

El nacionalismo francés, las opiniones sobre la Unión Europea y el *Frexit*

NATALIA MELGAR* pp. 159-168

El Brexit ha abierto varios debates sobre la solidez de la UE y sobre su profundidad. Aun cuando se superó un colapso del bloque, se han mantenido dudas sobre los resultados que podrían obtenerse si se realizara un referéndum sobre la pertenencia al bloque de otro Estado miembro. En este caso, la ciudadanía podría decidir soberanamente su propio destino.

Este análisis es relevante en el caso de Francia, potencia indiscutida de la UE y donde este tema fue un punto central en las elecciones presidenciales tanto en el año 2017 como en el año 2022. Por un lado, Macron siempre ha apoyado el proceso de integración y la cohesión europea. Por otro lado, Le Pen mantuvo un discurso en contra del bloque y pro *Frexit* aunque la candidata ha suavizado su retórica. Tanto en 2017 como en 2022, en la primera vuelta de las elecciones, Macron fue el candidato más votado y Le Pen ocupó el segundo lugar y el mismo orden se obtuvo en la segunda ronda de votación. Si bien es cierto que Macron derrotó a Le Pen, vale señalar que en 2017 fue apoyado por el 66,1 por ciento y el 33,9 por ciento votó por Le Pen, mientras que, en 2022, Le Pen ganó terreno, siendo votada por el 41,5 por ciento y el 58,5 por ciento restante optó por Macron.

Es claro que son múltiples los determinantes de las opiniones ciudadanas sobre la UE. Por ejemplo, entre ellos se podrían mencionar: la percepción de los beneficios de ser miembro, el desempeño del país y, en un futuro próximo, el desempeño de Gran Bretaña tras el Brexit en comparación con el desempeño de la UE.

* Dra. en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Granada, España. Mg. en Economía Internacional y Licenciada en Economía por la Universidad de la República, Uruguay. Profesora-investigadora en el Departamento de Administración y Negocios de la Universidad Católica del Uruguay. Correo-e: natalia.melgar@ucu.edu.uy

Mucho más allá de estos fundamentos de nivel macro, las características personales podrían ser cruciales. Incluso cuando la lista de atributos es larga, el objetivo es focalizar en el papel que cumplen sentimientos como el nacionalismo que emergen como un fundamento clave de estas decisiones. La encuesta realizada en 2013 por el International Social Survey Program (ISSP) permite evaluar esta cuestión.

Este documento está organizado de la siguiente manera. En la sección 2, se presentan las definiciones relevantes y evidencia empírica sobre el tema. La sección 3 describe la base de datos y la sección 4 muestra los resultados. Finalmente, las conclusiones que emergen de esta investigación se presentan en la sección 5.

El apego por el país y su rol como determinante en la formación de opiniones

Sidanio *et al.* (1997) definieron el apego nacional como un sentido de pertenencia a la nación en su conjunto. En la actualidad existe vasta literatura sobre este tema y sus diferentes niveles; por ejemplo, diversos autores han distinguido entre patriotismo, nacionalismo y chovinismo (casos de Coenders y Scheepers, 2003; Feshbach, 1994; Kosterman y Feshbach, 1989; Smith y Jarkko, 1998).

El patriotismo es el sentimiento genuino de apego por el propio país y sus símbolos, mientras que el nacionalismo es una forma menos neutral de apego nacional, porque implica una mayor devoción por el propio país situándolo por encima de los demás y el chovinismo, por su parte, es una forma extrema de nacionalismo, caracterizada por un sentimiento de superioridad con respecto a otras naciones. Además, Smith y Kim (2006) profundizaron en estas contribuciones desde una perspectiva comparativa entre países en los que Francia ocupó el puesto 26 de los 33 países.

Incluso cuando estos sentimientos están vinculados, son claramente diferentes. El orgullo nacional y el patriotismo coexisten, mientras que el nacionalismo va mucho más allá del orgullo nacional. De hecho, este último es un requisito previo para el primero. Así, no hay contradicción entre sentimientos como el orgullo nacional y el cosmopolitismo, mientras que el nacionalismo y el cosmopolitismo son en esencia contradictorios (Warf, 2012).

