

Os determinantes do nacionalismo na América Latina: um estudo para Argentina, Brasil, Chile e México

Mestrado Profissionalizante em Economia

Aluna: Silvia Antunes

Orientadora: Regina Carla Madalozzo

Silvia Antunes

**Os determinantes do nacionalismo na América Latina:
um estudo para Argentina, Brasil, Chile e México**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Economia da Faculdade Insper, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Economia.

Área de concentração: Finanças e Macroeconomia Aplicadas

Orientador: Prof. Dra. Regina Carla Madalozzo – Insper

São Paulo

2011

FOLHA DE APROVAÇÃO

Silvia Antunes

Os determinantes do nacionalismo na América Latina: um estudo para
Argentina, Brasil, Chile e México

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado
Profissional em Economia da Faculdade Insper, como
requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em
Economia.

Áreas de concentração: Finanças e Macroeconomia
Aplicadas

Aprovado em:

Banca Examinadora

Profª. Dra. Regina Carla Madalozzo

Orientadora

Instituição: Insper

Assinatura: _____

Profº. Dr. Marcelo Moura

Instituição: Insper

Assinatura: _____

Profª. Dra. Merike Blofield

Instituição: University of Miami

Assinatura: _____

Agradecimentos

Em primeiro lugar, agradeço à professora Regina Carla Madalozzo pela orientação e apoio durante todo o processo de elaboração desta dissertação. Nada teria sido possível sem seu rigor acadêmico sempre aliado a uma extrema organização, dedicação e tranquilidade.

Agradeço aos meus colegas de mestrado, Marina Maciel, Heitor Gastaldi e Alexandre Couto pela companhia nestes dois anos de muito estudo. Também agradeço aos meus queridos amigos, Ana Carolina Alves, Marcel Manssur, Talita Miranda, Mariana Jansen, Rafael Cagnin, Kelly Sacramento e Kimie Ugino pela compreensão e paciência e por terem me incentivado sempre.

Por fim agradeço aos meus pais, Alécia Maria Antunes e Rômulo José Antunes, cujos ensinamentos me permitiram chegar onde estou hoje e sempre me servirão de guia seja na minha vida pessoal, acadêmica ou profissional.

Aos meus pais

Resumo

Através da aplicação de um modelo probit ordenado, este trabalho busca identificar os principais determinantes do nacionalismo em 4 países da América Latina: Argentina, Brasil, Chile e México e comparar seus resultados com trabalhos de autores como Clarke (2001), Jung (2008) e Robinson et. al (2011) que discorrem sobre o mesmo tema para outros países. A conclusão de Jung (2008) de que pessoas mais velhas são mais nacionalistas quando comparadas a pessoas mais jovens é corroborada pelo modelo. Já as conclusões de Clarke (2001) e Robinson et. al (2011) que discutem a relação do nacionalismo com, respectivamente, atitude em relação à imigração e confiança interpessoal não foram corroboradas pelo modelo para os países latino-americanos deste estudo. Outras variáveis que se mostraram significativas para explicar nacionalismo foram educação formal, renda familiar, disponibilidade em lutar pelo país e posicionamento político. O trabalho mostra também que pessoas pertencentes a classes sociais mais baixas e com menor nível de educação formal declaram se sentir mais orgulhosas de seus países quando comparadas às outras.

Índice

1. Introdução	6
2. Revisão da Literatura	7
3. Metodologia	15
4. Resultados Empíricos	17
5. Conclusão	41
6. Referências	42
7. Apêndice	43

1. Introdução

O tema do nacionalismo tem sido apontado por diversos autores (Clarke 2001, Jung 2008, Robinson et. al 2011) como variável de análise importante para temas da atualidade como integração e crescimento econômicos e atitudes em relação à imigração. A diminuição do sentimento nacionalista de pertencer a um país em específico pode significar que o processo de integração econômica (globalização) está mudando a maneira como as pessoas se reconhecem perante o mundo. O reconhecimento de pertencer a uma região ou ao mundo como um todo poderia ser uma conseqüência dos processos de maior integração que está sendo verificado em diversos países (Jung 2008). Além disso, este sentimento de pertencer a algo maior pode significar um maior grau de confiança gerando um maior crescimento econômico devido aos menores custos de transação envolvidos quando há maior confiança entre as pessoas (Robinson et. al 2011). Outro ponto importante é a influência do sentimento nacionalista sobre a atitude das pessoas em relação à imigração. Pessoas que declaram um sentimento de orgulho de pertencer a um país que considera superior a outros possuem um maior grau de intolerância em relação a imigrantes (Clarke 2001).

O tema nacionalismo, portanto, é importante para o entendimento de variáveis sociais e econômicas relevantes. O objetivo deste trabalho é entender o que explica o nacionalismo e qual a evolução no tempo deste sentimento nos seguintes países latino-americanos: Argentina, Brasil, Chile e México. Para esta análise serão adotados os dados de quatro ondas da *World Values Survey* (WVS), associação sem fins lucrativos sediada na Suécia cujo objetivo é auxiliar cientistas sociais e políticos no entendimento sobre as mudanças de valores e crenças que estão ocorrendo no mundo. Para a análise de regressões será adotado um modelo probit ordenado dado que todas as variáveis envolvidas no estudo são qualitativas com base nos questionários da WVS.

O presente estudo está organizado em 3 seções. A primeira é dedicada à revisão da literatura sobre o tema nacionalismo que resume as principais discussões teóricas e resultados empíricos já desenvolvidos. A segunda seção apresenta os resultados empíricos obtidos para os países latino-americanos escolhidos para o trabalho e analisa as seguintes variáveis: evolução do sentimento nacionalista nos países, relação do nacionalismo com idade, classe social e anos de estudo, atitude em relação à imigração, disposição para lutar pelo seu país, confiança interpessoal e sentimento de pertencer a

que grupo geográfico. Nesta seção são também apresentados os resultados do modelo econométrico para entendimento de quais variáveis podem explicar nacionalismo nos países latino-americanos escolhidos. A terceira seção, finalmente, conclui o estudo com a apresentação dos principais resultados e sugestões para trabalhos futuros.

2. Revisão da Literatura

Vários trabalhos recentes (Clarke 2001, Jung 2008 e Robinson 2011) têm se dedicado à análise da relação entre nacionalismo e variáveis sócio-econômicas relevantes. Estas variáveis incluem o processo de globalização e a maior integração econômica entre os países, crescimento econômico e atitudes em relação à imigração.

Jung (2008) estuda a relação entre nacionalismo e o processo de globalização e como este processo tem ou não estimulado a formação de sentimentos individuais cada vez mais supranacionalistas, ou seja, sentimentos em relação a pertencer a uma sociedade global mais do que a um país ou região específicos. Autores como Boli & Thomas (1999), Dower (2003) e Rosenau (2004) argumentam que uma maior integração econômica entre os países, um aspecto importante da globalização, aumenta o sentimento supranacional dos cidadãos no sentido de que eles não sentem mais parte de um país em específico, mas de algo maior que engloba vários outros países, culturas e povos. Em contrapartida, outros autores como Anderson (1983) e Deflem & Pampel (1996) argumentam que processos como o de integração econômica, ao envolver um maior contato entre diferentes povos e culturas (ex. processo de imigração) intensifica o sentimento nacionalista, uma volta ao passado de um país sem muitas influências externas. No entanto, evidências empíricas não revelam qual processo, a diminuição ou a intensificação do sentimento nacionalista, tem se manifestado com mais força entre os países. Neste sentido, Jung (2008) busca responder qual destes argumentos parece estar sendo corroborado por evidências empíricas.

O autor se utiliza de 4 ondas da *World Values Survey* (1981 a 2001) para conduzir seu trabalho empírico. A *World Values Survey* (WVS) é organizada por uma associação sem fins lucrativos sediada na Suécia cujo objetivo é auxiliar cientistas sociais e políticos no entendimento sobre as mudanças de valores e crenças que estão ocorrendo

no mundo. A pesquisa é aplicada em cerca de 50 países¹ e é conduzida por um membro da *WVS association* oriundo do país onde estão sendo aplicados os questionários. Os questionários abordam questões que envolvem relações com variáveis sociais e demográficas como gênero, trabalho, regime político, participação política, governança, capital social, tolerância, meio-ambiente e bem-estar declarado das pessoas.

Jung (2008) se utilizou da seguinte pergunta do questionário da WVS como *proxy* do sentimento nacionalista de uma pessoa: “De qual grupo geográfico você diria que pertenceria em primeiro lugar? Localidade ou cidade onde mora, estado ou região do país onde mora, o país como um todo ou o mundo como um todo?” (Jung, 2008, página 585). A variável dependente é construída com três respostas à pergunta principal de sentimento de a qual território o indivíduo pertence: “*strong supranational*” (o mundo como um todo), “*weak supranational*” (país como um todo) e “*national/sub-national*” (localidade ou cidade onde mora e estado ou região do país onde mora) ordenado através do método logit.

Uma análise multivariada é conduzida considerando três ondas da WVS para 17 países entre europeus e não-europeus para testar qual fator social teria poder explicativo sobre o sentimento nacionalista. O autor foca no fator social “idade” dado o argumento inicial de que pessoas mais jovens tenderiam a ter sentimentos mais supranacionalistas do que pessoas mais velhas. Ao ter confirmado que o fator idade tem poder explicativo sobre o sentimento nacionalista das pessoas, o trabalho procura entender se este fator seria explicado por uma questão de geração ou de ciclo de vida. A explicação pela geração significa que as pessoas mais jovens, por estarem vivenciando mais fortemente o processo de integração ocasionado pela globalização (maior conhecimento de línguas estrangeiras, mais acesso à informação, e maior número de viagens para o exterior), estão com sentimentos mais supranacionalistas que pessoas mais velhas que não viveram este momento quando jovens. Já a explicação pelo ciclo de vida explica o fator idade como algo passageiro no sentido de que as pessoas mais jovens, ao envelhecerem, vão perdendo este sentimento característico da juventude de pertencer a algo maior, mais supranacionalista e menos enraizado a seu país de origem.

¹ Última onda (2005-2008) publicada pela associação com 77 mil questionários respondidos. Estes 50 países abrangem 7 bilhões de pessoas ou 90% da população mundial.

O autor aprofunda esta análise e procura entender, independentemente de uma questão de geração ou de ciclo de vida, se o processo de globalização intensifica o poder explicativo do fator idade sobre o sentimento nacionalista de uma pessoa. Para desenvolver esta análise e contemplar uma variedade maior de países foi utilizada a onda de 2001 da WVS para 43 países. Como medida do processo de globalização foi utilizado o *A.T.Kearney/Foreign Policy Globalization Index* (KFPGI). Este índice anual inclui 60 países e é derivado das quatro dimensões da globalização: integração econômica, contato pessoal, conectividade tecnológica e engajamento político. Dado o grande número de componentes em cada uma destas dimensões, foram escolhidos 6 componentes em um total de 14. Estes componentes foram considerados mais relevantes para a análise entre globalização e atitudes pessoais em relação a sentimentos supranacionais.

Outra hipótese testada no trabalho é se na Europa, dado que o processo de integração foi mais intenso neste continente por conta da formação da União Européia, existe um sentimento supranacionalista maior pela juventude quando comparado à de outros países e se este processo de integração na Europa é sentido pelos jovens como algo complementar ao processo de globalização. Para testar todas estas hipóteses propostas no trabalho, é utilizado um modelo em que o sentimento nacionalista é a variável dependente tendo como variáveis independentes idade e interações de globalização com idade e união européia.

