los medios encajarán en cada una de las dos hipótesis en todos los países. Y de hecho así ocurre en los tres casos. Puede

incluso argumentarse que es la dimensión de los medios como vigilantes la que más puede contribuir a una población desencantada o insatisfecha con la democracia, y, por lo tanto, potencialmente dispuesta a mensajes críticos con ella, mientras que es la dimensión sensacionalista de los medios la que favorece a los partidos populistas, o es aprovechada por ellos, para trasladar su mensaje a la población.

En cambio, la hipótesis elitista, tan del gusto de muchos populistas, es poco compatible con un sistema de medios plural y abierto. Y de hecho, el éxito de los populistas es la mejor refutación de su propio argumento. En cuanto a la hipótesis de la burbuja, es, conceptualmente, compatible con un sistema de medios abierto y plural, en el que distintos grupos de ciudadanos podrían ir configurando un menú de medios totalmente a su gusto, que les confirmara en sus ideas y les aislara de influencias externas. Pero en los casos estudiados no parece que sea un factor decisivo, por la época en que se dieron, y por la insuficiencia de medios afines suficientes para conformar una auténtica e impenetrable burbuja. Es posible que esta sea ya una realidad para un segmento más o menos amplio de la ciudadanía, y es posible que en el futuro puedan ser más los capaces de encerrarse en esas burbujas. Pero en nuestros casos no parece que haya sido un factor crucial.

■ FUENTES DE DATOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

■ Bases de datos *online*

CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (CIS), Banco de datos. Disponible en: <http://www.analisis.cis.es/cisdb.jsp>

EUROBARÓMETRO, *Eurobarometer Interactive*. Disponible en: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Chart/index>

FRANCE POLITIQUE, Base de datos creada por Laurent De Boissieu. Disponible en: <http://www.france-politique.fr> (visitada el 13-2-2018).

GOVERNO ITALIANO, Ministero dell'Interno. Archivio storico delle elezioni. Disponible en: <http://elezionistorico.interno.gov.it/>

INTERNATIONAL INSTITUTE FOR DEMOCRACY AND ELECTORAL ASSISTANCE (INTERNATIONAL IDEA), Voter Turnout Database. Disponible en: <https://www.idea.int/data-tools/data/voter-turnout>

ORGANISATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT (OECD), OECD.Stat. Disponible en: <http://stats.oecd.org/>

■ Referencias bibliográficas

AIMC (2007), "EGM. Febrero a noviembre de 2007", Madrid, AIMC.

— (2017), "EGM. Febrero a noviembre 2017", Madrid, AIMC.

ALBERTAZZI, D., y D. McDONNELL (2005), "The Lega Nord in the second Berlusconi government: In a league of its own", *West European Politics*, 28, 5: 952-972, doi:10.1080/01402380500310600.

