

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIAS ECONÓMICAS, A.C.



***VOCÊ NÃO GOSTA DE MIM, MAS SUA FILHA GOSTA: UN ANÁLISIS DE LAS
PERCEPCIONES SOBRE BRASIL EN AMÉRICA LATINA***

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

PRESENTA

ISABELA TETEZLAF GASPAR

DIRECTOR DE TESINA: DR. GERARDO MALDONADO HERNÁNDEZ

CIUDAD DE MÉXICO

2024

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto de investigación es el fin otra etapa más de mi vida. Después de mucho estrés, ansiedad y poco sueño, finalmente está lista. Aunque lleva mi nombre en la portada, la lista de personas involucradas es grande.

En primer lugar, agradezco mi director de tesina, el profesor Gerardo Maldonado, quien antes mismo de ser mi asesor me dijo que mi idea tenía sentido. Agradezco también otros profesores que me apoyaron durante el proceso. Principalmente, agradezco Elena Montijano y Guillermo del Mercado quienes me ayudaron a dar forma a mi idea original; a David Peña que tuvo que lidiar con los miles de cambios que hice durante todo mi último semestre; y a Christina Boyes que me ayudó a finalizarla. Agradezco también a las amistades que hice a lo largo de este periodo. No sólo compartimos las ansiedades y cansancios de la tesina, pero de la propia vida académica.

Un agradecimiento especial a mi madre y mi padre quienes aguantaron y me apoyaron durante mis crisis académicas en los últimos cuatro años. Aunque no son expertos en el tema, estuvieron ahí desde el inicio de esta aventura, rebotando ideas y leyendo mis innumerables borradores. Del mismo modo, agradezco a mi hermana, quien además de soportar mi temperamento durante estos años, también estuvo ahí para amenizar la situación.

Finalmente, agradezco a Brasil y su cultura. Después de casi siete años lejos de mi país, se me hace cada vez más fascinante, rica y reconfortante. Esta tesina, de esta forma, en muchos sentidos ha sido una manera de aproximarme a mi país o como diríamos allá de *matar a saudade*.

RESUMEN

Con la creciente importancia del *soft power*, la imagen internacional se convirtió en una herramienta clave para las dinámicas internacionales. La presente investigación propone analizar porqué varían las opiniones individuales sobre Brasil en cinco países latinoamericanos. A partir de la encuesta Las Américas y el Mundo 2014-2015, la tesina emplea un modelo de regresión lineal para evaluar si la tolerancia hacia otras culturas, así como el sentimiento nacionalista, influyen en las percepciones sobre Brasil. La tesina propone que una mayor apertura y tolerancia resultan en opiniones favorables, mientras que el nacionalismo y la intolerancia perciben percepciones negativas. Los resultados demuestran que el nacionalismo sí es un factor significativo en la formación de opiniones sobre otro país, aunque la tolerancia no en todos los casos.

Palabras clave: Imagen internacional; opinión pública; tolerancia; nacionalismo; Brasil y América Latina

Índice

Introducción.....	1
1. Revisión de literatura.....	3
1.1 <i>La imagen internacional de un país: el poder de las percepciones</i>	3
1.2 <i>Opinión pública</i>	4
1.2.1 <i>Las percepciones individuales</i>	4
1.2.2. <i>El estudio de las opiniones</i>	5
1.2.2.a. <i>La variación de las opiniones</i>	6
2. Argumento e hipótesis	8
2.1. <i>Tolerancia y apertura hacia lo “diferente”: el Nosotros versus los Otros</i>	9
2.1.1 <i>Intolerancia y nacionalismo (H.1.A y H.2.A)</i>	9
2.2.2. <i>El otro lado de la naturaleza humana (H.1.B y H.2.B)</i>	11
3. Metodología y diseño de investigación.....	13
3.1 <i>Caso de estudio: ampliando el alcance de las investigaciones</i>	13
3.1.1. <i>Brasil y Latinoamérica</i>	14
3.2 <i>Operacionalización: (in)tolerancia y nacionalismo</i>	15
3.3. <i>Metodología y variables de control</i>	16
4. Resultados	18
4.1. <i>Resultados agregados</i>	18
4.1.1. <i>Regresión lineal</i>	19
4.2. <i>Argentina</i>	21
4.2.1. <i>Regresión lineal</i>	21
4.3. <i>Colombia</i>	23
4.3.1. <i>Regresión lineal</i>	23
4.4. <i>Ecuador</i>	25
4.4.1. <i>Regresión lineal</i>	25
4.5. <i>México</i>	27
4.5.1. <i>Regresión lineal</i>	27
4.6. <i>Perú</i>	29
4.6.1. <i>Regresión lineal</i>	29
4.7. <i>Recapitulación de los resultados</i>	31
5. Conclusiones y consideraciones finales.....	32
5.1. <i>Limitaciones de la investigación</i>	33
5.2. <i>Investigaciones futuras</i>	34

Referencias:	35
Anexos:	40
<i>Tabla de variables</i>	40

Índice de tablas

Tabla 1.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – general	20
Tabla 2.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – Argentina	22
Tabla 3.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – Colombia	24
Tabla 4.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – Ecuador.....	26
Tabla 5.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – México	28
Tabla 6.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – Perú.....	30

VOCÊ NÃO GOSTA DE MIM, MAS SUA FILHA GOSTA:¹ UN ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES SOBRE BRASIL EN AMÉRICA LATINA

Isabela Tetezlaf Gaspar

Introducción

En medio a los cambios estructurales que sucedieron la Guerra Fría y la creciente importancia del *soft power* (Nye, 1990), la imagen nacional e internacional de los Estados se tornó una de las principales y más accesibles herramientas de consolidación del poder y de influencia a nivel internacional. En este contexto, el estudio de la formación y alteración de la imagen internacional ha ganado más espacio en el ámbito académico, aunque mayoritariamente enfocada a las estrategias de marketing (Anholt, 2013).

Además de los efectos que la imagen de un país tiene a nivel nacional e internacional, la manera en que esta se forma y cambia también es un factor que considerar, ya que permite un mejor entendimiento acerca de la variación de los intereses y dinámicas internacionales e incluso sobre el fortalecimiento o deterioro de las potencias. Al fin y al cabo, “es siempre la imagen, no la verdad, que inmediatamente determina el comportamiento [de los actores en el sistema internacional]” (Boulding, 1959, p. 120). Asimismo, una imagen internacional negativa puede no sólo significar una pérdida de poder (Kôsaka, 2023), sino que también desencadenar una serie de implicaciones negativas para el propio país —e.g. pérdidas económicas y deterioro de la reputación— (Otero, 2013; Shamma & Bisht, 2021). Aunque no exista una forma estándar de medir a la imagen internacional de un país, la investigación propone a la opinión pública como una posible forma de medirla.

La opinión pública es un concepto antiguo (Davison, 1958) y, al igual que la imagen, difícil de definir. Aunque ha sido tema común de investigación en las ciencias sociales desde el siglo XVI, con frecuencia ha sido enfocada en cómo varía y para qué sirven. Pocos son los estudios enfocados en el proceso de formación (ver, por ejemplo, Savigny, 2002) y en por qué varían las opiniones entre los individuos. De igual manera, el estudio de la opinión pública en el ámbito internacional no solo está menos desarrollado, sino también restringido a ciertos países y regiones. Con base en lo expuesto, la presente investigación tiene como objeto de estudio la variación de las opiniones individuales sobre países extranjeros. Ante esto, la tesina se guía por

¹ Traducción propia: no te gusto, pero tu hija sí. Verso de la canción *Jorge Maravilha*, del cantautor Chico Buarque de Hollanda.

la siguiente pregunta de investigación: ¿por qué varían las opiniones individuales respecto a una potencia regional?

Las opiniones se construyen a partir de la información obtenida por los individuos sobre determinado tema u objeto (Noelle-Neumann, 1993a); entretanto los valores individuales tienen un papel central en el análisis de esas informaciones y en la formación de las percepciones respecto a cualquier objeto o situación (Sagiv & Schwartz, 2022). A partir de lo anterior, y aunado a la noción del *nosotros* versus los *otros* (ver, por ejemplo, Leach, 1968; y Todorov, 2005), la investigación propone que la variación de las opiniones individuales sobre un determinado país se debe a la apertura y tolerancia de las personas respecto al *otro*. La apertura hacia otras culturas afecta en la receptividad del individuo ante lo *diferente*; así, mientras menor la receptividad, más desfavorable la opinión individual sobre otro país, y mientras más receptivo sea a lo *diferente* más favorable su opinión sobre este Estado.

Dado al limitado desarrollo del estudio de la opinión pública internacional en regiones fuera de la europea y la norteamericana (principalmente Estados Unidos), la tesina está enfocada en América Latina, específicamente Brasil, cuya relevancia e influencia regional han ganado creciente destaque en el escenario internacional. La investigación abarca la opinión de ciudadanos de cinco países latinoamericanos (Argentina, Colombia, Ecuador, México y Perú) sobre Brasil para verificar si la idea del *nosotros* y los *otros* puede explicar las percepciones de los individuos respecto a otro país. Asimismo, para verificar la existencia o no de esta relación, la investigación utiliza una metodología cuantitativa y toma en consideración dos preguntas de la encuesta *Las Américas y el Mundo 2014-2015*, que se traducen a las nociones de tolerancia y el nacionalismo (ver Anexo 1). Utiliza, específicamente un modelo de regresión lineal con la finalidad de verificar si las variables independientes propuestas pueden explicar las diferentes opiniones sobre un determinado país.

El texto está dividido en cinco partes. La primera presenta el marco teórico y una revisión de la literatura respecto a la imagen, la opinión pública y su variación. La segunda expone y desarrolla el argumento y las hipótesis que guían la investigación. La tercera establece con mayor profundidad el caso de estudio y la metodología utilizada. La cuarta presenta y analiza los datos y resultados de la regresión lineal, y pone a prueba las hipótesis establecidas en la segunda sección. Finalmente, en la quinta se concluye.