O trabalho conclui que, quando as respostas à pergunta *proxy* da WVS sobre sentimento nacionalista são particionadas por idade, existe um sentimento supranacionalista maior nas camadas mais jovens dos entrevistados. Outro resultado interessante é que na análise entre as ondas da pesquisa, o *gap* entre o sentimento nacionalista e o supranacionalista continua o mesmo indicando que não existe um fator de gerações impactando os resultados da pesquisa. Desta forma, os dados empíricos reforçam o fator ciclo de vida para explicar a relação entre idade e sentimento nacionalista, ou seja, não há evidências que comprovem que as pessoas das novas gerações estão ficando mais supranacionalistas por conta de mudanças sociais e econômicas que estão acontecendo no mundo.

Uma conclusão importante do trabalho é a de que o processo de globalização tem pouca influência sobre o sentimento nacionalista das pessoas. O autor chega à conclusão

que as mudanças em relação a este sentimento nacionalista se devem mais a um fator idade, ao estágio de vida da pessoa, do que a uma evolução em direção a um sentimento menos nacionalista e mais globalizado. Dada esta conclusão, o autor destaca a importância e o desafio de manter este sentimento supranacionalista nos jovens como parte importante do desenvolvimento de entidades de caráter global. No entanto, observou-se que a participação de um país na União Européia aumenta o efeito idade no sentimento de identidade supranacionalista quando comparado a países de outros continentes. Isto significa que globalização e europeização não são complementares para o crescimento de identidades supranacionais. Desta forma, a juventude européia percebe a globalização de uma forma diferente da maneira como enxerga a integração regional (EU), ou seja, esta juventude se sente pertencente mais a um continente integrado do que ao mundo como um todo.

A importância da identidade nacional como algo relevante para explicar variáveis sociais e econômicas também é apontada por diversos outros autores (Easterly and Levine 1997, Zak e Knack 2001 e Robinson et. al 2011) que estudam a relação entre identidade nacional² e crescimento econômico. Estes autores se utilizam da variável identidade nacional para explicar o sentimento de confiança interpessoal que é um micro-fundamento do crescimento econômico. Easterly and Levine (1997) identificaram uma relação negativa robusta entre diversidade étnica e crescimento econômico em vários países do mundo. O mecanismo sugerido para explicar esta relação envolve o argumento da confiança interpessoal. Zak e Knack (2001), da mesma forma, afirmam que baixos níveis de confiança prejudicam o crescimento econômico e que estes baixos níveis de confiança são encontrados em sociedades com grande diversidade étnica. Segundo estes autores, isto acontece porque os indivíduos tendem a confiar mais em pessoas com quem compartilham da mesma etnia, comunidade ou família do que em pessoas de grupos diferentes. Em sociedades mais homogêneas em termos de etnia, existe um grau de confiança maior porque todo mundo é etnicamente similar. O argumento, portanto, implica em duas relações: relação entre confiança e crescimento econômico e relação entre diversidade étnica e confiança. O mecanismo geralmente utilizado para explicar esta relação fortemente positiva entre confiança e crescimento econômico é que em economias onde o nível de confiança é maior

² Robinson (2011) define como identidade nacional o sentimento do indivíduo de se sentir cidadão de um território definido como nação.

incorrem em menores custos de transação. Em países onde a confiança é menor, os agentes econômicos devem investir em informações e contratos adicionais, desviando recursos da produção e, portanto, prejudicando o crescimento econômico. Zak e Knack (2001) argumentam que quando a confiança é suficientemente pequena, existe muito pouco investimento para fazer uma economia crescer. A relação da variável confiança interpessoal com crescimento econômico faz importante o estudo de quais são os determinantes desta confiança.

Em trabalho recente, Robinson et al (2011) procuram corroborar que existe uma relação negativa entre diversidade étnica e confiança interpessoal. Os dados para analisar esta relação são extraídos da base da Afrobarometer³ para 16 países na África. É utilizada também uma segunda fonte de dados que se refere a uma base coletada pelos próprios autores em uma região de fronteira entre Malawi e Zambia que se caracteriza pela existência de dois grandes grupos étnicos. Através desta segunda base de dados, os autores procuram medir as identidades nacional e étnica separadamente. Na primeira amostra de dados é feita uma pergunta do questionário Afrobarometer 2008 para medir o sentimento de identidade do indivíduo⁴. Os autores reorganizaram as respostas⁵ em um indicador binário (0 para uma resposta e 1 para outra) contrapondo grupo nacional e grupo étnico. Para medir confiança em geral a seguinte pergunta é utilizada: “*Generally speaking, would you say that most people can be trusted or that you must be very careful in dealing with people?*” (Robinson et al, 2011, página 10)⁶. Da mesma forma, perguntas semelhantes foram feitas para medir a confiança deste mesmo indivíduo em relação a pessoas do mesmo grupo étnico e pessoas de grupos étnicos diferentes. A partir das respostas às perguntas sobre confiança em relação a pessoas do mesmo grupo étnico e de grupos diferentes, os autores montaram um indicador que mede a diferença entre confiança entre pessoas do mesmo grupo étnico e confiança entre pessoas de diferente grupo étnico que eles chamaram de prêmio de confiança co-étnico. Para completar o modelo de teste, os autores incluíram variáveis de controle como gênero, nível de educação, emprego, residência urbana ou rural.

³ A Afrobarometer é um projeto de pesquisa independente e apartidária que mensura a atmosfera política, social e econômica em cerca de 20 países na África.

⁴ A pergunta extraída do questionário Afrobarometer 2008 é a seguinte: “Suponha que você tenha que escolher entre ser (grupo cuja identidade é nacional) ou ser (grupo cuja identidade é étnica ou local). A qual destes dois grupos você se sente mais ligado?” (Robinson ET al. 2011, página 9).

⁵ Foram utilizados entre 1.200 e 2.400 entrevistados em 16 países.

⁶ No questionário brasileiro da última onda a mesma pergunta é feita da seguinte forma: “De modo geral, o(a) Sr(a) diria que pode confiar na maioria das pessoas ou precisa ser muito cuidadoso com elas?”.

Os resultados obtidos pelos autores mostram que a confiança em relação a membros de um mesmo grupo étnico é significativamente maior que em relação a membros de outros grupos. Desta forma, há evidência da existência de um prêmio de confiança co-étnico. Outro resultado importante é que este prêmio de confiança co-étnico é tão menor quanto maior for o sentimento de identidade nacional. Para chegar a esta conclusão, foi utilizada uma regressão OLS padrão com a inclusão de todas as variáveis de controle citadas acima. Foi encontrado também, de forma significativa, que quanto maior o sentimento de identidade nacional, maior a confiança que o indivíduo tem em relação a outras pessoas. Estes resultados estão de acordo com a hipótese inicial de que o desenvolvimento de uma identidade nacional está positivamente relacionado a um crescimento da confiança entre as pessoas.

Para medir identificação nacional apartado de identificação étnica e variando co-nacionalidade e co-eticidade independentemente, os autores coletaram dados de uma região de fronteira entre Malawi e Zambia caracterizada pela existência de grupos étnicos diferentes. O fato desta região estar entre dois países com dois grupos étnicos diferentes permitiu aos autores avaliarem tanto a existência de um prêmio de confiança co-nacional quanto um prêmio de confiança co-étnico. Os autores adotam um modelo baseado em uma regressão padrão OLS para estimar a confiança entre os seguintes grupos de indivíduos: mesma nacionalidade e mesma etnicidade; mesma nacionalidade e diferente etnicidade; diferente nacionalidade e mesma etnicidade e diferente nacionalidade e diferente etnicidade. O modelo estimado mostra que quanto maior o sentimento de identificação nacional, maior a confiança que um indivíduo demonstra por outro indivíduo da mesma nacionalidade. Sob baixos níveis de identificação nacional, indivíduos confiam em membros da mesma nação e membros de nações diferentes de maneira igual. Sob o mais elevado grau de identificação nacional, indivíduos confiam mais em membros da mesma nação e etnia diferente do que em membros de uma nação diferente e mesma etnia. Desta forma, é ressaltada a importância de se construir uma identidade que aumente a confiança interpessoal e conseqüentemente leve a um maior crescimento econômico.

Outra relação importante entre nacionalismo e uma variável social é estudada por Clarke (2001) que relaciona identidade nacional com a atitude dos indivíduos em relação à imigração. A hipótese inicial elaborada pelo autor é a de que quanto maior o sentimento individual de identidade nacional mais negativa é a atitude em relação a

imigrantes no sentido de maior tendência a apoiar políticas restritivas em relação à imigração por exemplo. Para testar esta hipótese, o autor adota uma definição multidimensional de identidade nacional que influencia nos resultados quanto à atitude de indivíduos em relação à imigração.

Neste trabalho é utilizada a pesquisa *International Social Survey Programme* (ISSP)⁷ 1995 nos seguintes países: Canadá, Alemanha (separando entre oriental e ocidental), Reino Unido e Estados Unidos. Em relação às opiniões a respeito de imigrantes, a pesquisa fornece as seguintes afirmações com as quais o indivíduo deverá dizer se concorda ou não: “A. Imigrantes aumentam a taxa de crimes; B. Imigrantes são geralmente um benefício para a economia do país; C. Imigrantes pegam o trabalho que seria oferecido para pessoas nascidas no país e D. Imigrantes fazem com que o país seja aberto a novas idéias e culturas” (ISSP 1995). A metodologia do modelo foi utilizar as palavras *concorda* e *discorda* para estabelecer os países onde a tolerância à imigração é maior (respostas *concorda* para as questões B e D). O Canadá se mostrou o país com maior tolerância enquanto a Alemanha ocidental a que apresentou a menor tolerância dado os critérios estabelecidos acima. Para prosseguir com o estudo da relação entre identidade nacional e atitudes em relação à imigração, foram definidos três conceitos para identidade nacional. O estudo desta relação foi feito somente com o Canadá. O primeiro conceito é estabelecer o que é importante para um indivíduo se considerar como cidadão canadense. O segundo contém afirmações para medir o orgulho em ser canadense assim como medir o sentimento de superioridade em relação a outras nacionalidades ou grupos. O terceiro contém afirmações para medir o orgulho em relação à política canadense, seu desempenho econômico, suas políticas sociais, sua história e suas realizações culturais e científicas. Dados os diferentes conceitos, o resultado destes com as atitudes dos indivíduos em relação à imigração variam. Por exemplo, quando identidade nacional é relacionada com o segundo conceito, existe uma relação negativa com as atitudes a respeito da imigração (indivíduos mais intolerantes) enquanto quando relacionada com o terceiro conceito, existe uma relação positiva (indivíduos mais tolerantes). O terceiro conceito está relacionado ao orgulho em relação à política e economia canadense que cada vez mais tem incentivado o sentimento multicultural de ser canadense.

⁷ Associação de pesquisa conduzida por duas instituições (uma alemã e outra americana) que cobrem diversas questões em ciências sociais.

Foram utilizadas também as seguintes variáveis de controle: idade, educação, gênero, renda, região onde reside e classe social. Foi identificado no estudo que indivíduos pertencentes a classes sociais e faixas de renda mais baixas são mais intolerantes em relação à imigração. O fato de grande parte dos imigrantes trabalhar em vagas que normalmente são demandadas por classes mais baixas pode explicar este maior grau de intolerância. As outras variáveis de controle também foram apontadas no estudo como tendo uma relação significativa com a atitude dos indivíduos em relação à imigração.