- eds. (2008), *Twenty-First century populism*, Londres, Palgrave Macmillan UK.
- (2015), *Populists in power*, Londres, Routledge.
- ALGAN, Y.; GURIEV, D.; PAPAIOANNOU, E., y E. PASSARI (2017), "The European trust crisis and the rise of populism", *CEPR Discussion Paper*, 12444.
- ÁLVARO GARCÍA, D., y E. A. FONSECAS (2015), *El método Podemos*, Madrid, Última Línea.
- AUDITEL (2017), "Sintesi annuale 2016. Emittenti nazionali", disponible en: http://www.auditel.it/media/filer_public/08/50/085054c1-995f-4f1a-9b55-07aeb48784c8/sintesi_annuale_2016.pdf [Acceso 19-sep-2017].
- BELMONTE, E. (2015), *Españopoly: cómo hacerse con el poder en España (o al menos entenderlo)*, Barcelona, Ariel.
- BENSON, R. (2010), "What makes for a critical press? A case study of French and U.S. Immigration news coverage", *The International Journal of Press/Politics*, 15, 1: 3-24. doi:10.1177/1940161209349346.
- BIORCIO, R. (2003), "The Lega Nord and the Italian media system", en G. MAZZOLENI; J. STEWART, y B. HORSFIELD, eds., *The media and neo-populism: a contemporary comparative analysis*, Westport, Conn., Praeger: 71-95.
- BORDIGNON, F., y L. CECCARINI (2013), "Five stars and a cricket. Beppe Grillo shakes Italian politics", *South European Society and Politics*, 18, 4: 427-449, doi:10.1080/13608746.2013.775720.
- CAIANI, M., y P. R. GRAZIANO (2016), "Varieties of populism: insights from the Italian case", *Rivista Italiana di Scienza Politica*, 46, 2: 243-267, doi:10.1017/ipo.2016.6.
- CARRILLO, F. (2014), "La estrategia de comunicación, ¿clave del éxito de Podemos?", en J. MÜLLER, ed., *Podemos, Deconstruyendo a Pablo Iglesias*, Bilbao, Deusto: 71-90.
- CARUSO, L. (2017), "Digital capitalism and the end of politics: The case of the Italian Five Star Movement", *Politics & Society*, 45, 4: 585-609, doi:10.1177/0032329217735841.
- CEVIPOF (2018), "En qu(o) les Français ont-ils confiance aujourd'hui? - Le baromètre de la confiance politique, Vague 9", París, CEVIPOF. Disponible en: <http://www.cevipof.com/fr/le-barometre-de-la-confiance-politique-du-cevipof/> [Acceso 12-ene-2018].
- CORNIA, A. (2015), "TV-centrism and politicisation in Italy: obstacles to new media development and pluralism", *Media, Culture & Society*, 38, 2: 175-195, doi:10.1177/0163443715594035.
- CROZIER, M. J.; HUNTINGTON, S. P., y J. WATANUKI (1975), *The crisis of democracy. Report on the governability of democracies to the Trilateral Commission*, Nueva York, New York University Press.
- DAHL, R. A. (1999), *La democracia una guía para los ciudadanos*, Madrid, Taurus.
- DAMGÉ, M. (2017), "Présidentielle : le vote FN est-il concentré dans des zones avec peu d'immigrés?", *Le Monde*, 10 de mayo. http://mobile.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/05/10/presidentielle-le-vote-fn-est-il-concentre-dans-des-zones-avec-peu-d-immigres_5125715_4355770.html [Acceso 28-jul-2017].
- DAVIES, N. (2009), *Flat Earth news: an award-winning reporter exposes falsehood, distortion and propaganda in the global media*, Londres, Vintage.
- DÖRRE, K.; KRAEMER, K., y F. SPEIDEL (2006), "The increasing precariousness of the employment society: driving force for a new right wing populism?", *International Journal of Action Research*, 2, 1: 98-128.
- DURANTE, R., y B. KNIGHT (2012), "Partisan control, media bias, and viewer responses: Evidence from Berlusconi's Italy", *Journal of the European Economic Association*, 10, 3: 451-481, doi:10.1111/j.1542-4774.2011.01060.x.
- EMANUELE, V. (2015), *Dataset of Electoral Volatility and its internal components in Western Europe (1945-2015)*, Roma, Italian Center for Electoral Studies, doi:10.7802/1112.