1. Revisión de literatura

1.1 *La imagen internacional de un país: el poder de las percepciones*

Con la creciente relevancia del *soft power* y el desarrollo de nuevas estrategias de influencia, la imagen surge como un instrumento en estas dinámicas internacionales. Pero ¿qué importancia tiene cómo es visto un país por la comunidad internacional y sus pares? Alexander Buhmann (2016) en su libro *Measuring Country Image*, sugiere que, ante la constante observación de los demás —en el comportamiento, las acciones, estabilidad política y económica, e incluso en la moralidad del país—, la imagen internacional de los Estados se convierte en un factor de suma importancia en diversos aspectos, desde las dinámicas internacionales hasta la propia influencia internacional del país (Buhmann, 2016).

Así, una imagen negativa se convierte en un posible obstáculo a las metas del Estado, capaz de dañar su propia participación en el sistema internacional e incluso las relaciones interestatales, en cuanto que una imagen positiva puede generar beneficios al país. Shamma & Bisht (2021), por ejemplo, establecen una estrecha relación entre la imagen de un país y su reputación (Shamma & Bisht, 2021). Asimismo, Otero (2013) resalta que “la imagen internacional de un país [ejerce] una importante influencia en múltiples dimensiones; desde la cultural y científica hasta la cooperación o las relaciones internacionales” (Otero, 2013, p. 1). En pocas palabras, la imagen internacional de un país es capaz de influir las intenciones de diferentes actores hacia este Estado, por ejemplo, en la “disposición [de estos actores] de visitar, vivir, trabajar, invertir en, comprar de y estudiar en el país” (Shamma & Bisht, 2021, p. 15). A partir de lo anterior, es posible concluir que una imagen internacional es importante para cualquier Estado sea este una potencia consolidada o una emergente, una vez que sus implicaciones tienen impacto en diversos ámbitos.

El concepto de imagen recobra diferentes significados dependiendo del objetivo de la investigación. Como sugiere Buhmann (2016), la imagen de un país puede ser entendida de diversas formas, desde asociaciones de marca, estereotipos, su reputación social e internacional hasta las autopercepciones (es decir, como se identidad a sí mismo el país) (Buhmann, 2016). No obstante, Buhmann también establece que la imagen internacional de un país, a grandes rasgos es el “conjunto de creencias, actitudes e impresiones que una persona o un grupo de personas tiene respecto a otro país que no el propio” (Buhmann, 2016, p. 38).

Al igual que Buhmann, Anholt (2011) propone que la imagen internacional del país tiene más que ver con su identidad internacional que propiamente su marca (Anholt, 2011).² Aunque las definiciones no coincidan en su totalidad, el punto en común entre ambas es evidente: la identidad del Estado. Cabe destacar, entretanto, que la identidad nacional no es necesariamente la misma a la percibida y establecida por los demás (e.g. los estereotipos). En conclusión, la imagen internacional de un Estado puede ser entendida como la forma en que individuos de otros Estados perciben al primero y que, a su vez, culmina en la formación de una identidad nacional imaginaria que coincide o no con la verdadera identidad del Estado en cuestión.

La segunda sección profundiza la idea de identidad nacional y su relevancia a la tesina. Por el momento, surge la interrogante ¿cómo medir la imagen internacional de un país? En otras palabras, ¿cómo saber si un Estado presenta o no una imagen positiva? Así que, considerando la idea de percepción presentada previamente es posible trazar un paralelo con el concepto de opinión pública, desarrollado en el próximo apartado.

1.2 Opinión pública

1.2.1 Las percepciones individuales

Aunque amplia y frecuentemente estudiada dentro de las ciencias sociales, no existe un consenso respecto a la definición de opinión pública. Para fines de esta investigación, la opinión es definida como las actitudes y la evaluación del público frente determinado panorama o cuestionamiento (Wilson, 1933; Bobillo, 1987), es decir, como el conjunto de perspectivas individuales respecto a un evento o situación. Lo que la hace pública, a su vez, es tanto “la capacidad de expresar estos juicios abiertamente”, como el hecho de “que estos sean accesibles a todos” (Noelle-Neumann, 1993a, p. 47). En este contexto, la esfera pública cumple una doble función, al ser “el lugar donde la opinión pública es formada y expresada” (Savigny, 2002, p. 2). A pesar de su larga historia, gran parte de la literatura está dedicada a la opinión pública nacional y su relación con las políticas internas.

En ámbito internacional este sigue siendo un concepto poco desarrollado, con estudios centrados principalmente en Estados Unidos, algunos países europeos y potencias como Japón o China (por ejemplo, Linley, 2007). La opinión pública internacional no difiere tanto de la

² Por cuestiones de espacio, la tesina no desarrolla más a profundidad el concepto de Marca País. Pero en pocas palabras el concepto se trata de una estrategia utilizada por países para exponer una imagen positiva de este en el exterior (Murphy, 2022).

nacional; más bien, puede ser vista como una ampliación de esta. Como sugiere Kôsaoka (2023), la opinión pública internacional se da frente a los acontecimientos y panoramas externos de una frontera determinada (Kôsaoka, 2023). En otras palabras, es la expresión de las percepciones generadas ante eventos y situaciones que no ocurren en el propio territorio. En ambos casos, las opiniones pueden servir de como un instrumento más de presión sobre actores nacionales e internacionales, y así como ocurre con la imagen, una “opinión pública negativa [podría] representar una gran pérdida de poder” (Kôsaoka, 2023, p. 156). La opinión pública, en este sentido, se presenta como un instrumento maleable capaz de, por ejemplo, movilizar el apoyo de la élite, ejercer presión sobre temas nacionales e internacionales, influir en las políticas e incluso servir como parámetro de poder.

1.2.2. El estudio de las opiniones

Independientemente de la esfera analizada (nacional o internacional), la literatura referente a la opinión pública recae en principalmente cuatro áreas de estudio: formación, expresión, función y variación de las opiniones (por ejemplo, Kôsaoka, 2023; Risse-Kappen, 1991; Noelle-Neumann, 1933a; Savigny, 2002; Ross 2003; Page, Shapiro & Dempsey, 1987).

Las funciones de la opinión pública nacional e internacional (Kôsaoka, 2023; Risse-Kappen, 1991; Noelle-Neumann, 1933b; Savigny, 2002; Ross 2003), así como la manera en que esta se expresa o no (por ejemplo, Noelle-Neumann, 1993b), son bastante evidentes dentro de la literatura. Entretanto, no existe una teoría tan extensa o clara en lo que concierne el proceso formativo de las percepciones (es decir, el por qué los individuos desarrollan opiniones sobre determinados asuntos o eventos) o el cómo estas varían, una vez que estos fenómenos se traslapan fácilmente a preceptos psicológicos (e.g. Kelman, 1961).

En tanto a la formación de las opiniones, queda evidente en la literatura, que el acceso a la información es lo que las constituye (Noelle-Neumann, 1933a; Savigny, 2002). Es el acceso a la información lo que permite la obtención de “conocimiento sobre temas públicos”, y a partir de la información adquirida, las personas establecen sus percepciones sobre dado tema u objeto (Savigny, 2002).

1.2.2.a. La variación de las opiniones

De las cuatro áreas establecidas previamente,³ la tesina discute, específicamente, la variación de las opiniones. A pesar de que el acceso a la información, propuesto anteriormente, explica en gran medida por qué los individuos tienen o no opiniones,⁴ este no explica el motivo de su variación.

A partir de estos medios es posible alterar las percepciones individuales respecto determinados temas, cosa que se puede ver cuando se habla de la fabricación y manipulación de las informaciones (Savigny, 2002). Pero no se sabe en qué medida estos posibles factores afectan la formación de opiniones positivas o negativas; es decir, no es posible establecer qué tipo de información o medio de comunicación genera cada tipo de opinión.

La variación de las opiniones individuales puede ser vista desde dos perspectivas: variación intrapersonal y variación interpersonal.⁵ La variación intrapersonal, por un lado, hace referencia al cambio de las opiniones en un mismo individuo, y generalmente ocurre después de un periodo de tiempo o por la información recibida (ver, por ejemplo, Page, Shapiro & Dempsey 1987; Lippmann, 1998a). Por otro lado, la variación interpersonal hace referencia a las diferentes opiniones existentes entre diferentes individuos en un mismo periodo de tiempo. Sin embargo, en las ciencias políticas y sociales el estudio de este fenómeno está enfocada mayoritariamente en la variación intrapersonal, dado que el segundo implica la consideración de factores más personales. Cabe mencionar que Page, Shapiro & Dempsey (1987) en su artículo *What Moves Public Opinion*, aunque que analizan el primer tipo de variación, también consideran el papel de las creencias en la variación temporal de las opiniones individuales y grupales (Page, Shapiro & Dempsey, 1987), pero nuevamente, a partir del punto de vista de dos periodos de tiempo distintos.

Así, para entender la variación intrapersonal de las opiniones es esencial considerar su carácter psicológico. Por tratarse de procesos cognitivos, un aspecto importante para entender la variación o no de las opiniones es la forma en que cada individuo entiende la realidad (Myers, 2003), lo que también puede ser entendido como los valores personales.

³ Formación, expresión, función y variación.

⁴ La falta de opinión en este caso significaría una falta de información recibida y socializada sobre determinado fenómeno u objeto.

⁵ Ambos conceptos fueron desarrollados por la autora de la tesina.

En las ciencias sociales, el concepto de valor es usado tanto para “describir tanto a los individuos como a las sociedades y culturas”. En ambos casos estos sirven de guía a los principios individuales y grupales, afectando sus percepciones y comportamientos (Sagiv & Schwartz, 2022). Como establece el psicólogo social Shalom H. Schwartz en su obra *An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values*, los valores hacen referencia a “lo que nos es importante en la vida” (Schwartz, 2012, p. 3). Los valores pueden explicar por qué las personas tienen opiniones favorables o desfavorables respecto a un objeto o asunto (Schwartz, 2012).

Las personas actúan con base en un *pseudoambiente* generado por sus propias imágenes mentales, no el ambiente real, y a partir de este es donde desarrolla la opinión (Lippmann, 1998b). De esta forma, la percepción de mundo que cada individuo presenta, generada por sus valores y sus imágenes mentales, explica no sólo la diferencias en las acciones y reacciones hacia un objeto o asunto, sino también las diferencias en las opiniones individuales.