Este trabalho tem o objetivo de estender esta análise sobre nacionalismo para os países da América Latina, Argentina, Brasil, Chile e México, e entender quais são suas variáveis econômicas e sociais determinantes. Neste caso, nacionalismo será trabalhado como variável dependente apesar de haver na literatura inúmeros trabalhos em que nacionalismo é variável independente para explicar outras variáveis como imigração (Clarke, 2001) ou sentimento de confiança interpessoal (Robinson et al, 2011) por exemplos. Neste trabalho, imigração e sentimento de confiança interpessoal serão trabalhados como variáveis independentes para explicar a variável dependente nacionalismo⁸.

O conceito de nacionalismo com base no questionário da WVS pode ser entendido em 3 dimensões: declaração de orgulho nacional, disponibilidade em lutar pelo país e sentimento do indivíduo em pertencer a um país em específico ou ao mundo como um todo. A primeira dimensão é a declaração direta do indivíduo em relação ao orgulho que sente de seu país: muito orgulhoso, orgulhoso, não muito orgulhoso e não orgulhoso. A disponibilidade em lutar pelo país, por sua vez, é a disposição do indivíduo em lutar pelo seu país em caso de uma guerra. Por fim, a dimensão do sentimento do indivíduo em pertencer a um país em específico ou ao mundo como um todo mede orgulho nacional na medida em que um indivíduo mais orgulhoso de seu país tenderia a declarar um sentimento de pertencer a um país em específico enquanto um indivíduo menos orgulhoso se sentiria menos pertencente a um país específico e mais ao mundo como um todo ou a uma região ou localidade. Neste trabalho, foi escolhida como variável dependente, ou seja, como medidor de orgulho nacional, a primeira dimensão que é a

⁸ O sentimento de orgulho nacional ou nacionalismo pode ser variável dependente ou independente e, portanto, a relação de causalidade é ambígua. O estudo desta ambigüidade pode ser objeto importante para trabalhos futuros.

declaração direta do indivíduo, no questionário da WVS, sobre seu sentimento de orgulho em relação ao seu país. Para entender a declaração de orgulho nacional foram escolhidas variáveis sociais e econômicas que poderiam ter poder explicativo sobre orgulho nacional. Seria esperado que o cenário social e econômico de um país impactasse diretamente na declaração de orgulho de um indivíduo em relação ao seu país. Um indivíduo que vive em um país com altas taxas de desemprego, sistema educacional precário e baixo crescimento econômico tenderia a declarar um orgulho nacional menor quando comparado a um cidadão de um país em melhores condições sociais e econômicas. Da mesma forma, este cenário poderia impactar também as declarações de disponibilidade em lutar pelo país e de pertencimento a um país em específico ou ao mundo como um todo que também podem ser entendidas como declarações de orgulho nacional.

A importância do estudo da variável nacionalismo na América Latina se deve à relação que esta variável pode ter com variáveis econômicas e sociais relevantes como crescimento econômico e desemprego. Robinson et al. (2011), por exemplo, concluíram que a constituição de uma identidade nacional forte é importante no aumento do sentimento de confiança interpessoal e, conseqüentemente, no aumento do crescimento econômico de um país. O entendimento de como é a relação entre nacionalismo e variáveis econômicas e sociais, portanto, é importante na escolha e execução de políticas governamentais para promoção de maior crescimento econômico e social de um país.

A próxima seção apresenta a metodologia de trabalho para esta análise cujos resultados serão discutidos posteriormente na seção de resultados empíricos.

3. Metodologia

A variável-chave de análise deste trabalho é o sentimento nacionalista de uma pessoa, ou seja, uma variável que se caracteriza por um aspecto qualitativo que pode variar de “muito orgulhoso” de seu país a “não sou orgulhoso” com base na pergunta do questionário da *World Values Survey* sobre em que medida o entrevistado se sente orgulhoso de ser cidadão de seu país. Além desta variável-chave, outros aspectos

qualitativos sobre nacionalismo também serão analisados como por exemplos, atitudes em relação à imigração e a se sentir pertencente a uma região, país ou comunidade.

Dado que as variáveis de estudo deste trabalho não são quantitativas e contínuas faz-se necessária a adoção de um modelo alternativo aos modelos de probabilidade linear (MPL). Os modelos indicados para trabalhar com variáveis qualitativas e não contínuas são o logit e o probit. Estes modelos são bastante similares e se diferenciam basicamente pelas distribuições nas caudas e nos erros-padrão. O probit se caracteriza por ter caudas menos pesadas e distribuição normal dos erros-padrão quando comparado ao modelo logit⁹. A distribuição do modelo probit é normal com média zero e variância igual a 1 (Wooldridge, 2007).

Como forma de corroborar que estes dois modelos são bastante similares e podem ser utilizados indiferentemente sem prejuízo nas análises, os dados serão rodados para os dois modelos. Na seção de dados, no entanto, serão apresentados os resultados obtidos somente através do modelo probit.

A resposta do modelo probit pode ser colocada da seguinte forma:

$$P(y = 1|x) = G(\beta_0 + \beta_1x_1 + \dots + \beta_kx_k) = G(\beta_0 + x\beta)$$

Em que G é uma função que assume valores estritamente entre zero e um. Isso garante que as probabilidades estimadas de resposta estejam também estritamente entre zero e um. No modelo probit, G é uma função de distribuição cumulativa normal padrão que é expressa como uma integral que pode ser descrita da seguinte forma:

$$G(z) = \Phi(z) = \int_{-\infty}^z \phi(v)dv$$

Em que $\phi(z)$ é a densidade normal padrão:

$$\phi(z) = (2\pi)^{-\frac{1}{2}} \exp\left(-\frac{z^2}{2}\right)$$

Na próxima seção será desenvolvida uma análise de regressões utilizando o modelo probit para entender quais são as variáveis explicativas relevantes do sentimento

⁹ O modelo logit possui caudas mais pesadas e distribuição logística nos erros-padrão.

nacionalista nos países latino-americanos escolhidos para este estudo. Além disso, será feita uma análise estatística descritiva das principais variáveis relacionadas ao tema nacionalismo.

4. Resultados Empíricos

Para o estudo do nacionalismo nos países Argentina, Brasil, Chile e México foram selecionadas as seguintes variáveis:

1. Orgulho Nacional que é a medida em que determinado cidadão sente orgulho de seu país. Esta medida está dividida entre muito orgulhoso, orgulhoso, não muito orgulhoso e não sou orgulhoso.

2. Orgulho Nacional por faixa etária que divide a população da amostra em três faixas: de 15 a 29 anos; de 30 a 49 anos e mais de 50 anos.

3. Orgulho Nacional por renda que divide a população da amostra em diferentes classes sociais que vão de baixa até alta passando por média baixa, trabalhadora, média média (apenas no caso do México) e média alta. Esta classificação é específica do questionário da WVS.

4. Orgulho Nacional por anos de estudo que divide a população da amostra em quatro níveis de educação formal: elementar não concluída, elementar, secundária e superior.

5. Atitude em relação à imigração que é medida através da menção dos entrevistados em relação ao tipo de vizinho que não gostaria de ter que neste caso são imigrantes / trabalhadores estrangeiros.

6. Orgulho Nacional medido como disposição para lutar pelo seu país em caso de uma guerra ou conflito.

7. Confiança interpessoal que é o sentimento de confiança que uma pessoa tem em relação ao outro. Esta medida está dividida entre as seguintes respostas: “maioria das pessoas são de confiança” e “preciso ser muito cuidadoso”.

8. Sentimento de pertencer a que grupo geográfico em primeiro lugar dividido entre localidade, região, país, continente e o mundo como um todo.

9. Ser cidadão do mundo que é medido pela concordância do entrevistado em relação à afirmação de “eu me sinto como um cidadão do mundo”. Esta concordância é apresentada na seguinte escala: concorda fortemente, concorda, discorda e discorda fortemente.

O objetivo é observar qual a proporção da medida de orgulho nacional (muito orgulhoso, orgulhoso, não muito orgulhoso e não sou orgulhoso) para cada faixa etária, renda e classificação de estudo especificadas acima e, desta forma, estabelecer o perfil demográfico e social das pessoas mais orgulhosas de seus respectivos países.

A análise da variável de atitude em relação à imigração é entender sua correlação com o sentimento de orgulho nacional, se direta ou indireta. O trabalho de Clarke (2001) mostra que um maior sentimento nacionalista entendido como orgulho em relação ao país e, conseqüentemente, às suas políticas e à imagem que possui para o mundo, significa também uma maior tolerância em relação à imigração. O objetivo da análise desta variável é verificar se esta proposta também pode ser verificada para os países latino-americanos em questão neste trabalho.

O objetivo de analisar a variável de disposição para lutar pelo país é verificar se também pode ser utilizada como *proxy* do orgulho nacional e se sua tendência acompanha o que é verificado no caso de orgulho nacional como medida do sentimento de orgulho do entrevistado em relação ao seu país.

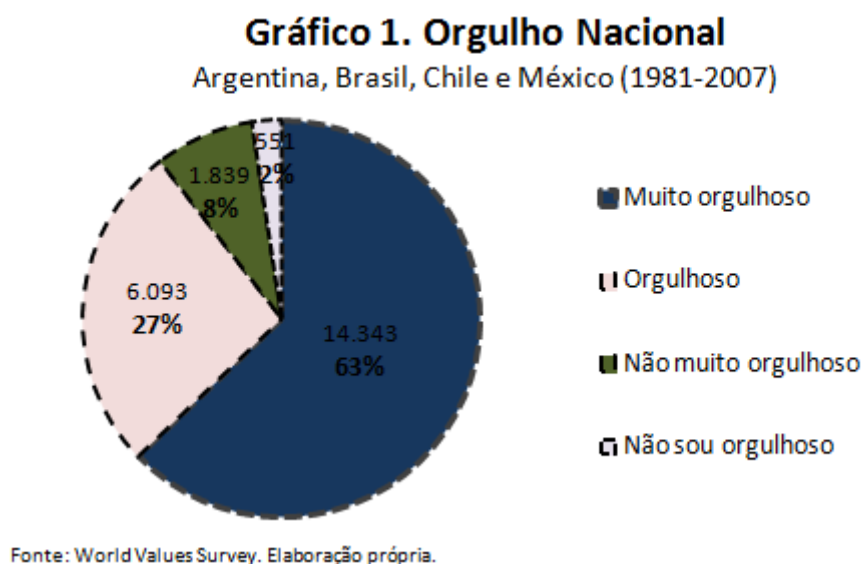
A análise de confiança interpessoal tem por objetivo entender se a proposta do trabalho de Robinson et al. (2011) também são verificadas para os países da América Latina, ou seja, se um maior sentimento nacionalista leva a um maior sentimento de confiança entre as pessoas. A importância desta relação é o efeito direto que a confiança interpessoal tem sobre o crescimento econômico de um país.

Por fim, a análise do sentimento de pertencer a que grupo geográfico tem por objetivo verificar para a América Latina a proposta do trabalho de Jung (2008) de que pessoas mais jovens são menos nacionalistas no sentido de se considerarem mais como cidadãos do mundo quando comparados a pessoas de gerações anteriores.

1. Orgulho Nacional

Esta variável é medida através da seguinte pergunta do questionário da WVS: “Em que medida o(a) Sr(a) é orgulhoso de ser cidadão de seu país?”.

Os dados apresentados no Gráfico 1 consideram todos os quatro países¹⁰ latino-americanos selecionados para este trabalho nas últimas 5 ondas da pesquisa *World Values Survey* (WVS).