- ERCAN, S. A., y J.-P. GAGNON (2014), "The crisis of democracy, Which crisis? Which democracy?", *Democratic Theory*, 1, 2: 1-10, doi:10.3167/dt.2014.010201.
- FABBRINI, S., y M. LAZAR (2013), "Still a difficult democracy? Italy between populist challenges and institutional weakness", *Contemporary Italian Politics*, 5, 2: 106-112, doi:10.1080/23248823.2013.808009.
- FALLOWS, J. (1997), *Breaking the news: how the media undermine American democracy*, Londres, Vintage.
- FERNÁNDEZ-ALBERTOS, J. (2015), *Los votantes de Podemos. Del partido de los indignados al partido de los excluidos*, Madrid, Los libros de la Catarata - Fundación Alternativas.
- FLETCHER, R., y S. PARK (2017), "The impact of trust in the news media on online news consumption and participation", *Digital Journalism*, 5, 10: 1281-1299, doi:10.1080/21670811.2017.1279979.
- FONDAZIONE CENSIS Y UCSI (2016), "I media tra élite e popolo. XIII Rapporto sulla Comunicazione", Milán, Franco Angeli.
- FRANKLIN, M.; MARSH, M., y L. McLAREN (1994), "Uncorking the bottle: popular opposition to European unification in the wake of Maastricht", *Journal of Common Market Studies*, 32, 4: 455-472.
- GIGLIOLI, P. P. (1996), "Political corruption and the media: the Tangentopoli affair", *International Social Science Journal*, 48, 149: 381-394. doi:10.1111/1468-2451.00039.
- GOLDEY, D. B., y R. W. JOHNSON (1986), "The French general election of 16 March 1986", *Electoral Studies*, 5, 3: 229-252, doi:10.1016/0261-3794(86)90013-2.
- GÓMEZ, D., y P. GÓMEZ (2017), "Publicidad institucional: ¿compra de voluntades o fomento de la pluralidad?", *Ctxt.es*, 1 de marzo. Disponible en: <https://ctxt.es/es/20170301/Firmas/11430/Publicidad-institucional-medios-independencia-gobierno.htm>
- GÓMEZ-REINO, M., e I. LLAMAZARES (2015), "Left populism in Spain? The rise of Podemos", Team Populism May 2015 Conference "Solving the Puzzles of Populism", Londres, Team Populism.
- HABERMAS, J. (2004), *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, Gustavo Gili.
- HAINSWORTH, P. (2006), "France says no: the 29 May 2005 referendum on the European constitution", *Parliamentary Affairs*, 59, 1: 98-117, doi:10.1093/pa/gsj015.
- HARRIS INTERACTIVE SAS (2011), "Les Français s'expriment sur l'indépendance des journalistes de télévision à l'égard des politiques", París, Harris Interactive. Disponible en: http://harris-interactive.de/wp-content/uploads/sites/6/2015/09/CP_HIFR_telestar_07102011.pdf [Acceso 12-ene-2018].
- HERMAN, E. S., y N. CHOMSKY (2008), *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*, Londres, Bodley Head.
- HERNÁNDEZ, E., y H. KRIESI (2016), "The electoral consequences of the financial and economic crisis in Europe", *European Journal of Political Research*, 55, 2: 203-224, doi:10.1111/1475-6765.12122.
- HOOGHE, M., y J. OSER (2016), "The electoral success of the Movimento 5 Stelle: an example of a left populist vote?", *Austrian Journal of Political Science*, 44, 4: 25-36, doi:10.15203/ozp.1049.vol44iss41.
- HUNTINGTON, S. P. (1975), "The United States", en M. J. CROZIER; S. P. HUNTINGTON, y J. WATANUKI, *The crisis of democracy. Report on the governability of democracies to the Trilateral Commission*, Nueva York, New York University Press: 59-118.
- (1993), *The third wave: democratization in the late twentieth century*, Norman, Oklahoma, University of Oklahoma Press.
- IFOP y LE JOURNAL DU DIMANCHE (2007), "Ifop por Le Journal du Dimanche - Les indices de popularité - Janvier 2007", París, Ifop. Disponible en: http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=poll&id=644 [Acceso 11-ene-2018].