Estas contradicciones tienen una gran variedad de consecuencias y pueden determinar múltiples opiniones y procesos de toma de decisiones. Las actitudes hacia los inmigrantes están claramente determinadas por

el nacionalismo (Baker, 2005). Además, Rajiman *et al.* (2008) y Kim y Kim (2021), se centraron en las actitudes hacia las minorías y los inmigrantes, y los autores demostraron que los nacionalistas tenían más probabilidades de tener actitudes excluyentes que los patriotas.

Lo mismo ocurre en el caso del comercio internacional y los acuerdos comerciales. Incluso cuando diferentes modelos muestran que los países se benefician del comercio, la mayoría de ellos tienen restricciones que son aprobadas por los gobiernos. Múltiples razones pueden explicar estas medidas que contradicen la teoría y la demanda de los votantes podría ser una de ellas. En línea con este punto, varios estudios muestran que los nacionalistas tienden a apoyar el proteccionismo (Mansfield y Pevehouse, 2002; Mayda y Rodrik, 2005; O'Rourke y Sinnott, 2006; Rodrik, 1997; Sabet, 2014; Scheve y Slaughter, 2001, entre otros). En otras palabras, si el comercio se percibe como un juego de suma cero en el que algunas naciones ganan y otras pierden, o si consideran que las consecuencias sociales pueden ser adversas, es probable que apoyen las restricciones comerciales. Mayda y Rodrik (2005) argumentaron que aquellos que consideran a su país mejor que otros, es más probable que prefieran el aislamiento de su país y, por lo tanto, apoyarían políticas restrictivas de las importaciones.

Por último, cabe recordar el Brexit, dado que la campaña a favor de la salida de la UE destacó los efectos negativos de la inmigración y el nacionalismo, entre otros temas. Según Calhoun (2017), Melgar *et al.* (2021) y Scuirra (2017), entre otros, el Brexit no solo fue un voto contra la UE sino también contra la globalización y el multiculturalismo, dado que la identidad nacional y el nacionalismo son elementos importantes en la ciudadanía.

Fuente de datos y metodología

Los microdatos provienen del módulo de Identidad Nacional de la encuesta realizada por el ISSP en el año 2013. Como este año, 2023, el ISSP realizará nuevamente la encuesta de Identidad Nacional, es oportuno analizar los datos de aquella encuesta, para luego poder comparar cómo han evolucionado estas posiciones después de una década.

Esta encuesta recopiló información sobre las opiniones de las personas sobre una gran variedad de temas, incluidas las preferencias comerciales, la inmigración, varias medidas de nacionalismo, así como información demográfica y socioeconómica, como la edad, el género, la educación, la religión, la religiosidad, el partido político, la afiliación, entre otros. En todos

los países donde se realiza la muestra es representativa y el tamaño muestral en Francia de más de 2.000 personas.

En 2013, el cuestionario incluyó varias preguntas que podrían considerarse indicadores de patriotismo, nacionalismo y chovinismo. Además, el cuestionario incluye preguntas que permiten explorar las percepciones y visiones de los franceses sobre la UE y su voluntad de permanecer como miembro.

Con el objetivo de profundizar la comprensión de los vínculos entre estas opiniones, se calculó el coeficiente de correlación de Spearman (dado que se cuenta con datos ordinales). La correlación es una medida de una asociación entre variables. Si están correlacionados, los cambios en una variable están asociados con cambios en la otra variable. El coeficiente de correlación de Spearman, se clasifica de -1 a 1 y los resultados se interpretan de la siguiente manera:

- Si $p = -1$, existe una asociación negativa perfecta.
- Si $-1 < p < 0$, existe una asociación negativa imperfecta.
- Si $p = 0$, no hay asociación.
- Si $0 < p < 1$, existe una asociación positiva imperfecta.
- Si $p = 1$, existe una asociación positiva perfecta.

Patriotismo, nacionalismo y la percepción de la UE en Francia

¿Qué tan nacionalista es la población?

La tabla 1 muestra que no solo el patriotismo sino también el nacionalismo y el chovinismo son significativos en el caso de Francia. En primer lugar, casi el 88 por ciento de la ciudadanía indica que se siente muy cerca o cerca de Francia. Sin embargo, vale señalar que esta proporción se reduce al 60,5 por ciento cuando se considera Europa.