2. Argumento e hipótesis

La tesina se propone a ir más allá de lo establecido anteriormente respecto a los valores y su papel en la formación y variación de las opiniones individuales. Los valores explican por qué las personas tienen opiniones diferentes, pero no explican por qué la persona A tiene una opinión favorable sobre el país X (que no es el suyo) mientras que la persona B una desfavorable sobre este mismo país. Claramente, los valores son de suma importancia al momento de opinar (si no el núcleo de este proceso). Los valores guían como percibimos y nos comportamos ante algo. Frente a lo diferente las personas reaccionan de diversas maneras: de forma negativa, como el sentimiento de superioridad (Myers, 2003), o de manera positiva, como la intención de conocerlo más a fondo (Ochoa García, 2014). En este contexto, la tesina considera la apertura y tolerancia hacia el otro como expresiones concretas de los valores individuales al momento de interactuar con lo diferente.

Así, para contestar a la pregunta de investigación, el argumento por defender es que la percepción positiva o negativa de otro país está influenciada por el grado de apertura y tolerancia de los individuos hacia el *otro* (en este caso el país extranjero). Para esto, la tesina plantea el siguiente mecanismo causal: la apertura y la tolerancia hacia otras culturas afecta en la receptividad del individuo ante lo diferente; a menor receptividad, más desfavorable la opinión sobre otro país, y mientras que a mayor receptividad hacia lo *diferente* más favorable su opinión sobre el otro Estado.

Es a partir de las diferentes formas de entender el mundo y la realidad que cada individuo desarrolla su propia identidad personal, o como plantea Schwartz en el apartado anterior, a partir de los valores. En otras palabras, la forma en que uno interpreta a la realidad es lo que le permite diferenciar el *yo* de los *demás* (Myers, 2003). Como plantea Myers (2003) en *Psicología social*, el *yo* es aquel que ordena los pensamientos y el que guía el comportamiento social de cada individuo; entretanto de la misma manera en que esta auto percepción, el *yo*, está compuesta por todo aquello que nos forma como individuos y nos diferencia de los demás, ésta, a su vez, se conforma también por nuestra propia identidad social (Myers, 2003). En este sentido, la esfera de lo personal y de lo social se intersecan para generar una única identidad individual, el *yo*. Aun así, cabe destacar la existencia de un ciclo en la formación de las identidades: mientras que la identidad personal se ve influenciada por la identidad social o grupal, ésta también está conformada por la agrupación de “yos” semejantes (Cerutti & González, 2008).

La identidad social está basada principalmente en el sentimiento de afinidad y pertenencia. Un individuo se identificará con un determinado grupo no sólo si comparte determinados valores, creencias y normas, sino también si esta experiencia le tiene un “significado emocional y valorativo” (Myers, 2003, pp. 25-26). De igual manera, así como la diferenciación entre el *yo* y *los demás* es esencial para la formación de la identidad individual, ocurre lo mismo en la identidad social. Como sugiere Myers (2003) “mientras tengo una serie de afinidades con aquellos de mí mismo grupo, experimento sentimientos de competitividad frente a aquellos que están situados aparte” (Myers, 2003, p. 24).

El simple hecho de identificarse con algo en específico requiere no identificarse con aquello que es diferente, como ocurre en el caso de la definición del *yo*. *Yo* me identifico con un colectivo que, a su vez, se contrasta con *otro* (Leach, 1968). Como resalta Leach (1989) en el capítulo *Ourselves and Others*, es con el grupo con el cual uno se identifica (denominado como *nosotros*) donde la comunicación es sencilla, una vez que ahí se comparten ideas y costumbres similares a las propias (Leach, 1968). A partir de esto, entonces, surge la idea del *nosotros* en contraste a los *otros*. El primero siendo “mi grupo cultural y social”, y el segundo “aquellos que no forman parte de [este grupo]” (Todorov, 1989, p. 13).

2.1. Tolerancia y apertura hacia lo “diferente”: el Nosotros versus los Otros

Así como en el caso de los valores, la idea del *nosotros* versus *ellos* guía constantemente las relaciones sociales. En estas dinámicas lo diferente es comúnmente tratado con hostilidad o con tono de amenaza (Cisneros, 2001; Serna, 2010); mientras que el *nosotros* —a partir de lo planteado en el apartado anterior— es considerado lo amigable y confiable, dado que a él nos identificamos y pertenecemos (Myers, 2003). Pero ¿por qué la simple existencia del otro puede llevar a respuestas negativas?

2.1.1 Intolerancia y nacionalismo (H.1.A y H.2.A)

Cisneros en su artículo *Intolerancia cultural: racismo, nacionalismo, xenofobia* (2001), explica que el menosprecio a lo *diferente* (o la poca aceptación del *otro*) está guiada por la intolerancia social y cultural (Cisneros, 2001). En otros términos, aquello que es diferente de su propia cultura (identidad personal) o de su cultura social (identidad social) es visto como algo inferior y/o negativo y, consecuentemente, es menospreciado. La idea anterior no es nueva; no obstante, en una época de constante globalización, donde la comunicación y acceso a información de

varias partes del mundo se ha vuelto mucho más fácil y rápido, y donde la migración y movilidad de las personas son cada vez más frecuente, la idea del *otro* recobra nuevamente importancia (Ochoa García, 2014).

La intolerancia cultura y social, de esta forma, lleva al racismo y la xenofobia hacia el *otro*, (Cisneros, 2001), o en menor grado al menosprecio del *diferente*. Respuestas negativas en ambos casos. Así que, a partir del mecanismo causal propuesto a principio de esta sección, y lo propuesto anteriormente respecto a la tolerancia y sus efectos: una persona poco tolerante o intolerante es menos receptiva al *otro*, consecuentemente, tendrá una opinión más desfavorable hacia el otro país. De ahí surge una primera hipótesis:

H.1.A. Las opiniones individuales sobre una potencia regional van a ser más desfavorables si la persona es cultural y socialmente intolerante.

Así como la intolerancia cultural y social, el concepto de nacionalismo también está basado en la idea de *nosotros* versus los *otros*. A lo largo de la historia, muchos han tratado de definir la nación. pero, dada a la naturaleza de la investigación y el papel central que ha tenido hasta el momento los valores y las identidades, el texto utiliza la definición de nación (y consecuentemente, el de nacionalismo) en términos culturales —como plantea Ernest Gellner en su libro Naciones y nacionalismo (Gellner, 2001).

Como estable Cisneros (2001), la nación “representa un grupo humano que comparte tradiciones y costumbres” (Cisneros, 2001, p. 184), y haciendo un paralelo con el concepto de identidad social, una nación también podría ser entendida como un grupo de humanos que comparte una identidad única. Esto implica, a su vez, que la nación como idea también se apoya de la diferenciación de los *otros*, con el objetivo de crear un vínculo entre los individuos que habitan un mismo espacio. La nación, de esta forma, a partir de esta diferenciación establece una cultura propia que define el propio conglomerado, y dictan su comportamiento y costumbres (Gállegos, s.f.; Ochoa García, 2014), en otras palabras, define al *nosotros*. Pero, esta identidad única sólo gana significado y sentido cuando contrapuesta a la identidad de otra agrupación (Triandafyllidou, 1998). En consecuencia, la oposición al otro es un factor intrínseco a la nación.

Del concepto de nación surge el de nacionalismo. Aunque los estudios del nacionalismo fueron desarrollados mayoritariamente durante la segunda mitad del siglo XX, esta ideología permite entender la relación hostil hacia el *otro*. Como plantea Anna Triandafyllidou (1998), en

su artículo *National identity and the 'Other'*, la nación siempre busca su propia autonomía, libertad y unión; pero en ocasiones otras naciones desafían estos tres objetivos, generando conflictos (Triandafyllidou, 1998). El nacionalismo, de esta manera, es el “movimiento ideológico” [responsable] de mantener y asegura los tres objetivos (Triandafyllidou, 1998, p. 595). Es decir, el sentimiento nacionalista es el que garantiza la supervivencia de las naciones, y al asumir este papel, resalta el sentimiento de amenaza y hostilidad del *otro*.

La oposición al *otro*, como propuesto anteriormente, es algo inevitable en la doctrina nacionalista. Así pues, es posible argumentar que mientras más nacionalista sea un individuo, más refuerza la idea del *nosotros* versus *ellos*, más considera al otro como una amenaza, consecuentemente será menos receptivo a lo diferente. De ahí surge una segunda hipótesis:

H.2.A. Las opiniones individuales sobre una potencia regional van a ser más desfavorables mientras mayor el sentimiento nacionalista que presenta la persona.

Ambas hipótesis plantean las posibles explicaciones para las opiniones desfavorables hacia un país que no el propio. Así que, el próximo apartado desarrollará las posibles explicaciones para que estas sean positivas.

2.2.2. El otro lado de la naturaleza humana (H.1.B y H.2.B)

Aunque el ser humano busca la pertenencia e identificación con un grupo específico, también existen personas que son más predispuestas a conocer lo *diferente*. En otras palabras, más que asumir que el *otro* es solamente aquello diferente y opuesto a uno mismo, estas personas están más abiertas a conocerlo y superar a “los estereotipos que habitualmente le son asignado” (Ochoa García, 2014). A estos individuos y a su forma de pensar, varios autores los han denominado cosmopolitas y cosmopolitismo, respectivamente—por ejemplo, Hannerz, 1992; Ochoa García, 2014; y Etinson, 2011—. No son conceptos nuevos, pero su estudio ganó más relevancia en la vida moderna (Etinson, 2011), donde el contacto con el otro es cada vez más sencillo (Ochoa García, 2014). Etinson (2011) propone tres tipos de cosmopolitismo —cultural, moral y político—, entretanto para fines de esta investigación, la tesina se enfoca en el primer tipo.

Hannerz (1992), en su artículo *Cosmopolitas y locales en la cultura global*, propone que el cosmopolitismo no es tan solo “un deseo de encontrarse con el Otro”, sino también la capacidad de establecer relaciones con diversas culturas y ejercitar la mayor aceptación hacia la

diversidad (Hannerz, 1992, p. 108). Así que, el cosmopolitismo más allá de reconocer aquello que le es diferente, busca conocerlo a profundidad con el objetivo y la intención de generar un ambiente diverso de mayor aceptación. Al igual que Hannerz, Ochoa García (2014) también sugiere que los cosmopolitas son aquellos que “viven de querer saber quién es el otro [...], de tal forma que [para ellos] la diversidad se convierte en riqueza” (Ochoa García, 2014, p. 84). Es decir, los cosmopolitas sienten la necesidad de acercarse a lo diferente, una vez que este contacto les ofrece la oportunidad de ampliar sus horizontes, desafiar prejuicios y fomentar una mayor empatía hacia el *otro*.