- (2012), "Ifop por Le Journal du Dimanche - Les indices de popularité - Avril 2012", París, Ifop. Disponible en: http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=poll&id=1833 [Acceso 11-ene-2018].
- (2017), "Ifop por Le Journal du Dimanche - Les indices de popularité - Avril 2017", París, Ifop. Disponible en: http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=poll&id=3733 [Acceso 11-ene-2018].
- (2018), "Ifop por Le Journal du Dimanche - Les indices de popularité - Février 2018", París, Ifop. Disponible en: http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=poll&id=3973 [Acceso 11-ene-2018].
- IGNAZI, P. (2004), "Changing the guard on the Italian extreme right", *Representation*, 40, 2: 146-156, doi:10.1080/00344890408523256.
- (2005), "Legitimation and evolution on the Italian right wing: social and ideological repositioning of Alleanza Nazionale and the Lega Nord", *South European Society and Politics*, 10, 2: 333-349, doi:10.1080/13608740500135058.
- IPSOS (2017), "2017 Élection présidentielle. 1^{er} Tour. Sociologie des électeurs et profils des abstentionnistes", París, Ipsos. Disponible en: http://www.ipsos.fr/sites/default/files/doc_associe/ipsos-sopra-steria_sociologie-des-electorats_23-avril-2017-21h.pdf [Acceso 28-jul-2017].
- KOC-MICHALSKA, K.; VEDEL, T.; GRANCHET, A.; LETEINTURIER, CH., y G. VILLENEUVE (2013), *Mapping digital media: France*, Londres, Open Society Foundations.
- LACLAU, E. (2005), *On populist reason*, Londres, Verso.
- LANZONE, M. E. (2012), "Grillo and Berlusconi: web vs tv? Forza Italia and MoVimento 5 Stelle, Two examples of 'mediatic populism' in comparison". (No publicado).
- (2014), "The 'Post-Modern' populism in Italy: the case of the Five Star Movement," en Woods, D., y B. WEJNERT, eds., *The many faces of populism: current perspectives*, Bingley, Emerald Group: 53-78, doi:10.1108/S0895-993520140000022002.
- LEVI, M., y L. STOKER (2000), "Political trust and trustworthiness", *Annual Review of Political Science*, 3, 3: 475-507, doi:10.1146/annurev.polisci.3.1.475.
- LOUW, P. E. (2005), *The media and political process*, Thousand Oaks, CA, SAGE.
- MACCHESNEY, R. W. (1999), *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*, Urbana, University of Illinois Press.
- MARCHI, R. (2011), "Movimento Sociale Italiano, Alleanza Nazionale, Popolo della Libertà: do neofascismo ao pós-fascismo em Itália", *Análise Social*, 46, 201: 697-717, doi:10.2307/41494869.
- MAZZOLENI, G. (2008), "Populism and the media", en ALBERTAZZI, D., y D. McDONNELL, eds., *Twenty-First Century populism*, Londres, Palgrave Macmillan UK: 166-180, doi:10.1057/9780230592100_11.
- MAZZOLENI, G.; VIGEVANI, G., y S. SPENDORE (2011), *Mapping digital media: Italy*, Londres, Open Society Foundations.
- McDONNELL, D. (2006), "A weekend in Padania: regionalist populism and the Lega Nord", *Politics*, 26, 2: 126-132, doi:10.1111/j.1467-9256.2006.00259.x.
- (2013), "Silvio Berlusconi's personal parties: from Forza Italia to the Popolo Della Libertà", *Political Studies*, 61, SUPPL.1: 217-233. doi:10.1111/j.1467-9248.2012.01007.x.
- MUDDE, CAS (2004), "The populist Zeitgeist", *Government and Opposition*, 39, 4: 542-563, doi:10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x.
- (2013), "Three decades of populist radical right parties in Western Europe: so what?", *European Journal of Political Research*, 52, 1: 1-19, doi:10.1111/j.1475-6765.2012.02065.x.

- MUDEDE, C., y C. ROVIRA KALTWASSER (2012a), "Populism and (liberal) democracy: a framework for analysis", en MUDEDE, C., y C. ROVIRA KALTWASSER, eds., *Populism in Europe and the Americas: threat or corrective for democracy?*, Cambridge, Cambridge University Press: 1-26.
- (2012b), *Populism in Europe and the Americas: threat or corrective for democracy?*, Cambridge, Cambridge University Press.
- NAKAYAMA, Y. (2006), "The development of political clientelism in 20th-Century France: party networks and "voter loyalization"", en JUN'ICHI KAWATA, ed., *Comparing political corruption and clientelism*, Farnham, Ashgate: 171-200.
- NORRIS, P. (2000), *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (2011), *Democratic deficit: critical citizens revisited*, Cambridge, Cambridge University Press.
- ORANGE MEDIA e IPSOS MEDIA (2007), *Expresando la prensa gratuita*. Disponible en: <http://recursos.anuncios.com/files/129/82.ppt> [Acceso 7 de marzo de 2018].
- ORTIZ-OSPINA, E., y M. ROSER (2017), "Trust", en *OurWorldInData.org*. Disponible en: <https://ourworldindata.org/trust> [Acceso 8 de marzo de 2018].
- PARISER, E. (2011), *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*, Nueva York, Penguin Press.
- PATTERSON, T. E. (1994), *Out of order*, Londres, Vintage.
- PEDERSEN, M. N. (1979), "The dynamics of European party systems: changing patterns of electoral volatility", *European Journal of Political Research*, 7, 1: 1-26.
- PÉREZ-DÍAZ, V. (1997), *La esfera pública y la sociedad civil*, Madrid, Taurus.
- (2008), *El malestar de la democracia*, Madrid, Crítica.
- (2016), "El sueño de la razón produce monstruos. A propósito del tema de las demandas y capacidades cívicas de hoy", *Información Comercial Española*, 891: 21-32.
- PÉREZ-DÍAZ, V., y J. C. RODRÍGUEZ (2016), "Podemos, un experimento de populismo de izquierdas", en PÉREZ-DÍAZ, V.; RODRÍGUEZ, J. C., y E. CHULIÁ, *Un triángulo europeo: Élités políticas, bancos centrales y populismo*, Madrid, Fucnas: 137-238.
- PETERS, G., y J. T. WOOLLEY (2012), "2012 General Election editorial endorsements by major newspapers", *The American Presidency Project*. Disponible en: http://www.presidency.ucsb.edu/data/2012_newspaper_endorsements.php
- (2016), "2016 General Election editorial endorsements by major newspapers", *The American Presidency Project*. Disponible en: http://www.presidency.ucsb.edu/data/2016_newspaper_endorsements.php
- PEW RESEARCH CENTER (2017), "Globally, broad support for representative and direct democracy". Disponible en: <http://www.pewglobal.org/2017/10/16/globally-broad-support-for-representative-and-direct-democracy/> [Acceso 21-nov-2017].
- POSTMAN, N., y A. POSTMAN (2006), *Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business*, Nueva York, Penguin Books.
- PUJAS, V., y M. RHODES (1999), "Party finance and political scandal in Italy, Spain and France", *West European Politics*, 22, 3: 41-63, doi:10.1080/01402389908425315.
- RALLO, J. R. (2014), "La respuesta a la indignación ciudadana: ¿más o menos Estado?", en J. MÜLLER, coord., *Podemos. Deconstruyendo a Pablo Iglesias*, Bilbao, Deusto: 139-161.
- ROBINSON, M. J. (1976), "Public affairs television and the growth of political malaise: the case of 'the selling of the Pentagon'", *American Political Science Review*, 70, 2: 409-432, doi:10.2307/1959647.
- RUZZA, C., y S. FELLA (2011), "Populism and the Italian right", *Acta Politica*, 46, 2: 158-179, doi:10.1057/ap.2011.5.