En segundo lugar, casi el 81 por ciento respondieron que estaban muy orgullosos o algo orgullosos de ser franceses. En línea con este resultado, el 85,2 por ciento consideró que tener la nacionalidad francesa es muy importante o importante y en el caso de la importancia de sentirse francés, la proporción llegó al 89,2 por ciento.

Además, solo el 9,4 por ciento está en desacuerdo o muy en desacuerdo con preferir ser ciudadano de Francia que de cualquier otro país y solo el 24,0 por ciento está en desacuerdo o muy en desacuerdo con que Francia sea un país mejor que la mayoría de los demás países.

Tabla 1

Patriotismo, nacionalismo y chovinismo en Francia

¿Qué tan cercano se siente usted de...	Muy cercano	Cercano	No muy cercano	Nada cercano	No puedo elegir	Total
... Francia?	55.7%	32.0%	5.6%	1.7%	5.1%	100%
... Europa?	19.8%	30.7%	23.9%	14.5%	11.0%	100%

	Muy orgulloso	Algo orgulloso	No muy orgulloso	Nada orgulloso	No puedo elegir	Total
¿Qué tan orgulloso está usted de ser francés?	29.8%	50.6%	7.1%	3.4%	9.2%	100%

¿Qué tan importante es...	Muy importante	Algo importante	No muy importante	Nada importante	No puedo elegir	Total
... tener la nacionalidad francesa?	59.4%	25.8%	6.7%	3.8%	4.3%	100%
... sentirse francés?	62.9%	26.3%	4.2%	2.3%	4.4%	100%

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	No puedo elegir	Total
Yo prefiero ser un ciudadano de Francia que de otro país en el mundo.	34.3%	26.2%	24.7%	4.1%	5.3%	5.4%	100%
En general, Francia es mejor país que otros.	8.8%	25.9%	35.7%	12.0%	12.0%	5.5%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de ISSP 2013.

Dados estos resultados, se calcularon las correlaciones entre todas las medidas vinculadas al patriotismo y al nacionalismo. Todos ellos resultaron significativos al 1 por ciento y como muestra la tabla 2, y como era de esperar, mostraron signo positivo, por lo que todos se mueven en la misma dirección. La relación positiva más fuerte se encuentra entre las preguntas que pueden indicar la presencia de chovinismo, aquellos que preferirían ser ciudadanos de Francia que de otro país también son más propensos a pensar que Francia es un país mejor que la mayoría de los demás países.

Tabla 2

Matriz de correlación entre los indicadores de nacionalismo

	¿Qué tan cercano se siente a Francia?	¿Qué tan orgulloso está de ser francés?	¿Qué tan importante es tener la ciudadanía francesa?	¿Qué tan importante es sentirse francés?	Yo prefiero ser un ciudadano de Francia que de otro país en el mundo.	En general, Francia es mejor país que otros.
¿Qué tan cercano se siente a Francia?	1					
¿Qué tan orgulloso está de ser francés?	0.34	1				
¿Qué tan importante es tener la ciudadanía francesa?	0.25	0.17	1			
¿Qué tan importante es sentirse francés?	0.27	0.18	0.33	1		
Yo prefiero ser un ciudadano de Francia que de otro país en el mundo.	0.31	0.37	0.28	0.26	1	
En general, Francia es mejor país que otros.	0.20	0.25	0.13	0.15	0.38	1

Fuente: elaboración propia a partir de ISSP 2013.

Opiniones sobre la UE en Francia

En cuanto a la percepción de la UE, la tabla 3 muestra que los franceses parecen estar bien informados sobre el bloque, casi el 80 por ciento señaló que ha oído o leído mucho o bastante sobre el bloque. Además, las cifras muestran que también consideraron que Francia se ha beneficiado de ser miembro, solo el 3,1 por ciento dijo que este país no se benefició en absoluto, aunque casi el 11 por ciento no respondió a esta pregunta.

En el caso de la soberanía, parece ser que las instituciones supranacionales de la UE han logrado abordar la puesta en común de la soberanía nacional. En el caso de los franceses, incluso cuando la mayoría de ellos no estaba de acuerdo con seguir las decisiones de la UE si Francia no estaba de acuerdo con ellas (casi el 40 por ciento está muy en desacuerdo o en desacuerdo con esta afirmación y solo el 28,6 por ciento está muy de acuerdo o de acuerdo con ella), la categoría «ni de acuerdo ni en desacuerdo» fue la opción preferida (concentró el 26 por ciento de las respuestas). Además, el 35,6 por ciento indicó que la UE debería tener tanto poder como los gobiernos nacionales y el 18,4 por ciento indicó que debería tener mucho más o más poder.