Queda evidente entonces que las personas cosmopolitas son más tolerantes respecto a las culturas ajenas. Más que algo a ser temido, el *otro* les sirve de aprendizaje e incluso desarrollo personal. Asimismo, dado su mayor aceptación y empatía a lo diferente, esta persona no siente que su identidad nacional o grupal sea superior a la de los demás. Así que, es posible concluir que cuanto más cosmopolita un individuo (consecuentemente más tolerante y menos nacionalista), más receptiva será a lo diferente, consecuentemente, tendrá opiniones más favorables sobre otro país. De ahí surgen dos hipótesis más, que se contraponen a las dos primeras establecidas:

H.1.B. Las opiniones individuales sobre una potencia regional van a ser más favorables si la persona es cultural y socialmente tolerante.

H.2.B. Las opiniones individuales sobre una potencia regional van a ser más favorables mientras menor el sentimiento nacionalista que presenta la persona.

En conclusión, la investigación se guiará por las cuatro hipótesis planteadas anteriormente. Esto con la finalidad de ver si realmente la apertura y tolerancia de los individuos hacia el *otro* explica la de variación de las opiniones individuales respecto a un determinado país, o si más bien los valores y creencias individuales son los que en realidad explican esta variación.

3. Metodología y diseño de investigación

3.1 Caso de estudio: ampliando el alcance de las investigaciones

Como planteado anteriormente, gran parte de los estudios de opinión pública se enfocan en pocas regiones o países como Estados Unidos, Europa y potencias asiáticas como China y Japón (ver, por ejemplo, Linley, 2007). Con la finalidad de ampliar el alcance de esta área a otras regiones, la presente tesina toma como objeto de estudio la región latinoamericana. Más específicamente, la investigación está enfocada en el caso de una de las potencias emergentes de Latinoamérica: Brasil.

El caso de Brasil como potencia emergente ha llamado la atención de muchos autores. Como plantean Stuenkel & Taylor (2015), esta potencia regional ha ganado cada vez más relevancia en el escenario internacional, llegando a ocupar un puesto en el *top ten* de las mayores economías y democracias del mundo (Stuenkel & Taylor, 2015). Asimismo, dada a su creciente preeminencia, el país ha buscado aumentar su esfera de influencia internacional y regional, siendo en este último donde el éxito es más evidente. Brasil, a partir de los años 1990, se ha convertido en uno de los actores más relevantes de América del Sur, principalmente por su desarrollo económico y constante activismo y participación en la región (Pasquarelli, 2023). Aunado a los factores político y económico, Brasil también posee un gran potencial en su poder blando (*Global Soft Power Index, 2023*).⁶ Según el Índice Global de Poder Blando (2023), a nivel internacional, Brasil está ubicado en la trigésima primera posición, mientras que entre los países de América Latina y el Caribe ocupa el primer lugar. Brasil es un país tan multicultural que tal característica se ha convertido en un instrumento fundamental de proyección internacional y prestigio (Anshchau, 2017). En otras palabras, su cultura le ha permitido una constante inserción y relevancia internacional.

Igualmente, con el objetivo de acotar la investigación y dado la disponibilidad de datos cuantitativos respecto a opinión internacional sobre Brasil, la tesina toma en consideración el año de 2014 como el periodo de análisis. Pese a la disponibilidad de los datos, 2014 también representó un periodo de gran visibilidad internacional. Durante este año Brasil experimentó mayor cobertura mediática gracias a la celebración de la Copa Mundial de la FIFA (Buarque,

⁶ Índice compuesto de doce categorías: familiaridad, reputación, influencia, negocios y comercio, gobernanza, relaciones internacionales, cultura y herencia, media y comunicación, educación y ciencia, personas y valores, futuro sostenible y red de influencia.

2015). Asimismo, este evento de alcance mundial no sólo contribuyó a reforzar estereotipos y la marca país, sino que también permitió la consolidación de la imagen internacional de Brasil como una potencia emergente con grandes capacidades de poder blando (Buarque, 2015).

De la misma manera, la investigación utilizará las perspectivas de ciudadanos de cinco países latinoamericanos respecto Brasil: Argentina, Colombia, Ecuador, México y Perú. La elección de estos países fue debido a la disponibilidad de los datos de opinión pública y las variables utilizadas en la investigación. Aunque no son los únicos países presentados en la encuesta, estos son los que presentan datos para las preguntas utilizadas para operacionalizar a las variables durante este periodo de tiempo. A pesar de esto, la elección de estos casos también se da como forma de visibilizar el poco énfasis hacia la región latinoamericana en el estudio de las opiniones. Igualmente, los cuatro casos pueden traer aportes muy interesantes para esta investigación.

3.1.1. Brasil y Latinoamérica

Para 2014, los cinco países conformaban en conjunto el 34.4% de la población de América Latina (Banco Mundial, 2014), y desde la década de 1980 todos se encuentran en el top 10 de mayores economías de América Latina (Naranjo, 2023). Asimismo, las relaciones de cada uno con Brasil se caracterizan por una gran proximidad y una larga historia.

Colombia es la tercera mayor economía de América del Sur y un “importante destino de inversión brasileña” (Ministério das Relações Exteriores, 2024b). Igualmente, Brasil y Colombia tienen una “larga trayectoria de cooperación fronteriza”; entretanto las relaciones entre ambos países se han fortalecido cada vez más en las últimas décadas (Ministério das Relações Exteriores, 2024b). Así como en el caso colombiano, las relaciones entre Brasil y Perú han “experimentado notable profundización”, abarcando desde temas económicos y fronterizos hasta temas de salud y medio ambiente (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2024a). De la misma manera, Brasil es “el tercer socio comercial de Perú” y gran inversionista en el mercado peruano (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2024a). En el caso de Ecuador, Brasil también ha desempeñado importantes papeles en diversas áreas del país, desde inversiones a infraestructuras hasta capacitación técnica a productores agrícolas ecuatorianos (Embajada del Ecuador en Brasil, s.f.).

La relación entre Brasil y Argentina muy interesante y llena de altibajos. Desde principalmente el siglo XIX ambos países han desarrollado un vínculo mayoritariamente antagónico y conflictivo, donde el título de país hegemónico de América del Sur era el principal motor de la tensión entre ambos (Jaguaribe, 2011). Entretanto, para mediados del siguiente siglo ya se plantaba la cooperación entre ambas potencias “como piedra angular” de América Latina (Jaguaribe, 2011). Actualmente, la relación entre los dos Estados tiene miras en la integración y acción conjunta en diversos ámbitos (Malacalza & Tokatlian, 2022).

Finalmente, México, al igual que Brasil es una de las principales potencias emergentes de América Latina. México, junto con Brasil y Argentina, conforman las mayores economías de la región. Debido a esto, en varias ocasiones las relaciones entre ambos países tendían a la competencia. Principalmente a principios del siglo XXI había el cuestionamiento de si ambos países debiesen ser considerados socios o más bien competidores (Soriano, 2007). A pesar de todo, México y Brasil desarrollaron relaciones bilaterales muy importantes en los más diversos ámbitos (Ministerio das Relações Exteriores, 2023).

3.2 Operacionalización: (in)tolerancia y nacionalismo

Como planteado en segundo apartado, el argumento de la investigación está centrado en dos variables independientes: la (in)tolerancia⁷ y el sentimiento nacionalista de los individuos. Mientras tanto, la diferencia entre las perspectivas de los individuos respecto Brasil (sus opiniones hacia este país) es el fenómeno que busca analizar la tesina, en otras palabras, la variable dependiente.

Debido a la poca disponibilidad de datos en lo que concierne opinión internacional en América Latina, la muestra de datos para todas las variables fue sacada de la encuesta *Las Américas y el Mundo 2014-2015*.⁸ La variable dependiente es medida a partir de la calificación numérica que cada encuestado da a Brasil. Más específicamente, la variable está operacionalizada por medio de una escala de 0 a 100 respecto a la opinión que un individuo tiene sobre Brasil, siendo 0 una opinión muy desfavorable, 50 neutral y 100 muy favorable (González et al., 2014). Las variables independientes, por otro lado, son medidas a partir de dos preguntas⁹ que representan el nivel de apertura de un individuo hacia el *otro* con base en lo propuesto anteriormente.

⁷ El cosmopolitismo considerado como una expresión de la tolerancia.

⁸ Base de datos no disponible para acceso público.

⁹ Ver en anexos tabla de variables con sus respectivas preguntas.

La primera variable independiente propuesta hace referencia a la tolerancia cultural y social de los individuos hacia lo *diferente*. A partir de esto, la (in)tolerancia será medida por medio de la pregunta “¿es bueno o malo que las ideas y costumbres de otros países se difundan en [su propio país]?”, operacionalizada por cuatro categorías —“Bueno”, “Malo”, “Depende” y “no sé”—.¹⁰ Lo anterior con el objetivo de cuantificar que tan abiertas y tolerantes son estas personas respecto a la cultura del *otro*. La segunda variable es la del nacionalismo. Considerando que este concepto está muy relacionado al sentimiento de superioridad ante lo diferente (otra nación) (Ochoa García, 2014) percibido en la oposición al *otro*, el nacionalismo será cuantificado mediante una de las opciones de la pregunta “¿qué tan importante es cada uno de los siguientes aspectos para ser [nacionalidad] [...]?” —la cual está operacionalizada a partir de seis categorías (“Muy importante”, “Algo importante”, “Poco importante”, “Nada importante” y “No sé”)—. Utiliza más específicamente, el inciso “creen que [su país] es mejor que los demás países” (mientras mayor importancia, mayor sentimiento nacionalista). Aunque esta variable no indique explícitamente si estas personas se consideran o no nacionalista, la idea de superioridad sirve de proxi a esta variable al considerar que la oposición es un valor intrínseco de la nación.

