

"El papel de las redes personales en la difusión y consolidación de una identidad europea"

Livia García Faroldi

Universidad de Málaga

ABSTRACT:

La investigación pretende analizar la influencia que la red personal de un sujeto puede tener en las opiniones y actitudes hacia la Unión Europea y en el grado de identificación con ésta. Estudios anteriores han demostrado que la influencia de la red personal aumenta con el incremento del número de lazos de amistad y el grado de cohesión del grupo. La hipótesis reticular que se quiere contrastar es que la identificación de una persona con la UE tiende a ser reforzada o debilitada dentro de su red personal: se analiza la identidad europea como una innovación que se difunde (o no) a través de las redes personales, prestando especial atención al papel de las personas que ocupan posiciones de puente entre la red local y el exterior (otros países comunitarios). Empleando los conceptos desarrollados por Galtung de posiciones en la periferia y el centro social, se supone que son las personas más centrales las que adoptan en primer lugar una innovación considerada prestigiosa y, desde este centro social, se difunde hacia la periferia. Por otro lado, dado que los sujetos acuden a distintos grupos de referencia para formarse una opinión, se supone que en el caso de los temas comunitarios y, más específicamente, de la identidad europea, las personas con lazos extralocales y/o que viajan frecuentemente a otros países de la Unión ejercen una influencia importante en su red porque se les considera "expertos" frente a los miembros de la red cuyos lazos son mayoritariamente locales. Una segunda hipótesis, que comprende variables atributivas, pretende comprobar que, en el caso español, son las personas con mayor nivel de conocimientos sobre los temas comunitarios quienes desarrollan actitudes más positivas hacia la Unión y se identifican en mayor medida con ella.

El estudio de la identidad europea como el proceso de difusión de una innovación

El objeto de estudio de esta investigación es doble: por un lado, averiguar qué actitudes existen en la población española hacia la Unión Europea y su proceso de integración; por otro, descubrir la relación entre dichas actitudes y la identificación con la Unión. Existen múltiples enfoques que intentan explicar las actitudes a favor y en contra de la Unión Europea y, aunque son menos numerosos o se han ocupado de ello de manera tangencial, también ha habido autores que han sugerido algunos factores que pueden influir en que una persona desarrolle una "identidad europea" o, expresión que se prefiere en este trabajo por dar cuenta del carácter dinámico de este proceso, una "identificación con la Unión Europea".¹ Ejemplos de estos análisis son la hipótesis del cosmopolitismo -desarrollada en su vertiente postmaterialista por Inglehart y tomando en cuenta variables estructurales por Deutch- o el enfoque del actor racional -Gabel y Palmer son dos autores representativos de esta corriente-.

Esta investigación centra su atención en cómo la red personal del individuo influye en las opiniones y actitudes que éste mantiene y en el grado de identificación que siente hacia la Unión Europea. Desde esta perspectiva, se considera que la identificación con la Unión es una innovación y, por tanto, se difunde -o no, en el caso de que el proceso de difusión no tenga éxito- a lo largo de la red. Los sociólogos con un enfoque reticular que han investigado las innovaciones se han centrado principalmente en innovaciones "tangibles", pero la difusión de ideas ha analizada en menos ocasiones.² Una de las conclusiones de los estudios realizados en este campo es que aquellos dentro de la red que adoptan la innovación -los innovadores- pueden ejercer el papel de líderes de opinión de

¹ Díez Medrano, J. (*La opinión pública española y la integración europea: 1994*; CIS, Serie Opiniones y Actitudes, Madrid, 1994) realiza una revisión de estos enfoques e incluye ítems para contrastar la validez de cada uno de ellos en su propia investigación.