- RYDGREN, J. (2008), "France: the Front National, ethnonationalism and populism", en ALBERTAZZI, D., y D. McDONNELL, eds., *Twenty-First Century Populism*, Londres, Palgrave Macmillan UK: 49-64, doi:10.1057/9780230592100_11.
- SABATO, L. (1991), *Feeding frenzy: how attack journalism has transformed American politics*, Nueva York, Free Press.
- SARTORI, G. (1998), *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.
- SAYARE, S. (2012), "In France, 'In bed with media' can be taken more literally", *The New York Times*, 23 de noviembre de 2012. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2012/11/24/world/europe/in-france-in-bed-with-media-can-be-taken-more-literally.html>
- (2017), "How Marine Le Pen played the media", *The Guardian*, 20 de abril de 2017. Disponible en: <https://www.theguardian.com/news/2017/apr/20/how-marine-le-pen-played-the-media>
- SUNSTEIN, C. R. (2009), *Republic.com 2.0. Current affairs. Politics*, Princeton, Princeton University Press.
- TARCHI, M. (2003), "L'evoluzione della cultura politica di Alleanza Nazionale. Un'analisi attraverso i documenti programmatici", *Trasgressioni*, 36: 3-58.
- TORREBLANCA, J. I. (2015), *Asaltar los cielos. Podemos o la política después de la crisis*, Madrid, Debate.
- VANNUCCI, A. (2009), "The controversial legacy of Mani Pulite: A critical analysis of Italian corruption and anti-corruption policies", *Bulletin of Italian Politics*, 1, 2: 233-264.
- WIEVIORKA, M. (2013), "The Front National – caught between extremism, populism and democracy", en FIESCHI, C.; MORRIS, M., y L. CABALLERO, eds., *Populist Fantasies: European Revolts in context*, Londres, Counterpoint: 441-505.
- WOODS, D. (2014), "The many faces of populism in Italy: The Northern League and Berlusconi", *Current Perspectives*, 22: 27-51, doi:10.1108/S0895-993520140000022001.
- ZASLOVE, A. (2008), "Here to stay? Populism as a new party type", *European Review*, 16, 3: 319-336, doi:10.1017/S1062798708000288.
- ZOLO, D. (1999), "From 'historic compromise' to 'telecratic compromise': notes for a history of political communication in Italy between the First and Second Republic", *Media, Culture & Society*, 21, 6: 727-741, doi:10.1177/016344399021006002.