Tabla 3

¿Cómo es la conexión entre los franceses y la UE?

Dimensión 1: Información		Mucho	Un poco	No mucho	Nada	No puedo elegir	Total	
	¿Qué tanto ha escuchado o leído sobre la UE?	45.2%	34.3%	17.3%	1.2%	2.1%	100%	
Dimensión 2: Beneficios		Han habido beneficios grandes	Han habido beneficios medios	Se ha beneficiado algo	Se ha beneficiado muy poco	No se ha beneficiado	No se	Total
	En general, ¿usted diría que Francia se ha beneficiado o no por ser miembro de la UE?	13.9%	31.2%	31.7%	9.5%	3.1%	10.6%	100%
Dimensión 3: Soberanía		Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	No puedo elegir	Total
	¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con que Francia debería seguir las decisiones de la UE aun cuando no esté de acuerdo con ellas?	6.6%	22.0%	26.0%	25.3%	13.8%	6.3%	100%
	En general, ¿cree usted que la UE debería tener mucho más, más, igual, menos o mucho menos poder que los gobiernos de los miembros?	Mucho más	Más	Igual	Menos	Mucho menos	No puedo elegir	Total
		5.2%	13.2%	35.6%	23.4%	9.9%	12.7%	100%
Dimensión 4: Disposición a continuar siendo miembro		Votaría por seguir como miembro de la UE	Votaría por abandonar la UE	No puedo elegir	No responde	Total		
	Si hubiese un referéndum hoy para decidir si Francia sigue siendo miembro de la UE, votaría usted a favor o en contra?	61.0%	23.2%	14.4%	1.4%	100%		

Fuente: elaboración propia a partir de ISSP 2013.

En línea con los resultados previos que no mostraban evidencia clara de disconformidad con la UE, en caso de referéndum, el 61,0 por ciento de la ciudadanía indicó que votaría a favor de permanecer como miembro de la UE mientras que solo el 23,2 por ciento preferiría abandonar el bloque. La próxima ola de la encuesta ISSP que se llevará a cabo en 2023 brindará información crucial para profundizar en la comprensión de este proceso y evaluar si el Brexit podría haber impactado en estas opiniones como un antecedente clave.

Dados estos resultados, se calcularon las correlaciones entre este conjunto de variables. Nuevamente, todos resultaron significativos al 1 por ciento. La tabla 4 muestra la matriz de correlaciones y como era de esperar mostraron signo positivo, por lo que todas se mueven en la misma dirección. La asociación más fuerte se encuentra entre ambas cuestiones vinculadas a la soberanía (dimensión 3); es decir, si una persona está totalmente de acuerdo con seguir las decisiones de la UE, aunque Francia no esté de acuerdo con ellas, es más probable que esta persona considere que la UE debería tener mucho más poder que los gobiernos nacionales.

Vale la pena señalar que la tercera dimensión (percepción de los beneficios de ser miembro) muestra una alta correlación con todas las demás opiniones sobre la UE. Significa que, si una persona considera que el país se beneficia de ser miembro, es más probable que esté de acuerdo con seguir las decisiones de la UE o que vote por permanecer como miembro.

Tabla 4

Matriz de correlación entre las opiniones sobre la UE

	Dimensión 1: Información	Dimensión 2: Beneficios	Dimensión 3: Soberanía 1	Dimensión 3: Soberanía 2	Dimensión 4: Disposición a continuar siendo miembro
Dimensión 1: Información	1				
Dimensión 2: Beneficios	0.32	1			
Dimensión 3: Soberanía 1	0.15	0.39	1		
Dimensión 3: Soberanía 2	0.19	0.36	0.44	1	
Dimensión 4: Disposición a continuar siendo miembro	0.20	0.37	0.36	0.36	1

Fuente: elaboración propia a partir de ISSP 2013.