O Gráfico 1 nos mostra que 90% das pessoas entrevistadas nos quatro países latino-americanos em questão se sentem muito orgulhosas (63%) ou orgulhosas (27%) de seus respectivos países com apenas 10% dos entrevistados afirmando não sentir muito orgulho (8%) ou nenhum orgulho de seu país (2%).

1. Orgulho Nacional (por país)

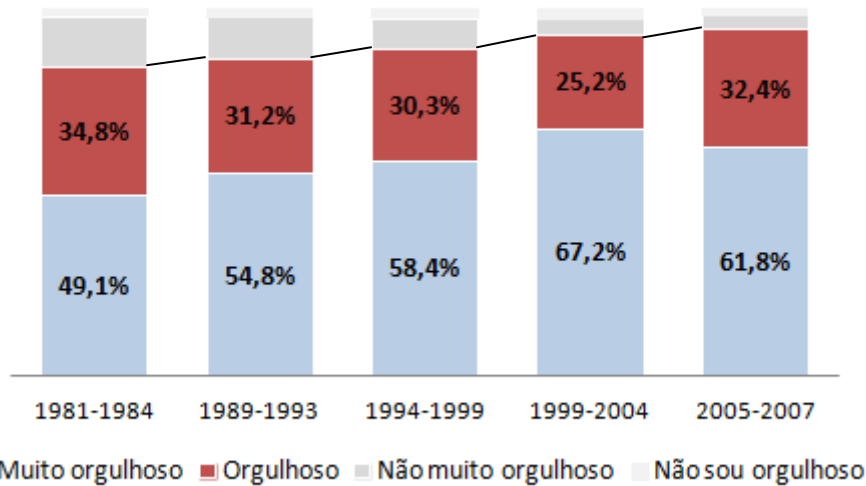
Os Gráficos 2, 3, 4 e 5 apresentam a evolução do orgulho nacional ao decorrer dos anos (ou das ondas da WVS) para cada um dos quatro países da América Latina

¹⁰ Argentina, Brasil, Chile e México. Lembrando que para a Argentina estão disponíveis dados das últimas cinco ondas (1981-1984, 1989-1993, 1994-1999, 1999-2004 e 2005-2007). Para o Brasil os dados são de 1989-1993, 1994-1999 e 2005-2007, para o Chile são de 1989-1993, 1994-1999, 1999-2004 e 2005-2007 e para o México são de 1981-1984, 1989-1993, 1994-1999, 1999-2004 e 2005-2007.

escolhidos. A variável de orgulho nacional também é medida, neste caso, através da pergunta do questionário da WVS: “Em que medida o(a) Sr(a) é orgulhoso de ser cidadão de seu país?”.

Gráfico 2. Evolução Orgulho Nacional

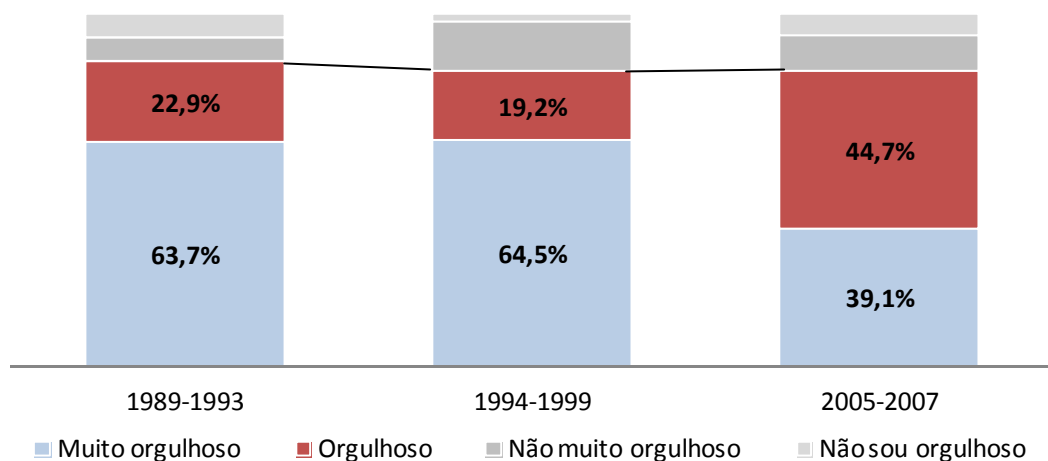
Argentina (1981-2007)



Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Gráfico 3. Orgulho Nacional

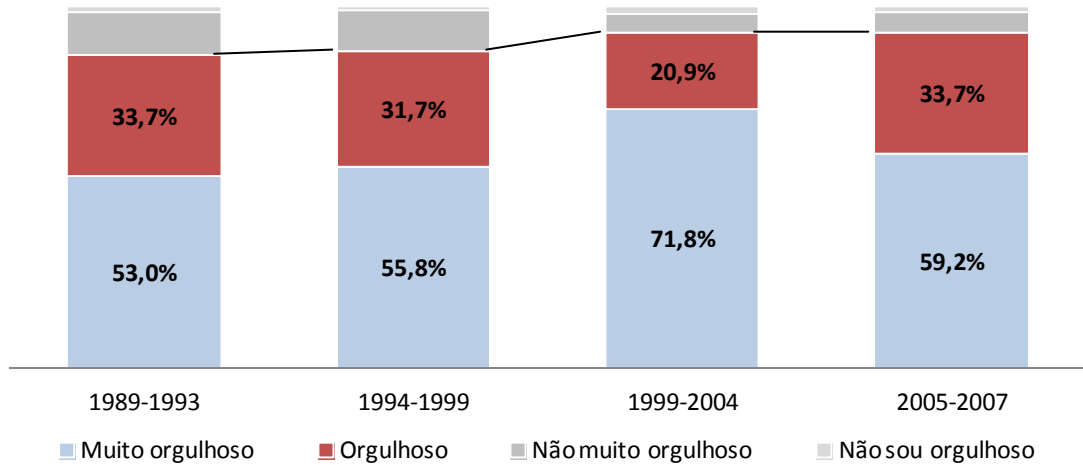
Brasil (1989-2007)



Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Gráfico 4. Orgulho Nacional

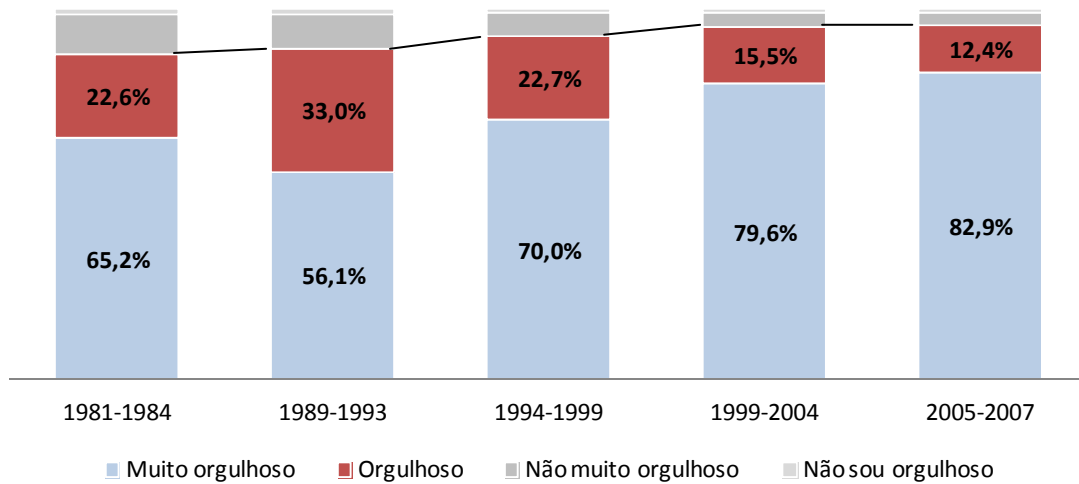
Chile (1989-2007)



Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Gráfico 5. Orgulho Nacional

México (1981-2007)



Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Com exceção do Brasil, observa-se um aumento no sentimento de orgulho nacional ao longo dos anos em todos os países analisados. Conforme observado no Gráfico 2, houve um aumento do orgulho nacional na Argentina de 83,9% dos entrevistados, que responderam sentir muito orgulho ou orgulho de seu país na

primeira onda (1981-1984), para 94,2% na última onda (2005-2007). No caso do Chile, conforme Gráfico 4, estes mesmos percentuais foram de 86,7% na segunda onda (1989-1993) para 92,9% na última onda (2005-2007). No México, a tendência de aumento do orgulho nacional também é observada através do Gráfico 5 pelo aumento do percentual de muito orgulho e orgulho de 87,8% na primeira onda (1981-1984) para 95,3% na última onda (2005-2007). A exceção fica com o Brasil onde houve uma diminuição relevante na categoria muito orgulhoso da segunda onda (1989-1993) para a última onda (2005-2007) de 63,7% para 39,1%, uma queda de quase 25 pontos percentuais conforme observado no Gráfico 3. Em geral, no entanto, houve um aumento do orgulho nacional nos países latino-americanos.

Este aumento do orgulho nacional pode ser explicado pelo crescimento econômico verificado nesta região durante o período analisado. Considerando os quatro países deste estudo, entre 1981 e 2007, houve um crescimento real de 7,5% a.a no PIB per capita (dados do Banco Mundial *Data & Research*). A regressão de um modelo com crescimento econômico como variável independente para explicar orgulho nacional deve corroborar seu efeito explicativo sobre o sentimento nacionalista nos países estudados.

Tabela 1.

Variável	Muito orgulhoso		Orgulhoso		Não muito orgulhoso		Não sou orgulhoso	
2. Faixa etária (em anos)	15-29	+50	15-29	+50	15-29	+50	15-29	+50
Argentina	28,3%	37,5%	32,0%	31,1%	44,1%	20,6%	23,8%	47,6%
Brasil	31,3%	28,4%	28,8%	29,0%	32,7%	24,2%	36,4%	17,0%
Chile	23,5%	36,2%	28,4%	33,5%	32,7%	16,4%	53,3%	20,0%
México	31,2%	26,0%	37,8%	22,8%	35,6%	28,8%	21,4%	35,7%
Variável	Muito orgulhoso		Orgulhoso		Não muito orgulhoso		Não sou orgulhoso	
3. Renda	Alta	Baixa	Alta	Baixa	Alta	Baixa	Alta	Baixa
Argentina	33,3%	50,6%	0,0%	41,8%	0,0%	6,3%	66,7%	1,3%
Brasil	30,0%	40,0%	50,0%	40,3%	0,0%	11,9%	20,0%	7,8%
Chile	53,3%	60,2%	40,0%	36,7%	0,0%	1,6%	6,7%	1,6%
México	75,0%	95,8%	16,7%	4,2%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Variável	Muito orgulhoso		Orgulhoso		Não muito orgulhoso		Não sou orgulhoso	
4. Anos de estudo	Elementar	Superior	Elementar	Superior	Elementar	Superior	Elementar	Superior
Argentina	65,0%	40,6%	30,8%	34,4%	3,0%	9,4%	1,1%	15,6%
Brasil	43,3%	30,8%	41,3%	46,2%	9,7%	16,2%	5,7%	6,9%
Chile	58,1%	57,4%	36,9%	32,2%	4,0%	9,6%	0,9%	0,9%
México	81,8%	81,5%	12,1%	16,7%	4,7%	1,8%	1,5%	0,0%

2. Orgulho Nacional por faixa etária

A análise desta variável considera os dados da última onda disponível para cada país em questão que são apresentados acima sob a forma da tabela 1 dividida nas faixas etárias de 15 a 29 anos e 50 anos ou mais.