Últimos números publicados

- N.º 40. DOS ENSAYOS SOBRE FINANCIACIÓN AUTONÓMICA**
(*Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD*),
por Carlos Monasterio Escudero e Ignacio Zubiri Oria.
- N.º 41. EFICIENCIA Y CONCENTRACIÓN DEL SISTEMA BANCARIO ESPAÑOL**
(*Serie ANÁLISIS*),
por Fernando Maravall, Silviu Glavan y Analistas Financieros Internacionales.
- N.º 42. ANÁLISIS DE REFORMAS DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA PERSONAL A PARTIR DE MICRODATOS TRIBUTARIOS** (*Serie ANÁLISIS*),
por José Félix Sanz Sanz, Juan Manuel Castañer Carrasco y Desiderio Romero Jordán.
- N.º 43. COMPORTAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA BANCA AL POR MENOR EN ESPAÑA: FUSIONES Y ESPECIALIZACIÓN GEOGRÁFICA** (*Serie TESIS*),
por Cristina Bernad Morcate.
- N.º 44. LA VERTIENTE CUALITATIVA DE LA MATERIALIDAD EN AUDITORÍA: MARCO TEÓRICO Y ESTUDIO EMPÍRICO PARA EL CASO ESPAÑOL** (*Serie TESIS*),
por Javier Montoya del Corte.
- N.º 45. LA DECISIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS: UN MODELO TEÓRICO CON INVERSIÓN HORIZONTAL Y VERTICAL** (*Serie TESIS*),
por Jaime Turrión Sánchez.
- N.º 46. FINANCIACIÓN DE LA ENSEÑANZA OBLIGATORIA: LOS BONOS ESCOLARES EN LA TEORÍA Y EN LA PRÁCTICA** (*Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD*),
por Javier Díaz Malledo (coordinador), Clive R. Belfield, Henry M. Levin, Alejandra Mizala, Anders Böhlmark, Mikael Lindahl, Rafael Granell Pérez y María Jesús San Segundo.
- N.º 47. SERVICIOS Y REGIONES EN ESPAÑA** (*Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD*),
por Juan R. Cuadrado Roura y Andrés Maroto Sánchez.
- N.º 48. LAS EMPRESAS DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN E INMOBILIARIO EN ESPAÑA: DEL BOOM A LA RECESIÓN ECONÓMICA** (*Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD*),
por Belén Gill de Albornoz (Dir.), Juan Fernández de Guevara, Begoña Giner y Luis Martínez.
- N.º 49. INSTRUMENTOS PARA MEJORAR LA EQUIDAD, TRANSPARENCIA Y SOSTENIBILIDAD DE LOS SISTEMAS DE PENSIONES DE REPARTO** (*Serie TESIS*),
por M.ª del Carmen Boado-Penas.
- N.º 50. EL IMPUESTO DE FLUJOS DE CAJA EMPRESARIAL: UNA ALTERNATIVA AL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE SOCIEDADES** (*Serie TESIS*),
por Lourdes Jerez Barroso.
- N.º 51. LA SUBCONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE I+D: EVIDENCIA DE EMPRESAS EUROPEAS Y DE EE.UU.** (*Serie TESIS*),
por Andrea Martínez Noya.
- N.º 52. IMPOSICIÓN EFECTIVA SOBRE LAS RENTAS DEL CAPITAL CORPORATIVO: MEDICIÓN E INTERPRETACIÓN. EL IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES EN ESPAÑA Y EN LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA EN EL CAMBIO DE MILENIO** (*Serie ANÁLISIS*),
por José Félix Sanz Sanz, Desiderio Romero Jordán y Begoña Barruso Castillo.
- N.º 53. ¿ES RENTABLE EDUCARSE? MARCO CONCEPTUAL Y PRINCIPALES EXPERIENCIAS EN LOS CONTEXTOS ESPAÑOL, EUROPEO Y EN PAÍSES EMERGENTES** (*Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD*),
por José Luis Raymond (coordinador).
- N.º 54. LA DINÁMICA EXTERIOR DE LAS REGIONES ESPAÑOLAS** (*Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD*),
por José Villaverde Castro y Adolfo Maza Fernández.
- N.º 55. EFECTOS DEL STOCK DE CAPITAL EN LA PRODUCCIÓN Y EL EMPLEO DE LA ECONOMÍA** (*Serie TESIS*),
por Carolina Cosculluela Martínez.