La relación entre nacionalismo y las opiniones sobre la UE en Francia

La pregunta que surge de los hallazgos anteriores es si existe una asociación significativa entre el nacionalismo y las opiniones sobre la UE. Para arrojar luz sobre este tema, se computó la correlación entre ellos que se presentan en la tabla 5.

Tabla 5

Matriz de correlación entre los indicadores de nacionalismo y las opiniones sobre la UE en Francia

	Dimensión 1: Información	Dimensión 2: Beneficios	Dimensión 3: Soberanía 1	Dimensión 3: Soberanía 2	Dimensión 4: Disposición a continuar siendo miembro
¿Qué tan cercano se siente a Francia?	0.03	0.01	-0.01	-0.01	0.02
¿Qué tan orgulloso está de ser francés?	-0.03	0.00	-0.01	-0.04**	-0.07***
¿Qué tan importante es tener la ciudadanía francesa?	0.03	-0.09***	-0.10***	-0.07***	-0.08***
¿Qué tan importante es sentirse francés?	0.02	-0.04*	-0.05**	-0.06***	-0.05**
Yo prefiero ser un ciudadano de Francia que de otro país en el mundo.	-0.04*	-0.11***	-0.06***	-0.06**	-0.10***
En general, Francia es mejor país que otros.	-0.04	-0.04*	-0.02	0.01	-0.07***

Nota: *** significativo al 1 %, ** significativo al 5% and * significativo al 10%.

Fuente: elaboración propia a partir de ISSP 2013.

En primer lugar, no hay evidencia de una asociación entre el patriotismo y las opiniones sobre la UE. Es decir, no existirían diferencias relevantes entre quienes se sienten cercanos a Francia y quienes no y viceversa.

En segundo lugar, el nacionalismo se correlaciona en forma significativa y negativa con el interés y las actitudes hacia la UE. Por ejemplo, los que están orgullosos de ser franceses tienden a preferir que los gobiernos nacionales tengan más poder que las instituciones de la UE y es más probable que voten a favor de salir del bloque. Además, cuanto más importante es tener la nacionalidad francesa o sentirse francés, menos probable es que la gente aprecie los beneficios de ser miembro, que la gente acepte las pérdidas de soberanía y que el pueblo francés opte por permanecer como miembro.

En tercer lugar, las correlaciones indican que lo mismo ocurre en el caso

del chovinismo. Aquellos que prefieren ser ciudadanos de Francia que de cualquier otro país, parecen ser más críticos con la UE. Además, si la persona considera que Francia es mejor que la mayoría de los demás países, la percepción de los beneficios de ser miembro tiende a ser menor y también es más probable que vote por salir de la UE.

Finalmente, vale la pena centrarse en las opiniones de los franceses en caso de referéndum. Por un lado, como se mencionó, la mayoría de los encuestados indicó que votaría por permanecer como miembro (61,0 por ciento). Por otro lado, cabe señalar que el nacionalismo y el chovinismo pueden jugar un papel relevante en la formación de opiniones personales mientras no existe una asociación significativa entre esta opinión y el patriotismo. En particular, la asociación negativa más fuerte se encuentra en el caso de aquellos que preferirían ser ciudadanos de Francia.

Conclusiones

En este estudio, se evalúa el nacionalismo, las actitudes hacia la UE y la relación entre ambos en el caso de Francia. La principal contribución se centra en proporcionar evidencia que no permite descartar la ocurrencia de un *Frexit*, incluso cuando, en 2013, la mayoría de las personas indicaron que votarían a favor de seguir siendo miembro de la UE.

Los resultados revelan que el nacionalismo juega un papel crucial dada la fuerte asociación negativa que existe entre este sentimiento y las actitudes hacia la UE y, especialmente, en el caso de un referéndum sobre la adhesión a la UE. De darse, no hay duda de que estos elementos estarían presentes en las campañas y determinarían las decisiones de los votantes. Cabe señalar que, en 2013, casi el 16 por ciento no puede elegir o no respondió la pregunta.

Finalmente, los resultados también arrojan más luz sobre el papel de los canales de comunicación. Aquellos que parecían estar bien informados mostraron actitudes más positivas hacia la UE. Por ejemplo, las instituciones de la UE podrían revisar sus estrategias y discusiones para tener un impacto más positivo en la ciudadanía, especialmente, en cuanto a los beneficios de ser miembro o los procesos de toma de decisiones. Los resultados de la nueva encuesta de Identidad Nacional que el ISSP realizará próximamente agregarán elementos de gran relevancia para este debate, más aún cuando han tenido lugar importantes acontecimientos que pueden modificar las opiniones en uno y otro sentido.