Observa-se que o sentimento de orgulho nacional é diretamente proporcional à idade do entrevistado, ou seja, quanto mais velho, maior seu sentimento nacionalista. Conforme observado na Tabela 1, na Argentina, dos entrevistados que se declaram muito orgulhosos de seu país, 28,3% são jovens entre 15 e 29 anos enquanto 37,5% têm 50 anos ou mais. Isto está em linha com o estudo de Jung (2008) que identifica, em países europeus, um fator ciclo de vida em que pessoas mais jovens são mais supranacionalistas e menos ligadas a seus países do que pessoas mais velhas. O percentual de entrevistados com 50 anos ou mais para a categoria “muito orgulhoso” na Argentina, conforme vimos acima, é quase 8 pontos percentuais maior que o identificado para a faixa de 15 a 29 anos.

Também no caso do Brasil e do Chile, verifica-se que pessoas mais velhas tendem a ser mais orgulhosas de seu país, assim como o observado na Argentina. No Brasil, conforme dados da Tabela 1, apesar de 31,3% dos entrevistados que se declaram muito orgulhosos de seu país ser de jovens entre 15 e 29 anos contra 28,4% de adultos com 50 anos ou mais, apenas 17% dos que declaram não ter orgulho de seu país tem 50 anos ou mais em comparação a 36,4% de jovens entre 15 e 29 anos. No caso do Chile, também conforme Tabela 1, dos que se declaram muito orgulhosos de seu país, 23,5% têm entre 15 e 29 anos e 36,2% têm 50 anos ou mais, o que também corrobora a afirmação de que pessoas mais velhas são mais orgulhosas de seus países quando comparadas a pessoas mais jovens.

O México possui um padrão diferente do observado para os demais países dado que dos entrevistados que se declaram muito orgulhosos de seu país, 31,2% são jovens entre 15 e 29 anos enquanto apenas 26% são adultos com 50 anos ou mais conforme se pode observar pela Tabela 1.

3. Orgulho Nacional por renda

A análise desta variável utiliza os dados da última onda disponível para cada país em questão organizados na Tabela 1 e considerando as classes alta e baixa. média alta.

Na Argentina, observa-se um padrão bastante definido em que as classes mais baixas apresentam maior orgulho nacional quando comparadas às classes mais altas. A Tabela 1 mostra que 33,3% dos entrevistados da classe alta são muito orgulhosos de seu país em comparação a 50,6% do entrevistados da classe mais baixa, ou seja, quase 18 pontos percentuais de diferença. O nível educacional, conforme será visto mais adiante, parece influenciar o sentimento de orgulho nacional das pessoas no sentido de que um maior nível de educação formal leva a um menor sentimento nacionalista. O fato de pessoas de classes mais alta terem um nível educacional maior pode explicar o fato destas classes terem um sentimento nacionalista menor quando comparado às classes mais baixas.

Nos casos de Brasil, Chile e México, o comportamento observado para a Argentina se repete, ou seja, é a classe mais baixa a que apresenta maior orgulho nacional quando comparada à classe mais alta.

Pode-se afirmar que para todos os países analisados existe um padrão em que as classes mais baixas apresentam um maior sentimento nacionalista quando comparadas às classes mais altas ressaltadas as devidas exceções para cada país.

4. Orgulho Nacional por anos de estudo

A análise desta variável considera os dados da última onda disponível para cada país em questão organizados sob a forma da Tabela 1. As categorias de anos de estudo apresentadas na Tabela 1 são: elementar (concluída e não concluída) e superior.

Para todos os países analisados, podemos observar que os entrevistados com maior nível de educação formal (ensino superior completo) são menos orgulhosos de seus países quando comparados aos entrevistados com menor nível de educação formal (elementar concluída e não concluída). Observamos pela Tabela 1 que na Argentina esta

diferença é bastante relevante onde o percentual de “muito orgulhoso” e “orgulhoso” é 24 pontos percentuais inferior para os entrevistados com ensino superior completo.

A explicação para este padrão pode estar relacionada ao fato de pessoas com maior nível de educação formal terem maior acesso à informação e a conhecimento sobre a real situação política e econômica de seus países. Apesar do crescimento econômico dos últimos anos, os países latino-americanos ainda apresentam problemas políticos, econômicos e sociais relevantes como corrupção, desemprego e violência urbana.

Tabela 2.

Variável	1981-1984		1989-1993		1994-1999		1999-2004		2005-2007	
5. Atitude em relação à imigração	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim
Argentina	99,4%	0,6%	97,9%	2,1%	94,6%	5,4%	94,1%	5,9%	97,0%	3,0%
Brasil	ND	ND	96,1%	3,9%	96,4%	3,6%	ND	ND	93,3%	6,7%
Chile	ND	ND	88,1%	11,9%	88,3%	11,7%	89,2%	10,8%	90,7%	9,3%
México	ND	ND	82,4%	17,6%	73,9%	26,1%	86,4%	13,6%	90,3%	9,7%
Variável	1981-1984		1989-1993		1994-1999		1999-2004		2005-2007	
6. Disposição para lutar pelo país	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Argentina	59,3%	40,7%	63,0%	37,0%	67,0%	33,0%	64,6%	35,4%	57,9%	42,1%
Brasil	ND	ND	35,3%	64,7%	71,8%	28,2%	ND	ND	61,1%	38,9%
Chile	ND	ND	82,9%	17,1%	74,0%	26,0%	60,2%	39,8%	58,1%	41,9%
México	89,2%	10,8%	74,1%	25,9%	71,4%	28,6%	74,6%	25,4%	75,5%	24,5%
Variável	1981-1984		1989-1993		1994-1999		1999-2004		2005-2007	
7. Confiança Interpessoal	Confiança	Cuidadoso	Confiança	Cuidadoso	Confiança	Cuidadoso	Confiança	Cuidadoso	Confiança	Cuidadoso
Argentina	26,1%	73,9%	23,3%	76,7%	17,6%	82,4%	15,9%	84,1%	16,9%	83,1%
Brasil	ND	ND	6,5%	93,5%	2,8%	97,2%	ND	ND	9,2%	90,8%
Chile	ND	ND	22,7%	77,3%	21,4%	78,6%	23,0%	77,0%	12,4%	87,6%
México	17,5%	82,5%	33,5%	66,5%	31,2%	68,8%	21,8%	78,2%	15,6%	84,4%
Variável	1981-1984		1989-1993		1994-1999		1999-2004		2005-2007	
8. Pertencimento Mundo x País	Mundo	País	Mundo	País	Mundo	País	Mundo	País	Mundo	País
Argentina	14,5%	46,8%	9,9%	57,8%	16,8%	42,6%	9,2%	41,6%	ND	ND
Brasil	ND	ND	19,6%	30,6%	ND	ND	26,8%	28,5%	ND	ND
Chile	ND	ND	8,3%	39,6%	8,2%	46,5%	7,9%	39,7%	ND	ND
México	3,4%	18,0%	9,7%	28,4%	13,7%	26,1%	17,1%	35,4%	ND	ND

5. Atitude em relação à imigração

A análise desta variável tem por objetivo identificar se os resultados obtidos por Clarke (2001) para Canadá, Alemanha (Oriental e Ocidental), Reino Unido e Estados Unidos, também podem ser verificados para os países latino-americanos, ou seja, identificar se um maior orgulho nacional, também entendido como orgulho em relação à

política externa, política econômica e social adotadas pelo país, significa também uma maior tolerância em relação à imigração.

Para o estudo desta variável foi utilizada a pergunta do questionário da WVS que busca identificar grupos de pessoas que são mencionados pelos entrevistados como vizinhos indesejados. A pergunta é colocada pela WVS aos entrevistados da seguinte forma: “Nesta lista, há vários grupos de pessoas. O Sr(a) poderia, por favor, mencionar quais o(a) Sr(a) não gostaria de ter como vizinhos?”. A menção ao grupo de pessoas identificado como trabalhadores imigrantes ou estrangeiros é usado aqui para mensurar a tolerância ou atitude das pessoas em relação à imigração. Os dados dispostos na Tabela 2 consideram “sim” como trabalhadores imigrantes mencionados como vizinhos indesejados e “não” como trabalhadores imigrantes não mencionados como vizinhos indesejados.

Observa-se que para todos os países onde houve aumento do sentimento nacionalista houve também um aumento no nível de tolerância à imigração entre a penúltima e a última onda. Na Argentina, a Tabela 2 mostra que, apesar de uma queda no percentual de não mencionado (aqui entendido como maior tolerância à imigração) entre a primeira onda (1981-1994) e a terceira onda (1994-1999), houve aumento de 94,1% em 1999-2004 para 97% em 2005-2007, movimento de acordo com o aumento do orgulho nacional observado para este país. No Chile, conforme Tabela 2, o aumento da categoria não mencionado foi de 89,2% na penúltima onda (1999-2004) para 90,7% na última onda (2005-2007). Este aumento foi mais sutil quando comparada ao da Argentina, mas esta tendência de aumento pôde ser verificada há mais tempo, desde 1994-1999. O México tem padrão semelhante ao do Chile. O aumento da categoria não mencionado pode ser observado deste 1994-1999 e sofreu aumento de 86,4% em 1999-2004 para 90,3% em 2005-2007. O Brasil, por sua vez, teve queda na categoria não mencionado, de 96,4% na penúltima onda (1994-1999) para 93,3% na última onda (2005-2007). No entanto, isto está de acordo com a diminuição no orgulho nacional observada neste país no mesmo período.

Nesse trabalho, entende-se maior tolerância à imigração como um maior percentual de trabalhadores imigrantes ou estrangeiros não mencionados na lista de vizinhos que o entrevistado não gostaria de ter. Apesar desta tendência ser bastante sutil para os países latino-americanos, o resultado está de acordo com o estudado por Clarke

(2001) que afirma que pessoas que possuem maior orgulho de seu país possuem também uma maior tolerância à imigração.

6. Disposição para lutar pelo seu país

A análise desta variável tem por objetivo identificá-la como possível *proxy* para a variável de orgulho nacional. Seria razoável pensar que um maior orgulho nacional viria também acompanhado de uma maior disposição para lutar pelo seu país. O objetivo desta análise é verificar se há evidência que possa corroborar esta afirmação. Os resultados empíricos desta variável são obtidos através da seguinte pergunta do WVS: “Naturalmente, ninguém quer que aconteça uma guerra; mas se isso acontecesse, o(a) Sr(a) estaria disposto a lutar pelo seu país?”. As respostas apresentadas a esta pergunta pelo questionário da WVS são sempre sim ou não e estão apresentadas acima sob a forma da Tabela 2.

A análise desta variável não nos permite afirmar que disposição para lutar pelo seu país pode ser utilizada como *proxy* ou comparada ao sentimento de orgulho nacional ao contrário do que seria esperado. Na Argentina, observa-se na Tabela 2 queda na disposição a lutar pelo país a partir da terceira onda (1994-1999) de 67% para 57,9% na última onda (2005-2007). No Brasil, a queda de 71,8% em 1994-1999 para 61,1% na última onda (2005-2007) na disposição para lutar pelo país está coerente com a queda no orgulho nacional como vimos anteriormente. No entanto, há um aumento substancial de quase 37 pontos percentuais na disposição a lutar pelo país entre 1989-1993 e 1994-1999 que não tem como contrapartida um aumento no orgulho nacional na mesma magnitude. No Chile também pode-se observar uma queda na disposição a lutar pelo país a partir da terceira onda (1994-1999) de 74% para 58,1% na última onda (2005-2007) tendo como contrapartida um aumento e não uma diminuição no sentimento de orgulho nacional. O México é o único país que apresenta aumento na disposição a lutar pelo país ao mesmo tempo que aumento no sentimento de orgulho nacional. A Tabela 2 mostra uma disposição a lutar pelo país de 71,4% em 1994-1999 que aumenta para 75,5% na última onda (2005-2007). No entanto, ocorre uma queda entre a primeira (1981-1984) e a segunda ondas (1989-1993) de 89,2% para 74,1% que não tem como contrapartida uma diminuição na variável de orgulho nacional. Desta forma, pelos dados analisados acima, não é possível afirmar que existe uma correlação positiva entre

disposição para lutar pelo seu país e sentimento de orgulho nacional entre os países analisados neste estudo.