² Investigaciones clásicas sobre la difusión de innovaciones son las de Coleman *et al* (*Medical Innovation: A Diffusion Study*; Bobbs-Merry, New York, 1966) sobre la difusión de un nuevo medicamento entre médicos norteamericanos, la de Rogers, Ascroft y Röling (*Diffusion of innovations in Brazil, Nigeria, and India*; Unpublished report, Michigan State University, Michigan, 1970) sobre la difusión de una semilla híbrida entre campesinos brasileños y la de Rogers y Kincaid sobre la difusión de métodos de planificación familiar entre familias coreanas (*Communication networks: A new paradigm for research*; Free Press, Nueva York, 1981), cuyos resultados analiza Valente (*Network models of the diffusion of innovations*; Hampton Press, Nueva York, 1995) para aplicar su propia perspectiva sobre cómo se produce este proceso.

dicha red si la innovación se considera ventajosa y prestigiada socialmente; en caso contrario, si la innovación se percibe como arriesgada, será adoptada antes por los miembros marginales.³ En la presente investigación, se parte de la hipótesis de que la identidad europea es considerada una innovación ventajosa ya que, al menos desde las instituciones políticas de los países implicados, se apoya explícitamente la extensión y consolidación de esta identidad, desarrollando incluso políticas comunitarias que incluyen como uno de sus fines esta identidad.⁴ Por tanto, es presumible que serán las personas que ejercen un liderazgo dentro de su red las que están adoptando primero esta identificación con la Unión.

Por otro lado, los estudios de liderazgo muestran que los líderes suelen tener un mayor nivel socioeconómico y educativo que el resto de la red y un mayor grado de cosmopolitismo.⁵ En cuanto a los dos primeros rasgos, estas características se asocia con lo que Galtung denominó "centro social", término con el que se refería a las personas que ocupan las posiciones más relevantes dentro de la sociedad, frente a la "periferia social".⁶ Adaptando estos conceptos al objeto de estudio, se quiere comprobar si son las personas más centrales las que adoptan primero la identidad europea para, progresivamente, difundir esta innovación a través del resto de los miembros de la red.

Otra conclusión extraída de estos estudios es que los miembros de la red tienden a identificar como líderes a distintas personas según el ámbito que se esté analizando: será percibido como líder aquel que sea considerado un experto, una persona mejor informada que el resto, sobre el asunto en cuestión. En el caso de la Unión Europea, se pretende comprobar si son considerados líderes aquellos que, por un lado, están más informados de

³ Becker, M. H. ("Sociometric Location and Innovativeness: Reformulation and Extension of the Diffusion Model", en *American Sociological Review*, nº 35, 1970, pp. 267-282).

⁴ La Comisión Europea considera que uno de los fines del programa de intercambio estudiantil SOCRATES es "desarrollar el sentido de pertenencia a una identidad europea, reforzar el espíritu de la ciudadanía europea y reforzar la comprensión y la solidaridad entre los pueblos de la Unión Europea" (Comisión Europea, Education Formation Jeunesse, SOCRATES Vade-mecum, 1995). (Traducción propia).

⁵ Roger, E.M., (*Diffusion of innovations*; Macmillan, New York, 1983) realiza una revisión de los estudios con un enfoque reticular que han analizado la difusión de innovaciones y dedica un capítulo a los líderes de opinión.

⁶ Galtung, J.; "Foreign policy opinion as a function of social position", en *Journal of Peace Research*, 3-4, 1964, pp. 206-231.

los asuntos comunitarios y se muestran más interesados por la política en general y, por otro, están más familiarizados con la Unión a través de su experiencia personal (viajes a otros países, estancias por motivos laborales o de estudio en el extranjero, amistades con personas de otros países de la Unión, etc.).

Relaciones cosmopolitas y posiciones de puente dentro de la red

En la investigación, se centra la atención en dos características reticulares de los miembros de la red: el grado en que sus relaciones son cosmopolitas y si ocupan una posición de puente entre distintas partes de la red.

El cuestionario incluye preguntas para determinar el grado en que las relaciones más inmediatas del entrevistado son locales o cosmopolitas, utilizando para ello una escala con cinco categorías, calificando a aquellos con un valor medio menor de 3 como locales y a los que tienen un valor superior como cosmopolitas.⁷ Con esta clasificación, se puede utilizar el modelo de análisis de las redes personales propuesto por Ferrand,⁸ un modelo que se emplea para considerar la potencialidad que tiene cada red para articular las sub-redes locales y no locales, es decir, si conectan muchos o pocos lazos locales a muchos o pocos lazos no locales. Se identifican así cuatro tipos de micro-estructuras, una local, una no local y dos local/no local, siendo estas dos últimas las más interesantes para nuestra investigación, ya que se pueden distinguir, en términos del autor, los "difusores", que son estructuras en que la mayoría de las relaciones son locales y los "cosmopolitas", estructuras compuestas por un número igual o mayor de no locales que de locales. Ambos tipos conectan la vida social local con los ámbitos externos: el primero es probablemente más capaz de difundir localmente los recursos externos y la información, dado que la mayor parte de sus relaciones son locales, mientras que el segundo probablemente es más capaz de