- N.º 56. LA PROCICLICIDAD Y LA REGULACIÓN PRUDENCIAL DEL SISTEMA BANCARIO**
(Serie TESIS),
por Mario José Deprés Polo.
- N.º 57. ENSAYO SOBRE ACTIVOS INTANGIBLES Y PODER DE MERCADO DE LAS EMPRESAS. APLICACIÓN A LA BANCA ESPAÑOLA** *(Serie TESIS)*,
por Alfredo Martín Oliver.
- N.º 58. LOS ATRACTIVOS DE LOCALIZACIÓN PARA LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS. EXPLOTACIÓN DE LA ENCUESTA SOBRE ATRACTIVOS DE LOCALIZACIÓN** *(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD)*,
por Encarnación Cereijo, David Martín, Juan Andrés Núñez, Jaime Turrión y Francisco J. Velázquez.
- N.º 59. ESTUDIO ECONÓMICO DE LOS COSTES DE LA ENFERMEDAD: APLICACIÓN EMPÍRICA AL CASO DEL ALZHEIMER Y LOS CONSUMOS DE DROGAS ILEGALES** *(Serie TESIS)*,
por Bruno Casal Rodríguez.
- N.º 60. BUBBLES, CURRENCY SPECULATION, AND TECHNOLOGY ADOPTION** *(Serie TESIS)*,
por Carlos J. Pérez.
- N.º 61. DISCAPACIDAD Y MERCADO DE TRABAJO: TRES ANÁLISIS EMPÍRICOS CON LA MUESTRA CONTINUA DE VIDAS LABORALES** *(Serie TESIS)*,
por Vanesa Rodríguez Álvarez.
- N.º 62. EL ANÁLISIS DE LOS IMPUESTOS INDIRECTOS A PARTIR DE LA ENCUESTA DE PRESUPUESTOS FAMILIARES** *(SERIE ANÁLISIS)*,
por José Félix Sanz Sanz, Desiderio Romero Jordán y Juan Manuel Castañer Carrasco.
- N.º 63. EUROPA, ALEMANIA Y ESPAÑA: IMÁGENES Y DEBATES EN TORNO A LA CRISIS** *(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD)*,
por Víctor Pérez-Díaz, Juan Carlos Rodríguez y Elisa Chuliá.
- N.º 64. INTEGRACIÓN, INMIGRANTES E INTERCULTURALIDAD: MODELOS FAMILIARES Y PATRONES CULTURALES A TRAVÉS DE LA PRENSA EN ESPAÑA (2010-11)** *(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD)*,
por Enrique Uldemolins, Alfonso Corral, Cayetano Fernández, Miguel Ángel Motis, Antonio Prieto y María Luisa Sierra.
- N.º 65. SOSTENIBILIDAD DEL SISTEMA DE PENSIONES DE REPARTO EN ESPAÑA Y MODELIZACIÓN DE LOS RENDIMIENTOS FINANCIEROS** *(Serie TESIS)*,
por Clara Isabel González Martínez.
- N.º 66. EVOLUCIÓN DE LAS FUNDACIONES BANCARIAS ITALIANAS: DE HOLDING DE SOCIEDADES BANCARIAS A UN MODELO INNOVADOR DE "BENEFICIENCIA PRIVADA"** *(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD)*,
por Paolo Baroli, Claudia Imperatore, Rosella Locatelli y Marco Trombetta.
- N.º 67. LAS CLAVES DEL CRÉDITO BANCARIO TRAS LA CRISIS** *(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD)*,
por Santiago Carbó Valverde, José García Montalvo, Joaquín Maudos y Francisco Rodríguez Fernández.
- N.º 68. ENTRE DESEQUILIBRIOS Y REFORMAS. ECONOMÍA POLÍTICA, SOCIEDAD Y CULTURA ENTRE DOS SIGLOS** *(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD)*,
por Víctor Pérez-Díaz y Juan Carlos Rodríguez.
- N.º 69. REFORMA DEL MERCADO DE SERVICIOS PROFESIONALES EN ESPAÑA** *(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD)*,
por María Paz Espinosa, Aitor Ciarreta y Aitor Zurimendi.
- N.º 71. BUILDING A EUROPEAN ENERGY MARKET: LEGISLATION, IMPLEMENTATION AND CHALLENGES** *(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD)*,
por Tomás Gómez y Rodrigo Escobar.