7. Confiança interpessoal

A análise da variável confiança interpessoal e sua relação com nacionalismo é importante para estabelecer a influência do sentimento nacionalista sobre o crescimento econômico também para os países latino-americanos. Foi identificada no trabalho de Robinson et. al. (2011) que confiança interpessoal é um microfundamento do crescimento econômico uma vez que uma maior confiança entre as pessoas leva a um maior crescimento econômico através de menores custos de transação ligados à necessidade de estabelecer contratos de segurança em um ambiente onde impera a insegurança entre os agentes. A identificação de uma relação entre nacionalismo e confiança interpessoal, portanto, estabelece também uma relação importante entre nacionalismo e crescimento econômico nos países em análise neste estudo.

A variável confiança interpessoal é medida através da seguinte pergunta do questionário da WVS: “De modo geral, o(a) Sr(a) diria que pode confiar na maioria das pessoas ou precisa ser muito cuidadoso com elas?” cujas respostas são “a maioria das pessoas são de confiança” significando uma maior confiança interpessoal e “é preciso ser muito cuidadoso” significando uma menor confiança entre as pessoas.

Não é possível estabelecer uma relação positiva entre aumento no sentimento de orgulho nacional e aumento no sentimento de confiança interpessoal nos países e períodos analisados neste estudo. Na Argentina, ocorre uma queda no sentimento de confiança interpessoal entendido aqui como “a maioria das pessoas são de confiança” enquanto observamos um aumento no sentimento nacionalista. A Tabela 2 mostra que na primeira onda (1981-1984), o percentual de confiança interpessoal era de 26,1% caindo para 16,9% na última onda (2005-2007). O mesmo acontece para Chile e México onde o aumento do sentimento de orgulho nacional não é acompanhado por um maior nível de confiança interpessoal. No Chile, ocorre uma queda considerável de 22,7% para 12,4% entre 1999-2004 e 2005-2007 no nível de confiança interpessoal sem ter havido uma mudança análoga no sentimento de orgulho nacional. No México, a Tabela 2 mostra queda da confiança interpessoal a partir da segunda onda (1989-1993) de

33,5% para 15,6% na última onda. No Brasil, ocorre aumento na confiança interpessoal de 2,8% em 1994-1999 para 9,2% em 2005-2007, mas neste mesmo período, ao mesmo tempo, ocorre queda na variável de orgulho nacional.

Deste modo, a afirmação encontrada no estudo de Robinson (2011) de que um maior sentimento nacionalista significa também um maior nível de confiança entre as pessoas não parece ser corroborada para os países latino-americanos em análise neste estudo.

8. Sentimento de pertencer a que grupo geográfico em primeiro lugar

O estudo desta variável tem por objetivo verificar para os países latino-americanos a hipótese proposta por Jung (2008) para os países europeus, ou seja, se existe uma relação negativa entre nacionalismo e o sentimento de uma pessoa de pertencer ao mundo como um todo. O sentimento de pertencer ao mundo significaria uma menor identificação ao país em específico e, portanto, um menor sentimento de orgulho nacional. Esta variável é estudada através dos dados da WVS que questiona o entrevistado sobre qual grupo geográfico ele se sente pertencer em primeiro lugar. As opções colocadas ao entrevistado são: localidade, região, país, continente e mundo.

A Tabela 2 mostra os resultados deste questionamento para mundo e país para cada país em questão neste estudo levando em conta as quatro ondas da WVS quando disponível.

Não é possível identificar um padrão que relacione negativamente sentimento nacionalista e sentimento de se considerar como cidadão do mundo nos países latino-americanos em questão. Seria de esperar que um maior sentimento de se pertencer ao mundo como um todo em primeiro lugar viria acompanhado de um menor sentimento de orgulho nacional significando um menor apego ao país. A Tabela 2 mostra um padrão oscilante no sentimento de se pertencer ao mundo como um todo em primeiro lugar. Ocorre uma diminuição entre 1981-1984 e 1989-1993 de 14,5% para 9,9% seguida de aumento para a onda seguinte. Entre a terceira e a quarta ondas ocorre diminuição de novo de 16,8% para 9,2%. Padrão semelhante a este não é observado para a variável de orgulho nacional. No caso do Chile, ocorre uma queda sutil no sentimento de se pertencer ao mundo em primeiro lugar enquanto no México, este

sentimento vai aumentando no decorrer dos anos indo de 3,4% na primeira onda (1981-1984) para 17,1% na penúltima onda (1999-2004). Este padrão, no entanto, não é seguido de uma diminuição no sentimento de orgulho nacional como seria de esperar. O Brasil é o único país que apresenta padrão coerente com a relação entre nacionalismo e sentimento de pertencer ao mundo em primeiro lugar. A Tabela 2 mostra aumento entre 1989-1993 e 1994-1999 no sentimento de pertencer ao mundo em primeiro lugar de 19,6% para 26,8% que é coerente com a queda no sentimento nacionalista observado para este país no período analisado.

No entanto, a afirmação de que um maior sentimento nacionalista significa também um menor sentimento supranacionalista (sentir-se como cidadão do mundo) não pode ser corroborada pelos dados acima para todos os países analisados neste estudo.

9. Ser cidadão do mundo

O estudo desta variável procura identificar um padrão idade no sentimento de se sentir cidadão do mundo. O trabalho de Jung (2008) afirma que pessoas mais jovens se sentem mais supranacionalistas, menos ligadas a seus países e, portanto, com um maior sentimento de serem cidadãos do mundo do que pessoas mais velhas. A idéia é verificar se o mesmo pode ser observado para os países latino-americanos. A análise desta variável é feita através do seguinte questionamento extraído da WVS: “As pessoas têm diferentes visões sobre elas próprias e como se relacionam com o mundo. Usando este cartão, diga em que medida o(a) Sr(a) concorda ou discorda de cada uma das afirmações sobre a forma como o(a) Sr(a) se vê - **Eu me vejo como um cidadão do mundo**”. A escala de concordância é colocada da seguinte forma: concorda fortemente, concorda, discorda e discorda fortemente.

As tabelas de 3 a 10 apresentam os resultados para cada um dos países deste estudo para a última onda da WVS disponível.

Tabela 3. Concordância em relação à afirmação de se sentir como cidadão do mundo - Argentina (2007)

Argentina	15-29	30-49	50+	Total
Concorda fortemente	40	47	63	150
Concorda	149	187	146	482
Discorda	74	76	85	235
Discorda fortemente	20	17	21	58
Total	283	327	315	925

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 4. Concordância em relação à afirmação de se sentir como cidadão do mundo (%) - Argentina (2007)

Argentina	15-29	30-49	50+	Total
Concorda fortemente	26,7%	31,3%	42,0%	100,0%
Concorda	30,9%	38,8%	30,3%	100,0%
Discorda	31,5%	32,3%	36,2%	100,0%
Discorda fortemente	34,5%	29,3%	36,2%	100,0%
Total	30,6%	35,4%	34,1%	100,0%

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 5. Concordância em relação à afirmação de se sentir como cidadão do mundo - Brasil (2007)

Brasil	15-29	30-49	50+	Total
Concorda fortemente	125	165	109	399
Concorda	255	305	204	764
Discorda	71	131	82	284
Discorda fortemente	7	18	8	33
Total	458	619	403	1.480

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 6. Concordância em relação à afirmação de se sentir como cidadão do mundo (%) - Brasil (2007)

Brasil	15-29	30-49	50+	Total
Concorda fortemente	31,3%	41,4%	27,3%	100,0%
Concorda	33,4%	39,9%	26,7%	100,0%
Discorda	25,0%	46,1%	28,9%	100,0%
Discorda fortemente	21,2%	54,5%	24,2%	100,0%
Total	30,9%	41,8%	27,2%	100,0%

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 7. Concordância em relação à afirmação de se sentir como cidadão do mundo - Chile (2007)

Chile	15-29	30-49	50+	Total
Concorda fortemente	82	103	78	263
Concorda	123	183	134	440
Discorda	39	78	77	194
Discorda fortemente	15	20	31	66
Total	259	384	320	963

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 8. Concordância em relação à afirmação de se sentir como cidadão do mundo (%) - Chile (2007)

Chile	15-29	30-49	50+	Total
Concorda fortemente	31,2%	39,2%	29,7%	100,0%
Concorda	28,0%	41,6%	30,5%	100,0%
Discorda	20,1%	40,2%	39,7%	100,0%
Discorda fortemente	22,7%	30,3%	47,0%	100,0%
Total	26,9%	39,9%	33,2%	100,0%

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 9. Concordância em relação à afirmação de se sentir como cidadão do mundo - México (2007)

México	15-29	30-49	50+	Total
Concorda fortemente	164	261	122	547
Concorda	294	324	235	853
Discorda	36	49	28	113
Discorda fortemente	7	17	8	32
Total	501	651	393	1.545

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 10. Concordância em relação à afirmação de se sentir como cidadão do mundo (%) - México (2007)

México	15-29	30-49	50+	Total
Concorda fortemente	30,0%	47,7%	22,3%	100,0%
Concorda	34,5%	38,0%	27,5%	100,0%
Discorda	31,9%	43,4%	24,8%	100,0%
Discorda fortemente	21,9%	53,1%	25,0%	100,0%
Total	32,4%	42,1%	25,4%	100,0%

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

A proposta de trabalho de Jung (2008) não é verificada para os países latino-americanos deste estudo uma vez que não são os mais jovens que se sentem mais cidadãos do mundo quando comparados aos mais velhos. Na Argentina, conforme Tabela 4, dos que concordam fortemente com a afirmação de se sentirem como cidadão do mundo, 42% são entrevistados com mais de 50 anos contra 26,7% de entrevistados de 15 a 29 anos. No caso do Brasil, Chile e México, são os entrevistados da faixa etária de 30 a 49 anos que concordam mais fortemente com esta afirmação e não os pertencentes à faixa mais jovem como deveria ser esperado dada a conclusão do trabalho de Jung (2008) feita para os países europeus. A Tabela 6, para os resultados do Brasil, mostra que dos entrevistados que concordam fortemente com a afirmação de se sentirem cidadãos do mundo, 41,4% são entrevistados entre 30 e 49 anos enquanto 31,3% são para entrevistados entre 15 e 29 anos. Estes mesmos dados são mostrados nas Tabelas 8 e 10 respectivamente para Chile e México e mostram resultados análogos

aos do Brasil: no Chile estes percentuais são de 39,2% para 30-49 anos e 31,2% para 15-29 anos e para o México são de 47,7% para 30-49 anos e 30% para 15-29 anos. Desta forma, a conclusão de Jung (2008) não parece ser aplicada para os países latino-americanos deste estudo, ou seja, para os países latino-americanos não são os mais jovens que se sentem mais cidadãos do mundo quando comparados às pessoas mais velhas.