Referencias bibliográficas

- Baker, A.** (2005). «Who wants to globalize? Consumer tastes and labor markets in a theory of trade policy beliefs». *American Journal of Political Science*, 49(4): 924-938. <https://doi.org/10.2307/3647706>
- Calhoun, C.** (2017). Populism, nationalism and Brexit, en W. Outhwaite, ed., *Brexit: Sociological Responses* (pp. 57-76). Londres, Nueva York: Anthem Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt1kft8cd>
- Coenders, M.** y **P. Scheepers** (2003). «The effect of education on nationalism and ethnic exclusionism: An international comparison». *Political Psychology*, 24(2), 313-343. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00330>
- Feshbach, S.** (1994). «Nationalism, patriotism and aggression: A clarification of functional differences», en L. R. Huesmann, ed., *Aggressive behavior: Clinical perspectives* (pp. 275-292). Boston, MA: Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4757-9116-7_12
- Kim, H.** y **H. Kim** (2021). «Understanding economic and cultural underpinnings of anti-immigrant attitudes: Multilevel evidence from the Asian Barometer Survey Wave IV (2014–2016)». *International Journal of Public Opinion Research*, 33(2), 377-396. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edaa034>
- Kosterman, R.** y **S. Feshbach** (1989). «Toward a measure of patriotic and nationalistic attitudes». *Political Psychology*, 10, 257–274. <https://doi.org/10.2307/3791647>
- Mayda, A.** y **D. Rodrik** (2005). «Why are some people (and countries) more protectionist than others?». *European Economic Review*, 49(6), 1393-1430. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2004.01.002>
- Mansfield, E.** y **J. Pevehouse** (2022). «Nationalism, Populism, and Trade Agreements». *International Studies Review*, 24(2). <https://doi.org/10.1093/isr/viac016>
- Melgar, N., I. Bartesaghi** y **N. De María** (2021). «Personal drivers behind the Brexit vote». *Cuadernos de Economía*, 44, 38-46. <https://doi.org/10.32826/cude.v44i125.1005>
- O'Rourke, K.** y **R. Sinnott** (2006). «The determinants of individual attitudes towards immigration». *European Journal of Political Economy*, 22(4), 838-861. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2005.10.005>
- Rodrik, D.** (1997). *Has globalization gone too far?* Washington DC: Institute for International Economics.
- Sabet, S.** (2014). Prejudice and Protectionism. Essays at the Intersection of International Political Economy and Psychology. Disertación doctoral, Universidad de Harvard. <https://dash.harvard.edu/handle/1/12274615>
- Scheve, K.** y **M. Slaughter** (2001). «What determines individual trade-policy preferences?» *Journal of International Economics*, 54(2), 267-292. [https://doi.org/10.1016/S0022-1996\(00\)00094-5](https://doi.org/10.1016/S0022-1996(00)00094-5)
- Scuire, L.** (2017). «Brexit Beyond Borders: Beginning of the EU collapse and return to nationalism». *Journal of International Affairs*, 70(2), 109-123. <https://www.jstor.org/stable/90012623>
- Sidanius, J., S. Feshbach, S. Levin** y **F. Pratto** (1997). «The interface between ethnic and national attachment». *Public Opinion Quarterly*, 61, 102-133. <https://doi.org/10.1086/297789>
- Smith, T.** y **S. Kim** (2006). «National pride in comparative perspective». *International Journal of Public Opinion Research*, 18, 127-136. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edk007>
- Smith, T.** y **L. Jarkko** (1998). «National pride: A cross-national analysis». *GSS Crossnational Report n° 19*. Chicago: NORC. <https://gss.norc.org/Documents/reports/cross-national-reports/CNR19%20National%20Pride%20-%20A%20cross-national%20analysis.pdf>
- Warf, B.** (2012). «Nationalism, cosmopolitanism and geographical imaginations». *Geographical Review*, 102(3), 271-292. <https://doi.org/10.1111/j.1931-0846.2012.00152.x>