3.3. Metodología y variables de control

Para analizar si el grado de apertura hacia el *otro* y lo *diferente* influyen o no en la variación de opiniones individuales sobre un país que no el propio —de la misma forma en si la apertura tiene mayor o menor incidencia en la diferenciación de las opiniones—, la investigación emplea una metodología cuantitativa. De igual forma, dada a la naturaleza de la variable dependiente la investigación utiliza un modelo de regresión lineal que permite predecir la relación existente entre la variable dependiente y las independientes. La regresión lineal es una manera confiable y científica de predecir el futuro (Indeed, s.f.), por medio del análisis de la relación entre dos o más variables.

De los diferentes usos del modelo, la investigación lo utiliza específicamente para analizar la solidez de la relación existente entre las variables (IBM, 2022). Asimismo, la elección de este tipo de modelo específicamente se dio porque permite tratar con variables numéricas discretas, en otras palabras, variables que toman un valor fijo dentro de un intervalo (en este

¹⁰ Con la finalidad de facilitar el análisis de esta variable, la investigación la considerará de manera binaria, específicamente, “bueno” y “malo”. A parte, las respuestas de carácter ambivalente, como “depende” y “no sé”, pueden interpretarse como la falta de certeza del encuestado ante la postura de total tolerancia.

caso 0 a 100) (Thomas, 2022). De igual forma, para brindar resultados precisos, la investigación hará en total seis modelos: uno que considera las observaciones de los Estados de manera conjunta y los demás que corresponden a cada uno de los países en cuestión. La finalidad es analizar y comparar cómo se comportan los resultados a nivel regional y entre cada uno de los países considerando sus particularidades.

Finalmente, en el contexto de la investigación, es necesario identificar algunas variables de control que pueden influir en la opinión de las personas sobre un determinado país. De esta manera el presente ensayo considera en total cuatro variables de control importantes para el análisis de las opiniones (todas igualmente sacadas de la encuesta *Las Américas y el Mundo 2014-2015*) que permiten no sólo trazar un perfil general de los encuestados, sino también ofrecer posibles explicaciones a la variación de las opiniones entre diferentes individuos, estas siendo: la edad, el género, religión y el grado máximo de educación (ver, por ejemplo: Pedersen, 1976; Steele, 2018; Fernández y Toscana, 2013).

4. Resultados

Tras la selección y limpieza de los datos ofrecidos por la encuesta *Las Américas y el Mundo 2014-2015*, fueron recolectadas en total 7,930 observaciones. Entre los cinco países tomados en consideración para la investigación fueron encuestados individuos entre 16 y 92 años. La población está compuesta en su mayoría de mujeres (aproximadamente 52 %) y la media de edad total es de aproximadamente 41 años. Igualmente, en el agregado de países el 75.8% de los encuestados se identifican como católicos, México y Perú presentando los mayores porcentajes con aproximadamente el 78% de la población. Finalmente, en lo que concierne a la educación, el 16.7% de los encuestados tiene la preparatoria (o bachillerato) como grado máximo de estudios, y 6.6% una educación superior completa.

Ahora bien, con la finalidad de analizar a profundidad la relación existente entre las variables independientes y la variación de las opiniones, así como identificar las posibles diferencias entre países, los siguientes apartados presentan una descripción y análisis de los resultados obtenidos de las variables de manera conjunta y desagregada. En otras palabras, primero analizan la regresión lineal de los países en su conjunto y, posteriormente, desagregan los datos obtenidos para cada una de las variables por países, así como sus respectivas regresiones lineales.

4.1. Resultados agregados

De manera general, la opinión de las personas sobre Brasil no es negativa, presentando como calificación media 62 puntos. Argentina y México presentan las menores medias entre los cinco países con una calificación media de 60 puntos, mientras que Perú y Colombia las más altas con un puntaje medio de 65 puntos. Con respecto a la tolerancia cultural, el 50% de los encuestados ven la difusión de las ideas y costumbres de otros países en su propio como algo malo, mientras que el 49.7% como algo bueno. Por último, aproximadamente el 73% considera que creer que su país es mejor que los demás es muy o algo importante (45.7% y 27%, respectivamente) para que uno se identifique con esta nacionalidad, en cuanto que el 27.25% considera poco o nada importante (17% y 10.2%, respectivamente).

A partir de lo anterior es posible notar que gran parte de la población encuestada es poco tolerante al *otro* y el sentimiento nacionalista es alto. Considerando las hipótesis planteadas uno

esperaría opiniones más negativas respecto a Brasil, entretanto la calificación media fue relativamente alta.

4.1.1. Regresión lineal

A partir de las variables seleccionadas, sumadas a las de control y las de valores, se aplicó un modelo de regresión lineal en el software de análisis de datos Stata después de seleccionar las variables y filtrar los países utilizados. Los valores positivos indican una relación directamente proporcional —es decir, mientras aumenta la variable independiente aumenta la dependiente—, en tanto que los valores negativos indican una relación inversamente proporcional —el aumento en la variable independiente genera una disminución de la dependiente—. Por un lado, en una relación directa se esperaba que mientras más altos los niveles de las variables independientes (tolerancia cultural y nacionalismo), más favorables las opiniones hacia Brasil. Por otro, mientras más altos los niveles de las variables independientes, menores calificaciones sobre Brasil. Finalmente, la cantidad de asteriscos indican el nivel de significancia de estos coeficientes —tres siendo el nivel de mayor significancia—.

Como indica el modelo (tabla 1.1), tanto las variables de control como las independientes (con excepción de la religión) están en el rango de confiabilidad del 5%. En otras palabras, estas variables sirven para explicar de manera significativa la variación de la opinión de las personas respecto a Brasil. Aun así, es posible ver que dos de las variables de control (género y nivel máximo de educación) y la variable de nacionalismo tienen valores de p de 0, mientras que en la tolerancia cultural su p es igual a 0.011. Es decir, esta última tiene menor inferencia en la variable dependiente que las demás, aunque sí influye.

Tabla 1.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – general

	Todos b/se
Cosmovisión	-1.336** (0.53)
Nacionalismo	1.500*** (0.34)
Género	-2.199*** (0.53)
Educación	0.795*** (0.13)
Edad	-0.055*** (0.02)
Religión	0.228 (0.27)
constant	56.913** (22.99)
R_sqr	0.016
Cases	6428
BIC	57514.9

* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.01

Fuente: elaboración propia.

Ahora bien, respecto a la manera en que las variables independientes influyen en la opinión de los individuos sobre Brasil, es posible ver que, aunque ambas variables propuestas infieren en la variación de las opiniones individuales, la forma en que lo hacen es distinta. Para el caso de la tolerancia cultural, es posible identificar (tabla 1.1) que esta tiene una relación proporcionalmente indirecta; es decir, mientras más tolerante el individuo, menor la calificación y consecuentemente una opinión más desfavorable. Para el caso de la variable del nacionalismo, queda claro que una relación proporcionalmente directa; de esta manera, mientras más nacionalista una persona, mayor su calificación sobre Brasil, o sea, más favorable su opinión.

En conclusión, el modelo general no respalda a ninguna de las hipótesis, dado que ambas variables presentan relaciones contrarias a las propuestas.

4.2. Argentina

En el caso de Argentina fueron encuestados en total 1,030 individuos con edad promedio de 41 años y en su mayoría mujeres (52.5%). El 68% de los encuestados se identifican como católicos y el aproximadamente el 8% tiene el bachillerato como grado máximo de estudios, mientras que el 10.2% en nivel universitario.

En lo que atañe la opinión de los argentinos respecto a Brasil, la calificación media otorgada fue de aproximadamente 60 puntos, siendo una de las peores calificaciones en conjunto con la de México. Igualmente, respecto a la tolerancia cultural de los argentinos, el 35.5% de las personas ven la difusión de las ideas y costumbres de otros países en su propio como algo malo, en cuanto que el 64.5% como algo positivo. Finalmente, en cuanto al sentimiento nacionalista, aproximadamente el 51% considera que creer que su país es mejor que los demás es muy o algo importante (27.6% y 23%, respectivamente) para que un individuo se identifique con esta nacionalidad. Asimismo, el 49% lo considera poco o nada importante (22% y 27.3%, respectivamente). De esta forma es posible notar que la tolerancia cultural está más o menos equilibrada entre los argentinos encuestados (aunque la tolerancia es un poco más alta), y lo mismo con el sentimiento nacionalista que predomina por apenas dos puntos. Así, a partir de estos índices sería posible esperar una calificación más o menos negativa, pero no tan baja en comparación a de los demás países.

4.2.1. Regresión lineal

Para el caso argentino (ver tabla 2.1), así como el modelo general, ambas variables independientes también son significativas en la variación de las opiniones entre los individuos encuestados. En ambos casos es posible ver que sus valores de p son menores a 0.05 (cosmopolitismo siendo 0.038 y nacionalismo 0.003). No obstante, como en el caso anterior, la variable del nacionalismo es nuevamente la de mayor relevancia, una vez que presenta el menor número. Respecto a las variables de control, queda evidente que apenas el género no influye en la variación de las opiniones de los argentinos sobre Brasil.

Tabla 2.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – Argentina

	Todos b/se
Cosmovisión	2.563** (1.23)
Nacionalismo	-1.563*** (0.53)
Género	-1.365 (1.18)
Educación	0.965*** (0.31)
Edad	0.076** (0.03)
Religión	1.564*** (0.39)
constant	52.791*** (3.04)
R_sqr	0.055
Cases	696
BIC	8417.6

* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.01

Fuente: elaboración propia.

Respecto a relación específica entre las variables independientes y la dependiente, es posible observar una situación opuesta a la del modelo general (ver tabla 2.1). En el caso argentino, la tolerancia cultural tiene una relación proporcionalmente directa a la variación. O sea, cuanto más tolerante mayor la calificación dada a Brasil, consecuentemente una opinión más favorable.

Sin embargo, cabe mencionar que, esta variable tiene una significancia ligeramente menor que a las demás variables, considerando la cantidad de asteriscos que siguen el número. Ya en el caso del nacionalismo, existe una relación proporcionalmente inversa. En este sentido, mientras más nacionalista menor la calificación sobre Brasil, y consecuentemente una opinión desfavorable. En conclusión, a partir del análisis es posible decir que para este caso todas las hipótesis se cumplen. En el caso argentino la poca tolerancia y el fuerte sentimiento nacionalista resultan en opiniones negativas hacia Brasil, al contrario, una mayor tolerancia y menor nivel de nacionalismo a una opinión más positiva.