A execução de um modelo probit ordenado com as variáveis independentes estudadas acima além de outras é importante para entender quais são os determinantes do orgulho nacional nos países latino-americanos em questão neste estudo. O modelo considerou as cinco ondas da *World Values Survey* para os quatro países em estudo.

A variável dependente deste modelo é o nacionalismo, entendido aqui como o sentimento de orgulho que uma pessoa declara ter de seu país no questionário da WVS. A resposta à pergunta “Em que medida o(a) Sr(a) é orgulhoso de ser cidadão de seu país?” é apresentada na seguinte graduação com sua respectiva notação numérica: muito orgulhoso (1), orgulhoso (2), não muito orgulhoso (3) e não sou orgulhoso (4). Desta forma, quanto maior o número ou notação da variável dependente, menor o orgulho nacional do entrevistado.

As variáveis independentes escolhidas para a análise dos determinantes do nacionalismo nos quatro países latino-americanos deste estudo são: idade, educação formal, classe social ou renda, gênero, status de emprego, atitude em relação à imigração, disponibilidade em lutar pelo país, confiança interpessoal, sentimento supranacionalista, visão política, abertura comercial e PIB per capita. O modelo foi, ainda, controlado pelas 5 ondas da pesquisa da WVS: 1981-1984, 1989-1993, 1994-1999, 1999-2004 e 2005-2007.

A Tabela 11 mostra as estatísticas descritivas (percentuais em cada categoria, médias e desvios padrão) das variáveis escolhidas para a análise dos determinantes do nacionalismo para cada um dos países em questão neste estudo de acordo com a WVS:

Tabela 11. Estatísticas descritivas das variáveis independentes

Variáveis	Mínimo	Média ou percentual	Máximo	Desvio Padrão
Idade	16	38.91	94	(15.59)
Até 25 anos		23,7%		
26-35 anos		26,5%		
36-50 anos		25,5%		
51-64 anos		16,6%		
+ 65 anos		7,7%		
Educação formal	1	3.94	8	(2.19)
Elementar não concluída		15,3%		
Elementar concluída		16,9%		
Secundário técnico não concluído		11,0%		
Secundário técnico concluído		25,2%		
Secundário preparatório faculdade não concluído		6,2%		
Secundário preparatório faculdade concluído		8,4%		
Superior não concluído		6,8%		
Superior concluído		10,2%		
Renda	1	3.48	5	(1.00)
Classe Alta		1,8%		
Classe Média Alta		12,7%		
Classe Média Baixa		41,1%		
Classe Trabalhadora		24,7%		
Classe Baixa		19,7%		
Gênero	1	1.52	2	(0.50)
Homem		48,2%		
Mulher		51,8%		
Status de emprego	1	3.31	8	(2.06)
Tempo integral		33,0%		
Tempo parcial		9,0%		

Trabalho próprio		13,1%		
Aposentado		7,9%		
Do lar		21,3%		
Estudante		7,9%		
Desempregado		7,5%		
Outro		0,3%		
Atitude em relação à imigração	0	0.1	1	(0.30)
Não menciona		89,9%		
Menciona		10,1%		
Disponibilidade em lutar pelo país	0	0.68	1	(0.47)
Não		32,5%		
Sim		67,5%		
Confiança interpessoal	1	1.81	2	(0.39)
Confiável		18,9%		
É preciso ser cuidadoso		81,1%		
Sentimento supranacionalista	1	2.48	5	(1.33)
Localidade		34,0%		
Região		13,9%		
País		34,9%		
Continente		4,7%		
Mundo		12,5%		
Visão política	1	5.81	10	(2.46)
Esquerda		6,7%		
2-5		47,2%		
6-9		33,4%		
Direita		12,7%		

Notas:

Idade: em anos

Educação formal: 1 Elementar não concluída; 2 Elementar concluída; 3 Secundário Técnico não concluído; 4 Secundário Técnico concluído; 5 Secundário Preparatório para faculdade não concluído; 6 Secundário Preparatório para faculdade concluído; 7 Superior não concluído; 8 Superior concluído

Renda: 1 Classe Alta; 2 Classe Média Alta; 3 Classe Média Baixa; 4 Classe Trabalhadora; 5 Classe Baixa

Gênero: 1 Homem; 2 Mulher

Status de emprego: 1 Tempo integral; 2 Tempo parcial; 3 Trabalho próprio; 4 Aposentado; 5 Do lar; 6 Estudante; 7 Desempregado; 8 Outro

Atitude em relação à imigração: 0 Não menciona trabalhador imigrante como vizinho indesejado; 1 Menciona trabalhador imigrante como vizinho indesejado

Disponibilidade em lutar pelo país: 0 Não; 1 Sim

Confiança interpessoal: 1 maioria das pessoas pode ser confiável; 2 é preciso ser cuidadoso

Sentimento supranacionalista: 1 localidade; 2 região; 3 país; 4 continente; 5 mundo

Visão política: 1 Esquerda; 10 Direita

Os resultados do modelo econométrico¹¹ podem ser visualizados abaixo:

Tabela 37. Modelo Econométrico para Nacionalismo (oprobit)

Variáveis Independentes	Coefficientes
Idade	-0.0070*** (0.0006)
Educação formal (educação superior completa ou incompleta)	0.0722** (0.0274)
Renda (classes alta e média alta)	0.0567* (0.0340)
Gênero (homem)	0.0027 (0.0185)
Status de emprego (desempregado)	0.0268 (0.0336)
Atitude em relação à imigração	0.0243 (0.0313)
Disponibilidade em lutar pelo país	-0.3509*** (0.0193)
Confiança interpessoal	0.0720*** (0.0243)
Sentimento supranacionalista	0.1643*** (0.0308)
Visão política (esquerda)	0.1374*** (0.01869)
Abertura comercial	-0.0139*** (0.0012)
PIB per capita	-0.0006*** (0.0000)
Cut 1	-5.3986 (0.3704)
Cut 2	-4.4363 (0.3699)

¹¹ Este modelo considera a soma dos quatro países em questão. A análise por país fica limitada por conta do número restrito de variáveis.

Cut 3	-3.7263 (0.3700)
Pseudo R ²	0.0351
Número de observações	17.689
Controle por onda	Sim
Controle por país	Sim

A variável idade apresenta-se no questionário da WVS de forma contínua sem necessidade de construção de *dummies*. A variável mostrou-se significativa a 1% com coeficiente negativo de modo que um ano a mais na idade do entrevistado significa uma probabilidade menor de declarar maior orgulho nacional. Isto significa que quanto mais velho maior a probabilidade do entrevistado declarar um maior orgulho nacional. Este resultado é coerente com o estudo de Jung (2008) para os países europeus em que foi detectado um efeito ciclo de vida no sentimento nacionalista e com os resultados empíricos de estatística descritiva vistos acima para os países latino-americanos estudados.

Para a variável anos de estudo foi construída uma *dummy* em que 1 equivale aos entrevistados que possuem educação superior completa ou incompleta, ou seja, entrevistados que entraram no ensino superior, e 0 para entrevistados que nunca estiveram na faculdade. A variável mostrou-se significativa a 5% com coeficiente positivo em que entrevistados com educação superior completa ou incompleta têm probabilidade maior de declarar um menor orgulho nacional. Isto significa que entrevistados com um maior nível de educação formal têm probabilidade menor de se declarar com maior orgulho de seu país. Este resultado também é coerente com os resultados empíricos de estatística descritiva analisados acima nesta seção de que são as pessoas com menor nível de educação formal as que apresentam maior sentimento nacionalista.

Para a variável renda ou classe social foi construída uma *dummy* em que 1 equivale aos entrevistados das classes alta e média alta e 0 para entrevistados de outras classes (baixa, trabalhadora, média baixa e média média para o caso do México). A variável mostrou-se significativa a 10% com coeficiente positivo em que entrevistados

das classes mais altas têm probabilidade maior de também declarar um menor orgulho nacional a exemplo da variável anos de estudo. Este resultado é coerente com o visto acima nas estatísticas descritivas para os quatro países estudados.

A *dummy* da variável disponibilidade para lutar pelo país é 1 para sim (o entrevistado está disposto a lutar pelo seu país) e 0 para não (entrevistado não está disposto a lutar pelo seu país). A variável mostrou-se significativa a 1% com coeficiente negativo significando que pessoas que se declaram dispostas a lutar pelo seu país tem probabilidade menor de declarar um menor orgulho de seu país.

A variável confiança interpessoal em que 1 são as respostas dos entrevistados de que a maioria das pessoas são de confiança e 0 são as respostas de que é preciso ser muito cuidadoso, também apresentou significância a 1%. O coeficiente mostrou-se positivo de modo que pessoas que declaram maior confiança interpessoal têm probabilidade maior de declarar um menor orgulho nacional. Este resultado não era esperado dado que pelo estudo de Robinson et. al (2011) uma maior confiança interpessoal estaria atrelado a um maior sentimento nacionalista e não o contrário.

Para a variável de sentimento supranacionalista é construída uma *dummy* em que 1 são as respostas de entrevistados que se declaram como cidadãos do mundo e 0 para as outras declarações (localidade, região, país e continente). A variável mostrou-se significativa a 1% com coeficiente positivo significando que pessoas que se declaram como cidadãos do mundo têm probabilidade maior de se declarar como não orgulhosa de seu país. Este resultado é coerente com os resultados propostos por Jung (2008) para países europeus em que pessoas menos ligadas a seu país em específico e, portanto, com um maior sentimento de se pertencer ao mundo como um todo declaram ter um menor sentimento de orgulho nacional.

Para a variável visão política foi construída uma *dummy* em que 1 representa os entrevistados com uma visão de esquerda e 0 entrevistados com uma visão de direita. O questionário da WVS estabelece uma escala de posição política que vai de 1 (esquerda) a 10 (direita). Para a construção da *dummy* considerou-se respostas de 1 a 5 como visão de esquerda e respostas de 6 a 10 como visão de direita. Esta variável mostrou-se significativa a 1% com coeficiente positivo em que pessoas de esquerda apresentam probabilidade maior de se declarar como não orgulhosas de seu país. O fato de indivíduos que se declaram como de esquerda serem mais orgulhosas de seu país é uma

constatação importante principalmente porque os países em estudo neste trabalho passaram por longos anos de governo ditatorial de caráter de direita (Pinochet no Chile e ditadura militar no Brasil, por exemplos) que foram profundamente combatidos pela população em geral. A relevância deste tema e a especificidade para os países da América Latina em questão neste trabalho justificariam um estudo mais aprofundado relacionando nacionalismo ao processo de abertura política e fim das ditaduras de direita nestes países.

Para o estudo das variáveis abertura comercial e produto foram utilizados dados da base do Banco Mundial para os quatro países. Para abertura comercial considerou-se a média das 5 ondas do percentual de exportações e importações sobre o produto para cada país. Já para produto considerou-se o PIB per capita médio das 5 ondas para cada país. A variável abertura comercial mostrou-se significativa a 1% e PIB per capita a 1%, mas seus coeficientes geram um impacto muito pequeno na probabilidade de declaração de orgulho nacional dos entrevistados.