⁷ La escala ha sido creada por Requena Santos, F. ("Relaciones de amistad en los barrios de la ciudad de Málaga"; *Anuario de la UNED*, nº 7, 1993, pp. 215-223), aunque él califica a los locales como comunitarios. El autor preguntaba al entrevistado si los amigos residían 1) en la misma casa o bloque de pisos; 2) en el mismo barrio; 3) en la misma ciudad; 4) en otra ciudad o pueblo de la provincia; 5) fuera de la provincia.

⁸ Ferrand, A.; "Las comunidades locales como estructuras meso"; *Redes*, nº 3, 2002.

capturar recursos más variados en la red externa, dado que la mayoría de sus relaciones no son locales.

Esta reflexión sobre las redes "mixtas" (local/no local) enlaza con una segunda característica importante que se quiere analizar de los miembros de la red. El análisis de los huecos estructurales (*structural holes*) desarrollado por Burt sugiere que las posiciones de puente otorgan a quienes las ocupan recursos informativos, de poder e influencia mayores que otras posiciones.⁹ Pero, como señala McCarty,¹⁰ pocos han sido los estudios reticulares que han aplicado las estimulantes reflexiones de Burt fuera del ámbito empresarial. La idea principal del argumento de los agujeros estructurales es que el capital social se crea gracias a que el individuo participa en controlar la difusión de la información. Los vacíos que existen en la estructura social crean una ventaja competitiva para los individuos cuyas relaciones cruzan estos huecos. Los miembros de cada lado del vacío estructural circulan por diferentes flujos de información y, por ello, las personas que actúan como puentes tienen la oportunidad de comunicar ambos flujos de información. En esta investigación se quiere analizar las características -reticulares y atributivas- de las personas que ocupan posiciones puente entre distintas partes de la red social y comprobar si coinciden las personas del centro social con las que ocupan estas posiciones de puente, controlando así los flujos de información entre los diferentes apañamientos. Un segundo tipo de posición de puente es aquel que conecta la red local objeto de estudio con otras redes externas, por lo que también es objeto de análisis los rasgos que caracterizan a los miembros con redes personales más cosmopolitas.

Aspectos metodológicos

En esta investigación se ha utilizado la llamada técnica en bola de nieve: se han analizado dos redes, partiendo de dos egos -conocidos por el investigador- con características sociodemográficas distintas que se presumía podían tener redes con propiedades distintas: los dos egos eran varones, uno de alrededor de 40 años con estudios medios y otro de 60

⁹ Burt, R.S., "Structural Holes versus Network Closure as Social Capital", en Nan Lin, Karen S. Cook y R.S. Burt (eds.), *Social Capital: Theory and Research*; Aldine de Gruyter, 2001.

¹⁰ McCarty, C. "Structure in Personal Networks", *JoSS*, 2002.

años con estudios universitarios, el primero nacido en la provincia en que reside y que ha desarrollado su vida afectiva y laboral en este ámbito, que ha salido en contadas ocasiones al extranjero, mientras el segundo proviene de otra región española y tiene menos relaciones locales, además de una mayor experiencia internacional.