4.3. Colombia

En el caso de Colombia fueron encuestados en total 1,500 individuos con edad promedio de 43 años y en su mayoría mujeres (59%). Más del 70% de los encuestados se identifican como católicos y, respecto a la educación, el 11.8% tiene el bachillerato y 8.4% la universidad como grado máximo de estudios.

En lo correspondiente a la opinión de los colombianos respecto a Brasil, la calificación media otorgada fue de aproximadamente 65 puntos, siendo uno de los mayores valores entre los cinco países, junto a Perú. Igualmente, respecto a la tolerancia cultural de los colombianos, aproximadamente el 57% de las personas ven la difusión de las ideas y costumbres de otros países en su propio como algo malo, en cuanto que el 43% como algo positivo. Finalmente, en cuanto al sentimiento nacionalista, aproximadamente el 75% considera que creer que su país es mejor que los demás es muy o algo importante (55.7% y 21.2%, respectivamente) para que un individuo se identifique con esta nacionalidad. Asimismo, el 23% lo considera poco o nada importante (13.4% y 9.6%, respectivamente). De esta forma es posible notar que gran parte de los colombianos encuestados son poco tolerantes al otro y el sentimiento nacionalista prevalece. Al igual que en las estadísticas generales, a partir de estos índices uno esperaría una calificación más negativa, pero como planteado en el párrafo anterior Colombia tiene la segunda mayor calificación media entre los cinco países.

4.3.1. Regresión lineal

En el caso colombiano (ver tabla 3.1), a diferencia de los modelos anteriores, es posible observar que apenas dos variables son relevantes para explicar la variación de las opiniones individuales: el nacionalismo (que presenta una p igual a 0.003) y el género (con una p igual a 0.001), aunque

la última tiene mucha más significancia —dado que presenta una p menor—. Asimismo, la tolerancia cultural en este modelo no tiene ninguna relevancia, una vez que su valor de p está por arriba del 5% ($p > |t| = 0.859$).

Tabla 3.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – Colombia

	Todos b/se
Cosmovisión	0.204 (1.15)
Nacionalismo	1.715*** (0.57)
Género	-3.962*** (1.17)
Educación	0.404 (0.26)
Edad	-0.060 (0.04)
Religión	-0.596 (0.54)
constant	63.412*** (3.37)
R_sqr	0.018
Cases	1293
BIC	11286.8

* $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Fuente: elaboración propia.

Asimismo, así como el modelo general, el sentimiento de nacionalismo, no sólo tiene mucha significancia en la variación de la opinión sobre Brasil, sino también tienen una relación proporcionalmente directa a la variable dependiente (ver tabla 3.1).

En este contexto, cuanto mayor el sentimiento nacionalista de una persona, mayor su calificación de Brasil y, consecuentemente, su opinión respecto a Brasil. Ya la variable de la

tolerancia, aunque no presenta ninguna significancia (por su valor de p), tiene una relación proporcionalmente directa con la variable dependiente —o sea, mientras más tolerante mayor la calificación y mientras más intolerante, menor la calificación dada—. En conclusión, a partir de lo planteado sólo las hipótesis H.1.A y H.1.B se cumple, entretanto, dado su falta de relevancia esta variable no puede ser considerada pertinente para explicar la variación de las opiniones individuales sobre una potencia regional.

4.4. Ecuador

En Ecuador fueron encuestados en total 1,800 individuos con edad promedio de 40 años y en su mayoría mujeres (50.3%). Más de 76% de la población encuestada se identifica como católicos y, con respecto a la educación, aproximadamente el 33.2% tiene el bachillerato como grado máximo de estudios, mientras que 12% en grado universitario.

En lo que concierne la opinión de los ecuatorianos respecto a Brasil, la calificación media otorgada fue aproximadamente 62 puntos. Respecto a la tolerancia cultural de los ecuatorianos, aproximadamente 53% de las personas ven la difusión de las ideas y costumbres de otros países en suyo como algo negativo, mientras que el 47% como algo positivo. Finalmente, en cuanto al sentimiento nacionalista, aproximadamente el 87% considera que creer que su país es mejor que los demás es muy o algo importante (65.3% y 22.2%, respectivamente) para que un individuo se identifique con esta nacionalidad. Asimismo, el 12.4% lo considera poco o nada importante (9.4% y 3%, respectivamente). De esta forma es posible notar que gran parte de los colombianos encuestados son poco tolerantes al *otro* y el sentimiento nacionalista también se destaca. Así como en las estadísticas generales, a partir de estos valores, uno esperaría una calificación más negativa; no obstante, la calificación media de los ecuatorianos es relativamente alta.

4.4.1. Regresión lineal

Para el caso de Ecuador, al igual que el modelo anterior (ver tabla 3.1), apenas la variable del nacionalismo —juntamente con el género y la educación— es relevante para explicar la variación de la opinión de los ecuatorianos hacia Brasil. Las tres variables presentan valores de p menores al 5% establecido, sin embargo, el grado máximo de estudios es la variable de mayor significancia al momento de explicar la variación interpersonal. De igual manera, como es posible observar en la siguiente tabla (tabla 4.1), la variable de nacionalismo tiene solamente dos asteriscos.

Tabla 4.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – Ecuador

	Todos b/se
Cosmovisión	-1.338 (1.10)
Nacionalismo	1.502** (0.70)
Género	-2.198** (1.10)
Educación	0.795*** (0.27)
Edad	-0.055 (0.04)
Religión	0.228 (0.56)
constant	56.245*** (3.76)
R_sqr	0.016
Cases	1481
BIC	13280.3

* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.01

Fuente: elaboración propia.

Así como el modelo colombiano, la variable del nacionalismo también tiene una relación proporcionalmente directa con la variable dependientes (tabla 4.1). Es decir, a mayor nacionalismo mayor la calificación dada a Brasil y consecuentemente una opinión más favorable. Asimismo, en el caso de la tolerancia, aunque no tiene ninguna significancia en la variación de las opiniones individuales, esta también tiene una relación proporcionalmente directa con la variable dependiente —a mayor tolerancia mejor opinión—. A partir de lo anterior, sería posible concluir que en el modelo ecuatoriano tan solo las hipótesis H.1.A y H.1.B se cumpliría si no fuera por su falta de relevancia de la tolerancia cultural en este caso.

4.5. México

En el caso de México fueron encuestados en total 2,400 individuos, distribuidos equitativamente entre hombres y mujeres, con edad promedio de 43 años. Respecto a la religión dominante, el 78% de la población encuestada se identifican como católicos y, en cuanto a la educación, el 20.5% tiene la preparatoria como grado máximo de estudios, en cuanto que apenas 7% el grado universitario.

Respecto a la opinión de los mexicanos sobre a Brasil, la calificación media otorgada fue aproximadamente 61 puntos, siendo una de las menores calificaciones promedio entre los cinco países, junto con la de Argentina. Respecto a la tolerancia cultural de los mexicanos, aproximadamente 50% de las personas ven la difusión de las ideas y costumbres de otros países en su propio como algo negativo, mientras que el otro 50% como algo positivo. Finalmente, en cuanto al sentimiento nacionalista, aproximadamente el 66% considera que creer que su país es mejor que los demás es muy o algo importante (31.2% y 35.3%, respectivamente) para que un individuo se identifique con esta nacionalidad. Igualmente, el 33.4% lo considera poco o nada importante (22.3% y 11.2%, respectivamente). A diferencia de los demás casos, la tolerancia cultural de México está más equilibrada, pero el sentimiento nacionalista también predomina. De esta manera, los altos niveles de nacionalismo podrían explicar en parte una calificación media tan baja en comparación a los otros países.

4.5.1. Regresión lineal

En el caso mexicano (ver tabla 5.1), el nacionalismo aparece nuevamente como una de las variables más relevante, junto con el género y la educación. Sin embargo, al igual que el caso ecuatoriano, no tiene una significancia tan fuerte en la variación de las opiniones individuales en comparación las variables del género y la educación (con un valor de p igual a 0.049, o sea, que casi se acerca al valor máximo de significancia). Asimismo, la variable de tolerancia cultural aparece nuevamente como poco relevante con una p igual a 0.289.

Tabla 5.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – México

	Todos b/se
Cosmovisión	1.024 (0.96)
Nacionalismo	-0.921** (0.47)
Género	-3.346*** (0.96)
Educación	1.069*** (0.24)
Edad	-0.038 (0.03)
Religión	-0.374 (0.39)
constant	60.816*** (2.71)
R_sqr	0.031
Cases	1742
BIC	15386.3

* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.01

Fuente: elaboración propia.

Ya en lo que concierne la relación de las variables, así como el caso argentino, el sentimiento nacionalista tiene una relación inversamente proporcional con la variable dependiente. En este caso, cuanto más nacionalista un individuo, menor la calificación dada a Brasil y, consecuentemente, más desfavorable su opinión sobre este país. De esta manera, es posible concluir que en el caso mexicano sí se cumple la hipótesis H.2.A. a diferencia de los demás modelos. Asimismo, aunque la variable de la tolerancia cultural no sea significativa en el modelo, esta presenta una relación proporcionalmente directa con la variación de las opiniones individuales, lo que llevaría al cumplimiento de la hipótesis H.1.A si no fuera la falta de relevancia.

4.6. Perú

Por último, en Perú fueron encuestados en total 1,200 individuos con una edad promedio de 39 años y en su mayoría mujeres (50.3%). En cuestión de religión, el 78% de la población encuestada se identifica como católica y en tanto a la educación, aproximadamente el 5% tiene la preparatoria como grado máximo de estudios, mientras que el 0.17% el nivel universitario.

En lo referente a la opinión de los peruanos respecto a Brasil, la calificación media otorgada fue de aproximadamente 65 puntos, estando por arriba del promedio. Respecto a la tolerancia cultural de los peruanos, aproximadamente 50.3% de las personas ven la difusión de las ideas y costumbres de otros países en el suyo como algo negativo, mientras que el 49.6% lo considera positivo. Finalmente, en cuanto al sentimiento nacionalista, aproximadamente el 76.5% considera que creer que su país es mejor que los demás es muy o algo importante (47.6% y 29%, respectivamente) para que un individuo se identifique con esta nacionalidad. Asimismo, el 23.5% lo considera poco o nada importante (18.4% y 5%, respectivamente). Así como en el caso de México, la tolerancia cultural está más o menos equilibrada entre los encuestados, pero nuevamente el sentimiento nacionalista prevalece. De esta forma, este equilibrio podría explicar en parte la calificación media alta dada a Brasil.