As outras variáveis consideradas no modelo não se mostraram significativas: gênero (homem), status de emprego (desempregado) e atitude em relação à imigração (trabalhadores imigrantes ou estrangeiros mencionados como vizinhos indesejados). Seria esperado que a variável status de emprego construída como 1 para entrevistados desempregados e 0 para os outros, fosse significativa no sentido de que pessoas desempregadas deveriam ter uma maior propensão a se declarar como não orgulhosa de seu país e, portanto, das políticas sociais e econômicas que teriam levado a um maior nível de desemprego. Da mesma forma, para a variável atitude em relação à imigração, cuja *dummy* é igual à 1 para menção a trabalhadores estrangeiros ou imigrantes como vizinhos indesejados, seria esperado a obtenção de significância estatística. Clarke (2001) conclui em seu estudo que pessoas que possuem um maior orgulho de seu país no sentido de terem orgulho das políticas externa, social e econômica adotadas possuem também uma maior tolerância à imigração. No entanto, este resultado não pôde ser corroborado para os países latino-americanos em estudo neste trabalho.

5. Conclusão

Este trabalho teve por objetivo estudar os determinantes do nacionalismo para quatro países na América Latina: Argentina, Brasil, Chile e México. Para isto foram analisadas variáveis sociais, demográficas e econômicas relevantes para entender melhor o sentimento de orgulho nacional nestes países: faixa etária, renda, anos de estudo, gênero, atitude em relação à imigração, confiança interpessoal, disposição para lutar pelo país, sentimento supranacionalista, abertura comercial e crescimento econômico.

A escolha de algumas destas variáveis teve por objetivo corroborar para os países latino-americanos escolhidos para este estudo, conclusões de outros trabalhos sobre nacionalismo realizados para outros países. Jung (2008), por exemplo, conclui que o fator faixa etária é relevante para explicar o sentimento nacionalista em alguns países europeus. Neste trabalho, chegou-se à conclusão que faixa etária também é um fator explicativo importante para nacionalismo nos países latino-americanos. Também nos países latino-americanos deste estudo, pessoas mais velhas tendem a ser mais orgulhosas de seus países quando comparadas a pessoas mais jovens. Jung (2008) afirma que isto se deve ao fato de que pessoas mais jovens se sentem menos ligadas a seus países em específico, com um sentimento supranacionalista de se sentir pertencente ao mundo como um todo, maior quando comparado ao dos mais velhos. A variável sentimento supranacionalista mostrou-se significativa para os países latino-americanos deste estudo corroborando a conclusão de Jung (2008) também para a América Latina apesar da análise isolada das variáveis estatísticas descritivas não ter permitido uma conclusão precisa. A variável confiança interpessoal também se mostrou significativa, mas não na direção que seria esperada de acordo como estudo de Robinson et. al (2011) de que um maior nacionalismo está relacionado a um maior sentimento de confiança entre as pessoas. A análise descritiva dos dados estatísticos também não permitiu estabelecer uma conclusão precisa sobre a correlação destas duas variáveis para os países latino-americanos deste estudo. Desta forma, a conclusão apresentada por Robinson et. al (2011) não pôde ser comprovada também para os países latino-americanos. A escolha da variável atitude em relação à imigração teve por objetivo entender se a conclusão do estudo de Clarke (2001) que relaciona maior orgulho nacional à maior tolerância das pessoas em relação à imigração poderia ser verificada para a América Latina. A variável não se mostrou significativa no modelo econométrico

apesar da análise descritiva dos dados ter apontado para um padrão semelhante ao estudado por Clarke (2001).

O estudo das outras variáveis levou ao entendimento de que na América Latina, pessoas mais velhas, com menor nível de renda e com menor nível de educação formal são mais orgulhosas de seus países. Outras variáveis como visão política e disposição para lutar pelo país se mostraram significativas no modelo na direção de que pessoas com uma visão política mais de direita e com disposição para lutar pelo seu país têm maior propensão a se declararem mais orgulhosas de seus países. As variáveis abertura comercial e PIB per capita também se mostraram significativas, mas com pequeno impacto na variável dependente nacionalismo. Outras variáveis como gênero e status de emprego não se mostraram significativas. Ao contrário do que seria esperado, o status de desempregado da pessoa não influencia em sua declaração sobre seu nível de orgulho nacional.

Sugere-se para trabalhos futuros a inclusão de mais variáveis que possam explicar nacionalismo na América Latina e o entendimento das razões teóricas que levam variáveis como visão política a terem influência na determinação do sentimento de orgulho nacional das pessoas.

6. Referências

- ANDERSON, B. *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*, Verso, London, 1983
- BOLI, J; THOMAS, G. *Constructing world culture: International nongovernmental organizations since 1875*. *Stanford University Press*, Stanford, 1999
- CLARKE, H.D. et al. *Opinions about immigrants and national identity: Canada in comparative perspective*. *ECPR Annual Joint Workshops*, Grenoble, France, 2001. 17 p.
- DEFLEM, M and PAMPEL, F.C. *The myth of postnational identity: Popular support for European unification*. *Social Forces*, 1996, p. 119-143

DOWER, N. An introduction to global citizenship. *Edinburgh University Press*, Edinburgh, 2003

EASTERLY, W. and LEVINE, R. Africa's growth tragedy: Policies and ethnic divisions. *Quarterly Journal of Economics*, 1997, p. 1203-1250

JUNG, J.K. Growing supranational identities in a globalizing world? A multilevel analysis of the World Values Survey. *European Journal of Political Research*, 2008, p. 578-609

ROBINSON, A.L. et al. National Identification and Interpersonal Trust in Diverse Societies. *Working Group in African Political Economy (WGAPÉ)*, San Diego, 2011

ROSENAU, J. Emergent spaces, new places and old faces: Proliferating identities in a globalizing world. In *J.Friedman and S. Randeria (eds), Worlds on the move: Globalization, migration and cultural security*, London, 2004

WOOLDRIDGE, J.M. Introdução à Econometria: uma abordagem moderna. São Paulo: Thomson, 2007. 684 p.

ZAK, P and KNACK, S. Trust and Growth. *Economic Journal*, 2001, p. 295-321

7. Apêndice

Tabela 1. Orgulho Nacional - Argentina (1981-2007)

Argentina	1981-1984	1989-1993	1994-1999	1999-2004	2005-2007
Muito orgulhoso	465	527	592	818	590
Orgulhoso	330	300	307	307	309
Não muito orgulhoso	127	108	83	51	34
Não sou orgulhoso	25	26	32	42	21
Total	947	961	1.014	1.218	954

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 2. Orgulho Nacional - Brasil (1989-2007)

Brasil	1989-1993	1994-1999	2005-2007
Muito orgulhoso	1.128	737	583
Orgulhoso	406	220	666
Não muito orgulhoso	123	164	153
Não sou orgulhoso	114	22	88
Total	1.771	1.143	1.490

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 3. Orgulho Nacional - Chile (1989-2007)

Chile	1989-1993	1994-1999	1999-2004	2005-2007
Muito orgulhoso	790	554	858	586
Orgulhoso	502	315	250	334
Não muito orgulhoso	173	112	59	55
Não sou orgulhoso	25	12	28	15
Total	1.490	993	1.195	990

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 4. Orgulho Nacional - México (1981-2007)

México	1981-1984	1989-1993	1994-1999	1999-2004	2005-2007
Muito orgulhoso	1.184	834	1.593	1.211	1.293
Orgulhoso	411	490	518	235	193
Não muito orgulhoso	196	139	145	58	59
Não sou orgulhoso	26	23	21	17	14
Total	1.817	1.486	2.277	1.521	1.559

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 13. Orgulho Nacional por classe social - Argentina (2007)

Argentina	Alta	Média Alta	Média Baixa	Trabalhadora	Baixa	Total
Muito orgulhoso	1	63	173	285	40	562
Orgulhoso	0	33	98	131	33	295
Não muito orgulhoso	0	3	11	14	5	33
Não sou orgulhoso	2	6	5	5	1	19
Total	3	105	287	435	79	909

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 14. Orgulho Nacional por classe social - Brasil (2007)

Brasil	Alta	Média Alta	Média Baixa	Trabalhadora	Baixa	Total
Muito orgulhoso	3	11	215	195	154	578
Orgulhoso	5	17	236	248	155	661
Não muito orgulhoso	0	1	50	56	46	153
Não sou orgulhoso	2	1	27	28	30	88
Total	10	30	528	527	385	1.480

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 15. Orgulho Nacional por classe social - Chile (2007)

Chile	Alta	Média Alta	Média Baixa	Trabalhadora	Baixa	Total
Muito orgulhoso	8	84	274	136	77	579
Orgulhoso	6	34	144	99	47	330
Não muito orgulhoso	0	10	29	13	2	54
Não sou orgulhoso	1	1	6	5	2	15
Total	15	129	453	253	128	978

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 16. Orgulho Nacional por classe social - México (2007)

México	Alta	Média Alta	Média Média	Média Baixa	Trabalhardora	Baixa	Total
Muito orgulhoso	9	255	543	243	198	23	1.271
Orgulhoso	2	52	70	31	30	1	186
Não muito orgulhoso	1	10	20	6	17	0	54
Não sou orgulhoso	0	1	3	1	8	0	13
Total	12	318	636	281	253	24	1.524

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 17. Orgulho Nacional por anos de estudo - Argentina (2007)

Argentina	Elementar não concluída	Elementar	Secundária	Superior	Total
Muito orgulhoso	71	271	222	26	590
Orgulhoso	35	127	125	22	309
Não muito orgulhoso	2	14	12	6	34
Não sou orgulhoso	0	6	5	10	21
Total	108	418	364	64	954

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 18. Orgulho Nacional por anos de estudo - Brasil (2007)

Brasil	Elementar não concluída	Elementar	Secundária	Superior	Total
Muito orgulhoso	226	151	163	40	580
Orgulhoso	213	146	245	60	664
Não muito orgulhoso	47	37	47	21	152
Não sou orgulhoso	30	20	28	9	87
Total	516	354	483	130	1.483

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 19. Orgulho Nacional por anos de estudo - Chile (2007)

Chile	Elementar não concluída	Elementar	Secundária	Superior	Total
Muito orgulhoso	98	149	272	66	585
Orgulhoso	46	111	139	37	333
Não muito orgulhoso	2	15	27	11	55
Não sou orgulhoso	2	2	10	1	15
Total	148	277	448	115	988

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 20. Orgulho Nacional por anos de estudo - México (2007)

México	Elementar não concluída	Elementar	Secundária	Superior	Total
Muito orgulhoso	243	354	512	181	1.290
Orgulhoso	36	52	68	37	193
Não muito orgulhoso	22	12	21	4	59
Não sou orgulhoso	6	5	3	0	14
Total	307	423	604	222	1.556

Fonte: World Values Survey. Elaboração própria.

Tabela 38. Modelo Econométrico para Nacionalismo (ologit)

Variáveis Independentes	Coefficientes
Idade	-0.010*** (0.0010)
Educação formal (educação superior completa ou incompleta)	0.0892* (0.0464)
Renda (classes alta e média alta)	0.1112* (0.0578)
Gênero (homem)	-0.0212 (0.0316)
Status de emprego (desempregado)	0.0524 (0.0574)
Atitude em relação à imigração	-0.060 (0.0536)
Disponibilidade em lutar pelo país	-0.5978** (0.0331)
Confiança interpessoal	0.1061*** (0.0412)
Sentimento supranacionalista	0.2187*** (0.0529)
Visão política (esquerda)	0.2594*** (0.0317)
Abertura comercial	-0.0015* (0.0021)
PIB per capita	-0.0002*** (0.0000)
Cut 1	-2.0149 (0.1929)
Cut 2	-0.3413 (0.1929)
Cut 3	1.1483 (0.1968)
Pseudo R ²	0.0297

Número de observações

17.689

Notas: *** significativa a 1%; ** significativa a 5%; * significativa a 10%; ausência de asterisco: variável não significativa