- N.º 72. ESSAYS IN TRADE, INNOVATION AND PRODUCTIVITY**
(Serie TESIS),
por Aránzazu Crespo Rodríguez.
- N.º 73. ENDEUDAMIENTO DE ESPAÑA: ¿QUIÉN DEBE A QUIÉN?**
(SERIE ECONOMÍA Y SOCIEDAD),
por Analistas Financieros Internacionales (AFI).
- N.º 74. AGENTES SOCIALES, CULTURA Y TEJIDO PRODUCTIVO EN LA ESPAÑA ACTUAL**
(SERIE ECONOMÍA Y SOCIEDAD),
por Víctor Pérez-Díaz, Juan Carlos Rodríguez, Joaquín Pedro López-Novo y Elisa Chuliá.
- N.º 75. EVOLUCIÓN RECIENTE DEL CRÉDITO Y LAS CONDICIONES DE FINANCIACIÓN: ESPAÑA EN EL CONTEXTO EUROPEO**
(SERIE ECONOMÍA Y SOCIEDAD),
por Joaquín Maudos.
- N.º 76. EFICIENCIA DE LOS SISTEMAS REGIONALES DE INNOVACIÓN EN ESPAÑA**
(SERIE ANÁLISIS),
por Mikel Buesa, Joost Heijs, Thomas Baumert y Cristian Gutiérrez.
- N.º 77. ENCOURAGING BLOOD AND LIVING ORGAN DONATIONS**
(Serie TESIS),
por María Errea y Juan M. Cabasés (director).
- N.º 78. EMPLEO Y MATERNIDAD: OBSTÁCULOS Y DESAFÍOS A LA CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y FAMILIAR** *(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD),*
por Margarita León Borja (coordinadora).
- N.º 79. PEOPLE MANAGEMENT IN MICRO AND SMALL COMPANIES - A COMPARATIVE ANALYSIS. EMPLOYEE VOICE PRACTICES AND EMPLOYMENT RELATIONS,**
(Serie ANÁLISIS),
por Sylvia Rohlfers, con la colaboración de Carlos Salvador Muñoz y Alesia Slocum.
- N.º 80. LA CRISIS, ¿UNA OPORTUNIDAD PARA LA ECONOMÍA SOCIAL ESPAÑOLA**
(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD),
por Pierre Perard.
- N.º 81. UN TRIÁNGULO EUROPEO: ELITES POLÍTICAS, BANCOS CENTRALES Y POPULISMOS**
(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD),
por Víctor Pérez Díaz, Juan Carlos Rodríguez y Elisa Chuliá.
- N.º 82. EL MERCADO ESPAÑOL DE ELECTRICIDAD**
(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD),
por Aitor Ciarreta, María Paz Espinosa y Aitor Zurimendi.
- N.º 83. THREE ESSAYS IN LONG-TERM ECONOMIC PERSISTENCE**
(Serie TESIS),
por Felipe Valencia Caicedo.
- N.º 84. ROLE OF MICROPARTICLES IN ATHEROTHROMBOSIS**
(Serie TESIS),
por Rosa Suades Soler.
- N.º 85. IBERISMOS. EXPECTATIVAS PENINSULARES EN EL SIGLO XIX**
(Serie TESIS),
por César Rina Simón.
- N.º 86. MINING STRUCTURAL AND BEHAVIORAL PATTERNS IN SMART MALWARE**
(Serie TESIS),
por Guillermo Suárez-Tangil.
- N.º 87. LA VOZ DE LA SOCIEDAD ANTE LA CISIS**
(Serie ECONOMÍA Y SOCIEDAD),
por Víctor Pérez-Díaz.

**N.º 88. ECONOMÍA SUMERGIDA Y FRAUDE FISCAL EN ESPAÑA:
¿QUÉ SABEMOS? ¿QUÉ PODEMOS HACER?
(Serie *ECONOMÍA Y SOCIEDAD*),
por Santiago Lago Peñas.**

ESTUDIOS
DE LA FUNDACIÓN

SERIE ECONOMÍA Y SOCIEDAD

Pedidos e información:

Funcas

Caballero de Gracia, 28

28013 Madrid

Teléfono: 91 596 54 81

Fax: 91 596 57 96

publica@funcas.es

www.funcas.es

P.V.P.: Edición papel, 12€ (IVA incluido)
Edición digital, gratuita

ISBN 978-84-15722-97-7