4.6.1. Regresión lineal

En el modelo de regresión peruano, la variable de la tolerancia cultural vuelve a aparecer como relevante en la variación de las opiniones, en cuanto que el nacionalismo es por primera vez insignificante (tabla 6.1), con el mayor valor de p presentado en el modelo. De igual forma, la tolerancia cultural aparece como la variable más significativa en comparación a todas las demás, con una p igual a 0.009 y tres asteriscos.

Tabla 6.1 Regresión lineal de la opinión sobre Brasil – Perú

	Todos b/se
Cosmovisión	3.370*** (1.30)
Nacionalismo	0.412 (0.72)
Género	-2.997** (1.29)
Educación	0.201 (0.35)
Edad	-0.058 (0.04)
Religión	1.465** (0.64)
constant	63.093*** (3.99)
R_sqr	0.023
Cases	963
BIC	8521.7

* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.01

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, en este caso, la tolerancia cultural tiene una relación proporcionalmente directa con la variable dependiente. En otras palabras, mientras más tolerante un individuo, mayor será la calificación dada a Brasil y, consecuentemente más favorable será la opinión sobre este país. De esta manera, es posible concluir que las hipótesis H.1.A y H.1.B sí se cumplen, en cuanto que las hipótesis H.2.A y H.2.B no. Por un lado, no presenta suficiente relevancia en la variación de las opiniones; por otro, la variable del nacionalismo tiene una relación directamente proporcional con la variable dependiente, donde mientras más nacionalista, mayor es la calificación dada a Brasil y consecuentemente una opinión individual más positiva.

4.7. Recapitulación de los resultados

A partir de los resultados propuestos en el apartado anterior, es posible notar que los cinco países son muy similares entre sí en diversos aspectos, no solo en cuestión de los resultados de los modelos, sino también respecto a las estadísticas. Para los cinco países, el sentimiento nacionalista prevalecía (aunque en diferentes porcentajes), mientras que la tolerancia es baja en la gran mayoría de los casos.

Asimismo, es posible notar que en los resultados “individuales”, a pesar de la diferenciación entre las variables significantes, el nacionalismo estuvo presente en casi todos los modelos, con excepción de Perú donde solamente la tolerancia tuvo relevancia. Cabe destacar que apenas en el modelo general y en el argentino ambas variables fueron significan para explicar la variación de las opiniones, aunque sólo en el de Argentina se cumplieron todas las hipótesis. Finalmente, es posible notar que, en algunos casos la tolerancia cultural sí podría explicar la variación de las opiniones individuales respecto a Brasil, como en el caso general, el argentino y el peruano. Aun así, sólo en el caso de Perú se cumplieron las hipótesis relacionadas con la tolerancia, mientras que en los otros dos, la relación entre las variables era inversa. En pocas palabras, es posible concluir que, los resultados encontrados no fueron del todo satisfactorios; a pesar de esto, las hipótesis no se descartan del todo.

5. Conclusiones y consideraciones finales

La presente tesina se propuso contestar la pregunta de investigación: ¿por qué varían las opiniones individuales respecto a una potencia regional? Para esto planteó que el nivel de apertura y tolerancia hacia el otro explicaba la variación interpersonal existente. Más específicamente, utilizó la idea del *nosotros* versus los *otros* y su relación con la intolerancia hacia lo diferente y al desarrollo del sentimiento nacionalista para establecer cuatro hipótesis. Las dos primeras sugerían que, mientras más intolerante y nacionalista, más desfavorable sería la opinión de un individuo dada a un país que no fuera el propio. En contraparte, mientras más tolerante (o cosmopolita) y menos nacionalista, más favorable sería la opinión.

Brasil fue el caso de estudio elegido para llevar a cabo la investigación, dada a su creciente importancia internacional. De este modo, utilizando el un método cuantitativo, la tesina analizó la inferencia de las variables propuestas en variación de las opiniones de individuos de cinco países latinoamericanos respecto a Brasil, contraponiéndolas a cuatro variables de control. Finalmente, los resultados fueron analizados tanto de manera agregada como para cada país.

Para la gran mayoría de los modelos, incluido el general, la variable del nacionalismo fue la de mayor relevancia al explicar la variación de las opiniones individuales respecto a una potencia regional (con excepción de Perú). Sin embargo, sólo en el caso de Argentina y en el de México el sentimiento nacionalista presenta una relación inversa. Mientras tanto, la variable de la tolerancia (cosmopolitismo) sólo ha aparecido como relevante en el modelo peruano. De los seis modelos presentados, solamente en tres de ellos se cumplen las hipótesis, siendo Argentina el único donde se cumplen todas. En conclusión, a partir de los resultados expuestos, es posible concluir que, el sentimiento nacionalista tiene gran efecto en cómo una persona ve a un país que no el suyo, pero no en todos los casos obedece la relación inversa. En este sentido se cumple parcialmente el argumento establecido por la tesina. Aun así, sería pertinente trazar las limitantes y futuras investigaciones que podrían ampliar el entendimiento del tema y ofrecer nuevas perspectivas.

5.1. Limitaciones de la investigación

A pesar de que, en lo general, los resultados encontrados fueron satisfactorios, es necesario tener en cuenta las limitaciones de la investigación, que podría haber influido en los resultados de manera significativa. De esta forma, los siguientes párrafos identifican cinco limitaciones.

En primer lugar, la falta de datos (*missing values*), que son desconsiderados por *Stata* al momento de hacer el modelo de regresión. Las observaciones faltantes pueden no ser muchas, pero tal vez suficientes para cambiar los resultados en cierta medida. De esta manera, el análisis más amplio y de mayor profundidad de la relación entre la variación de la opinión y la apertura personal al *otro* pudo ser afectada. Segundo, debido al espacio y el tiempo disponible, la investigación apenas mide la apertura hacia al *otro* a partir de dos variables: la tolerancia y el nacionalismo; Sin embargo, tal vez haya otras maneras de medir este fenómeno, por ejemplo, las creencias religiosas.

En tercer lugar, la investigación no toma en consideración el papel de los estereotipos —las percepciones ya existentes y frecuentemente difundidas (ver, por ejemplo, Lippmann, 1998b)— respecto a Brasil al momento de evaluar los factores que influyen en la variación de las opiniones. Los estereotipos sí son mencionados en la sección que desarrolla el tema del cosmopolitismo, pero son abarcados más como obstáculos a la diversidad y no propiamente como factores que influyan en las opiniones individuales. Cuarto, la investigación da por sentado que todos los individuos tienen opiniones sobre Brasil, es decir, no considera la posibilidad de que una persona no conozca el país en cuestión o simplemente no tenga una opinión formada. En quinto lugar, la investigación no contempla en que tan diferente son el *nosotros* y los *otros*, o sea, cuán diferentes son culturalmente Brasil (los *otros*) y cada individuo encuestado (el *nosotros*). La investigación no tomó en consideración los aspectos culturales de Brasil y de las demás personas, ni cómo estas contrastan los valores brasileños con sus propios valores. Finalmente, la tesina no abarcó otros aspectos que podrían afectar la variación, como la propia relación entre los países y el propio papel político y económico de Brasil en este periodo. Esto es especialmente relevante si consideramos que Brasil es una potencia regional y que, como planteado en la sección de caso de estudio, tiene una economía influyente en la región.

En conclusión, a pesar de todas las limitantes, es posible decir que la receptividad de un individuo hacia el *otro* sí explica la variación de las opiniones individuales. Aun así, queda mucho por considerar y abarcar para confirmar con seguridad las hipótesis planteadas.

5.2. *Investigaciones futuras*

Para una mejor y más amplia comprensión de la variación de las opiniones sobre las potencias regionales, en primer lugar, sería necesario desarrollar más la cuestión de los valores. Considerando que las opiniones no pasan de percepciones individuales, es comprensible el gran impacto de los valores en la mayoría de los países y en el modelo general. Sería pertinente, entonces, profundizar y ampliar la investigación en este aspecto. ¿Habría valores específicos que expliquen por qué las opiniones individuales varían entre sí? O más bien ¿habría otros aspectos que expliquen esta variación?

Igualmente, considerando que son países de valores muy similares, no sólo en cuestión de los resultados, sino también respecto a las estadísticas, sería interesante ver si en países con valores distintos a los latinoamericanos afectarían de alguna manera la opinión respecto a Brasil. De igual manera, sería útil ampliar la investigación a diferentes países y regiones para ver si la tolerancia y el nacionalismo también se aplican a estos contextos. Asimismo, otros factores podrían tener más peso que las propias diferencias culturales, como el factor económico o político. Valdría la pena, en este sentido, analizar más a profundidad si el desempeño e influencia económica y política de otros países afectan la manera en qué un extranjero ve a este Estado.

Finalmente, sería interesante abarcar el papel de los estereotipos (que se relaciona en gran medida con el medio en que reciben información sobre este país) en la variación de las opiniones. ¿Tendrían estos estereotipos un peso mayor que las propias creencias, valores individuales y que la propia noción del *nosotros* versus *ellos*? En otras palabras, ¿prevalecerían los estereotipos existentes sobre Brasil al momento de opinar sobre él?

En última instancia, como todo en las ciencias sociales, el estudio de las opiniones nunca estará completo, y el análisis de estas opiniones en el ámbito latinoamericano seguirá desarrollándose. Las opiniones dejan evidente cuán subjetivo y diverso puede ser el ser humano, al mismo tiempo que reflejan los valores individuales. Esta complejidad se refleja claramente en el título de la tesina, “*você não gosta de mim, mas sua filha gosta*”, cantada por Chico Buarque de Hollanda, donde la diferencia de las perspectivas queda evidente.