A cada ego se les aplicó dos generadores de nombres: con el primero se pretende delimitar quiénes forman parte de su red más cercana, a través de tres preguntas -a quién le cuentas un problema importante, a quién le pides consejo antes de tomar una decisión relevante y a quién le pides una suma de dinero importante- y con el segundo se pregunta con qué personas suele discutir de asuntos de política con cierta asiduidad (personas que no hubieran sido mencionadas anteriormente, además de averiguar si suele hablar de política con los individuos nombrados en el primer generador). Se decidió incluir dos generadores porque las charlas sobre asuntos políticos no se dan sólo y exclusivamente en el ámbito más cercano: el ámbito laboral, el de actividades organizadas o el círculo de amigos menos íntimo también suelen ser escenario de este tipo de conversaciones. Es más, como se pudo comprobar a lo largo del trabajo de campo, muchos entrevistados señalaban que las charlas sobre política son más frecuentes en el ámbito laboral y de amistades que en el familiar. Originariamente, el segundo generador preguntaba por las personas con las que se habla con cierta frecuencia de la Unión Europea. Sin embargo, el pretest mostró que la mayoría de los entrevistados afirmaban que no solían hablar de política comunitaria. Por ello, se reformuló el generador para incluir cualquier tipo de discusión sobre política, aunque en una parte anterior del cuestionario se preguntó si, al hablar de política, en alguna ocasión se hablaba de la Unión Europea y, si era así, cuáles eran los temas que más se trataban.

A todas las personas nombradas por ego se las entrevistó (zona de primer orden), y sucesivamente a los nombrados por éstas (zona de segundo orden) y a los subsiguientes (tercer orden). Dado que el trabajo de campo podía alargarse indefinidamente si se seguían entrevistando a personas cada vez más lejanas a ego, se decidió finalizar la red artificialmente en los miembros de tercer orden. Se conseguía así una red social que incluía los lazos más íntimos de ego y también vínculos débiles, que tienen una gran relevancia

para obtener información y recursos no disponibles directamente en el círculo más inmediato que rodea a ego.¹¹

De manera algo sorprendente, pese a haber establecido *a priori* el límite de la red, las dos redes tienen tamaños muy similares (96 y 98 personas respectivamente) y el porcentaje de personas que no pudieron ser entrevistadas es parecido (31 y 36). Para establecer el contacto con los distintos miembros de la red se pidió a la persona que los había nombrado que hablara con todas las personas nombradas en los dos generadores de nombres para solicitar una entrevista con ellos: de esta manera, el contacto con las personas objetivo se conseguía a través de un intermediario que era conocido por ellas, resultando más probable en este caso que aceptaran la entrevista que si el investigador hubiera contactado directamente con ellos. Fueron descartados por el investigador las personas residentes fuera de las provincias y las personas mayores de 80 años,¹² pero a estas personas hay que añadir algunas que se negaron a ser entrevistadas, bien por motivos laborales (falta de tiempo libre) o familiares (cuidado de enfermos o recién nacidos, padecimiento de enfermedades) o, porque se negaban a formar parte de la investigación, aunque este último motivo sólo fue mencionado por una minoría. Los rechazos fueron más frecuentes en las zonas más alejadas de ego -zona de segundo y tercer orden-, fenómeno comprensible ya que, al ser ego un conocido del investigador, las personas más allegadas a él pusieron menos impedimentos para ser entrevistados, pero este vínculo se debilita al pasar a las zonas subsiguientes, por lo que los miembros de la red se sienten menos "obligados" por razones de amistad o cortesía a ser entrevistados.

En la actualidad, se han completado las entrevistas de la primera red y se está finalizando la zona de tercer orden de la segunda red, por lo que aún no han podido tabularse los datos y comenzar el análisis de éstos.

¹¹ La teoría de la fuerza de los lazos débiles fue desarrollada por Granovetter, M.; "The Strength of Weak Ties", en *American Journal of Sociology*; nº 78, 1973, pp. 1360-1380.

¹² La mayoría de las personas mencionadas por los entrevistados que viven fuera de la provincia son familiares que sólo se ve ocasionalmente y con el que no se suele hablar de política, sino de asuntos familiares y afectivos, por lo que resultaban menos relevantes para los objetivos de la investigación. Además, hubiera resultado muy complicado realizar las entrevistas, dado que la única posibilidad era la entrevista telefónica y se trata de una entrevista larga y compleja, poco adecuada a este medio. Por otro lado, algunas personas mencionaron a sus padres ancianos como personas a las que acudirían para pedir dinero o, en menor medida, contar un problema o pedir consejo. Los propios entrevistados comentaron que con sus padres no hablan de política y, dado lo avanzado de su edad, no cumplían las condiciones para ser entrevistados.