Referencias:

- Anholt, S. (2011). Beyond the nation brand: The role of image and identity in international relations. En A. Pike (Ed.), *Brands and branding geographies* (pp. 299-316). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9780857930842.00027>
- Anshchau, A. L. (2017). *Diplomacia cultural em perespectiva comparada: Lula, Dilma, Temer*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Banco Mundial (s.f.). *Población total – Ecuador, México, Latin America & Caribbean, Colombia, Peru, Argentina*. Consultado el 24 de abril de 2024. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?end=2014&locations=EC-MX-ZJ-CO-PE&start=2009&view=chart>
- Bobillo, F. J. (1987). La opinión pública. *Revista de Estudios políticos (Nueva Época)*, núm. 58, 37-60.
- Boulding, K. E. (1959). National Images and International Systems. *The Journal of Conflict Resolution*, 3(2), 120-13. <https://www.jstor.org/stable/173107>
- Brand Finance. (2023). *Global Soft Power Index 2023*. <https://brandirectory.com/softpower/ranking?region=4&metric=1&statement=0>
- Buarque, C. (1979). Jorge Maravilha [Canción]. En *O Banquete dos Mendigos*. Universal Music Ltda. <https://open.spotify.com/intl-it/track/6K022fAYR1Q2BqwKfugUi3?si=8a9ef73dee23439c>.
- Buarque, D. (2015). One Country, Two Cups— The International Image of Brazil in 1950 and in 2014: A Study of the Reputation and the Identity of Brazil as Projected by the International Media During the Two FIFA World Cups in the Country. *International Journal of Communication*, 9, 1300-1318.
- Buhmann, A. (2016). *Measuring Country Image*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-15407-3>
- Cerutti, Á. y González, C. (2008). Identidad e identidad nacional. *Revista de la Facultad*, 14, 77-94.
- Cisneros, I. H. (2001). Intolerancia cultural: racismo, nacionalismo, xenofobia. *Perfiles latinoamericanos*, 18, 177–189.
- Davidson, W. P. (1958). The Public Opinion Process. *Public Opinion Quarterly*, 22(2), 91-106. Oxford University Press.

- Embajada del Ecuador en Brasil (s.f.). *Relaciones bilaterales – Ecuador/Brasil*. Consultado el 29 de abril de 2024. <https://www.cancilleria.gob.ec/brasil/2021/03/08/relaciones-bilaterales/>
- Etninson, A. (2011). Cosmopolitanism: Cultural, Moral, and Political. En D. P. Aurélio, G. De Angelis & R. Queiroz (Ed.), *Sovereign Justice: Global Justice in a World of Nations* (pp. 25-46). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110245745.1.25>
- Fernández, A. & Toscana, A. (2013). Opinión pública y tendencias preelectorales por sexo y edad en el DF. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 14, 49-69.
- Gállegos, R. (s.f.). *Ideología, Identidad y cultura*. Universidad Rafael Landívar. <https://www.url.edu.gt/PortalURL/Archivos/83/Archivos/Ideologia,%20identidad%20y%20cultura.pdf>
- Gellner, E. (2001). ¿Qué es una nación? En *Naciones y nacionalismo* (Javier Seto Trad., pp. 77-88). Alianza Editorial.
- González González, G., Maldonado, G., Sánchez-Montijano, E., Lasala-Blanco, M. N., & Schiavon Uriegas, J. A. (2015). *Proyecto las Américas y el Mundo 2014*. CIDE.
- Hanner, U. (1992). Cosmopolitas y locales en la cultura global. *Alteridades*, 2(3), 107-115.
- IBM. (s.f.). *Linear regression*. Consultado el 26 de agosto de 2024. <https://bit.ly/4fY4XEM>
- Indeed. (s.f.). *What is linear regression? (And how it's used in business analysis)*. Consultado el 26 de agosto de 2024. <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/linear-regression>
- Jaguaribe, H. (2011). Brasil-Argentina: Breve análisis de las relaciones de conflicto y cooperación. *Estudios Internacionales*, 15(57). <https://doi.org/10.5354/0719-3769.1982.16058>
- Kelman, H. C. (1961). Processes of Opinion Change. *The Public Opinion Quarterly*, 25(1), 57-78.
- Kôsaka, M. (2023). The Power of Public Opinion. En *International Politics and the Search for Peace* (pp. 144-156). Japan Publishing Industry Foundation for Culture.
- Leach, E. (1968) Ourselves and Others. En *A Runaway World? Reith Lectures 1967* (pp. 31-46). British Broadcasting Corporation.

- Linley, M. (2007). *Does Country Image Matter? The Impact of Positive and Negative Public Opinion towards Japan* [Tesis de doctorado no publicada]. Australian National University.
- Lippmann, W. (1998a). Self-interest Reconsidered. En *Public Opinion* (pp. 170-190). Transaction Publishers.
- Lippmann, W. (1998b). The World Outside and the Pictures in our Heads. En *Public Opinion* (pp. 3-32). Transaction Publishers.
- Malacalza, B., & Tokatlian, J. G. (2022). Argentina y Brasil: ¿entre la desintegración y el desacoplamiento? *CEBRI-Revista: Brazilian Journal of International Affairs*, 3(1), 138-167.
- Ministério das Relações Exteriores. (2023). *México y Brasil: nuevos tiempos para una larga amistad*. Consultado el 29 de abril de 2024. <https://bit.ly/3Z0zU58>
- Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil. (2024a). *20 años de la Alianza Estratégica Brasil-Perú*. Consultado el 29 de abril de 2024. <https://bit.ly/3Z2MiBB>
- Ministério das Relações Exteriores. (2024b). *República de Colombia*. Consultado el 29 de abril de 2024. <https://www.gov.br/mre/es/temas/relaciones-bilaterales/todos-los-paises/republica-de-colombia>
- Myers, D. G. (2003). La personalidad como fenómeno social. En A. Martínez (Ed.), *Psicología social* (pp. 18-46). McGraw Hill Interamericana.
- Naranjo, S. C. (2023). Las mayores economías latinoamericanas a través del tiempo. *Statista*. Recuperado el 29 de abril de 2024 de <https://bit.ly/3yIeFul>
- Noelle-Neumann, E. (1993a). La opinión pública tiene dos fuentes: una de ellas, los medios de comunicación. En *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social* (J. Ruíz Calderón, Trad., pp. 43-54). Oniro.
- Noelle-Neumann, E. (1993b). ¿Qué es la opinión pública? En *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social* (J. Ruíz Calderón, Trad., pp. 43-54). Oniro.
- Nye, J.S. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, núm. 80, 153-171.
- Ochoa García, A. (2014). Ciudadanos del mundo: Desafiando las fronteras. *Perifèria. Revista d'investigació i formació en Antropologia*, 19(2), 77-100. <https://doi.org/10.5565/rev/periferia.440>

- Otero, M. (2013). La imagen país, crucial para la competitividad de las empresas. *Economía Industrial*, núm. 387, 131-134.
- Page, B. I., Shapiro, R. Y. & Dempsey, G. R. (1987). What moves public opinion? *American Political Science Review*, 81(1), 23-44. <https://doi.org/10.2307/1960777>
- Pasquarelli, B. (2023). New standards of action in foreign policy: can Brazil still be considered a regional power? *Reflexión Política*, 25(51), 64–75. <https://doi.org/10.29375/01240781.4687>
- Pedersen J. T. (1976). Age and Change in Public Opinion: The Case of California, 1960-1970. *Public Opinion Quarterly*, 40(2), 143-153. <https://doi.org/10.1086/268283>
- Risse-Kappen, T. (1991). Public Opinion, Domestic Structure, and Foreign Policy in Liberal Democracies. *World Politics*, 43(4), 479-512. <https://doi.org/10.2307/2010534>
- Sagiv, L., & Schwartz, S. H. (2022). Personal Values Across Cultures. *Annual Review of Psychology*, 73(1), 517–546. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-020821-125100>
- Savigny, H. (2002). Public Opinion, Political Communication and the Internet. *Political Studies Association*, 22(1), 1-8. [10.1111/1467-9256.00152](https://doi.org/10.1111/1467-9256.00152).
- Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 11-20. <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1116>
- Serna, L. (2010). Relación amigo – enemigo, ¿homogeneización del otro? *Pensamiento Político*, 2(1), 71-75.
- Shamma, H. & Bisht, A. (2021). Ranking country reputation: a d8 perspective. *Academy of Marketing Studies Journal*, 25(4), 1-16.
- Soriano, J. (2007). Brasil en la política exterior de México: la búsqueda de una relación más dinámica (ARI). *Real Instituto Elcano*. <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/brasil-en-la-politica-exterior-de-mexico-la-busqueda-de-una-relacion-mas-dinamica-ari/>
- Steele, D. (2018). The Relationship Between Education Levels and Public Opinion Before the Iraq War. *Walden University*.
- Stuenkel, O. y Taylor M.M. (2015). Brazil on the Global Stage: Origins and Consequences of Brazil's Challenge to the Global Liberal Order. En O. Stuenkel y M. M. Taylor (eds.), *Birth of hegemony*, (pp. 1-16). Palgrave Macmillan.

- Thomas, S. (2022). Discrete vs. Continuous Variables. *Outlier Analytics*. Consultado el 1 de mayo de 2024. <https://articles.outlier.org/discrete-vs-continuous-variables>
- Todorov, T. (2005). Prefacio a *Nosotros y los Otros. Reflexión sobre la diversidad humana* (pp. 9-18). Siglo Veintiuno Editores.
- Triandafyllidou, A. (1998). National Identity and the ‘other’. *Ethnic and Radical Studies*, 21(4), 593-612.
- Wilson, F. G. (1933). Concepts of Public Opinion. *American Political Science Review*, 27(3), 371–391. <https://doi.org/10.2307/1947437>

Anexos:**Tabla de variables**

Preguntas seleccionadas: encuesta <i>Las Américas y el Mundo 2014-2015</i>		
Código	Preguntas	Tipo de variable
4.4	Para usted, ¿es bueno o malo que las ideas y costumbres de otros países se difundan en [País]	Independiente
	¿qué tan importante es cada uno de los siguientes aspectos para ser [nacionalidad] [...]?	
	“¿creen que su país es mejor que los demás países?”	Independiente
S1	Sexo	Control
S2	¿Cuántos años cumplidos tiene usted?	Control
S3	¿Hasta qué año escolar estudió usted?	Control
S4	¿Me podría decir cuál es su religión?	Control
10.2_1	Le voy a pedir que mida su opinión sobre algunos países, con cero expresando una opinión muy desfavorable, 100 expresando una opinión muy favorable y con 50 una opinión ni favorable ni desfavorable. Puede usar cualquier número de 0 a 100, y mientras más alto sea el número más favorable es su opinión sobre ese país.	Dependiente