

Debate / Controversy

¿Importa la cultura durante una pandemia? Una aproximación a la crisis española de la COVID-19 / Does culture matter during a pandemic? An approach to the Spanish crisis of the COVID-19

Fernando Bruna

Grupo de Investigación Jean Monnet de Competencia y Desarrollo (C+D) y agrupación estratégica *Economics and Business Administration for Society* (ECOBAS), Departamento de Economía, Facultade de Economía e Empresa, Universidade da Coruña, España / Spain
f.bruna@udc.es
<http://orcid.org/0000-0002-6433-0987>

Matilde Massó

Departamento de Sociología y Ciencias de la Comunicación, Facultade de Socioloxía, Universidade da Coruña, España / Spain
m.massó@udc.es
<http://orcid.org/0000-0003-3163-7023>

Isabel Neira

Departamento de Economía Cuantitativa, Universidade de Santiago de Compostela, España / Spain
isabel.neira@usc.es
<http://orcid.org/0000-0003-0619-5964>

Recibido / Received: 04/05/2020

Aceptado / Accepted: 05/06/2020



RESUMEN

La cultura, como conjunto de creencias, valores y normas predominantes en una sociedad, ejerce un papel central en distintos fenómenos asociados a una pandemia. En este artículo analizamos un conjunto de indicadores culturales que influyen en la definición y seguimiento de las normas de higiene, distanciamiento físico y confinamiento. Los principales resultados apuntan a que los españoles tienen bajos niveles de confianza en los demás, pero altos niveles en el valor de conformidad. Ello abre una agenda de investigación sobre la forma en la cual estas creencias y valores, y su agregación en normas sociales de naturaleza cultural, propician distintos modelos de políticas públicas para hacer frente a la crisis sanitaria, la aceptación social de estas políticas y su efectividad.

Palabras clave: pandemia; valores; normas; confianza; conformidad.

ABSTRACT

In this paper we argue that culture, as a set of beliefs, values, and norms prevailing in a society, exerts a relevant role in various phenomena related to a pandemic. We analyse several cultural indicators that may affect the definition and follow-up of the norms of hygiene, social distance and lockdown. We conclude that the people in Spain has very low levels of trust in others, but high levels of conformity. This opens a research agenda on the way in which these beliefs and values foster different models of public policies to face the health crisis, their social acceptance and effectiveness.

Keywords: pandemic; values; norms; trust; conformity.

*Autor para correspondencia / Corresponding author: **Matilde Massó**. m.massó@udc.es.

Sugerencia de cita / Suggested citation: Bruna, F., Massó, M., Neira, I. (2020). ¿Importa la cultura durante una pandemia? Una aproximación a la crisis española de la COVID-19. *Revista Española de Sociología*, 29 (3), 747-758.

(Doi: <http://dx.doi.org/10.22325/fes/res.2020.48>)

INTRODUCCIÓN

El seguimiento de las normas de higiene, distanciamiento físico¹ y confinamiento constituye un aspecto central en la mitigación de la actual pandemia. Ampliando el foco, sabemos que la cultura, a través de las creencias y los valores, tiene un efecto importante en la expansión de enfermedades. Numerosos autores han analizado este hecho en diversas manifestaciones, tales como el reconocimiento de los síntomas y la reacción a los mismos (Albrecht, 2005; Iwelunmor *et al.*, 2014), la capacidad cognitiva para entender los discursos de base científica (Torres Albero, 2005), interpretar la amenaza de una crisis sanitaria, interiorizar nuevas normas de conducta, o evaluar el riesgo de determinadas prácticas sociales como la celebración de ritos funerarios, o encuentros con amigos (Fairhead, 2016).

En este artículo subrayamos que la intervención de las autoridades en la detección y gestión de la pandemia, así como la reacción de la ciudadanía y de otros agentes, está ampliamente influida por dichas creencias, valores y pautas culturales. Siguiendo el enfoque cognitivo-institucional para el análisis de las crisis (Stern, 1999; Stern y Sundelius, 2002), la definición de una situación de riesgo o crisis se basa en la percepción de dicha situación por parte de los poderes públicos (Bernhardsdottir, 2015). De acuerdo con este enfoque, la subjetividad juega un papel muy relevante en la definición de una crisis. A su vez, dicha percepción determinará como se reaccionará a la misma.

En este marco, el objetivo de este artículo es plantear la posible influencia de la cultura en la definición y seguimiento de las normas de confinamiento, higiene y distanciamiento físico adoptadas en España y otros países. Seleccionamos varios posibles indicadores de creencias y valores culturales

que puedan tener incidencia en varios aspectos de una pandemia y con ellos observamos las muy distintas características de cada sociedad a la hora de enfrentarse a la pandemia. Ello permite proponer una agenda de investigación.

Se realiza un análisis comparativo de una serie de indicadores con potencial explicativo sobre fenómenos relacionados con la expansión y mitigación de la pandemia de la COVID-19, usando datos procedentes de la *European Social Survey* y de la *World Value Survey*. Comparando España con una selección de países, mostramos que es muy bajo el porcentaje de españoles que consideran importante formar a individuos independientes y es relativamente alto el porcentaje de aquellos que aprecian la formación en la obediencia. Además, España tiene muy bajos niveles de confianza generalizada (confianza en la mayoría de la gente) y en el gobierno, y muy altos niveles de conformidad, evaluada por el porcentaje de personas que se identifican con la importancia de comportarse siempre adecuadamente. Tiene también unos porcentajes relativamente altos de personas que se identifican con alguien que crea que es importante hacer lo que le digan las autoridades y seguir las reglas.

Todo ello configura un perfil cultural de la ciudadanía para el cual hay que diseñar políticas de comunicación apropiadas. Siendo España un país con bajos niveles de confianza en los otros y en el gobierno, la coerción a través de normas legales puede tener un papel más eficaz que en otros países más cooperativos. Sin embargo, esa misma falta de confianza, así como unos niveles relativamente altos de conformismo y obediencia, parecen sugerir políticas que enfatizan la credibilidad y la pedagogía de nuevas normas colectivas, de forma que se construyan nuevos estándares sociales que generen conformidad.

BIENES PREFERENTES, MALES PÚBLICOS Y CULTURA EN LA PANDEMIA

Motivación: ¿importa la cultura durante una pandemia?

En el ámbito de los recursos sanitarios y la I+D, la cultura configura criterios para intervenir

1 Utilizamos el concepto de distanciamiento “físico” en vez de “social” según las recomendaciones de la OMS (conferencia diaria informativa del 20 de marzo). El distanciamiento físico hace alusión a la distancia geográfica entre personas para prevenir la transferencia del virus, lo que no implica la desconexión social con familiares, amigos y vecinos implícita en el término “distanciamiento social”, que es ampliamente utilizado, y que puede comportar numerosos efectos en la salud mental de las personas.

preventivamente en las primeras fases de reconocimiento y contención de la pandemia, y asistencialmente, en las fases de expansión y mitigación. Desde el punto de vista de la economía pública, la sanidad constituye un “bien preferente” o “meritorio”, esto es, un bien intrínsecamente valioso² (Stiglitz y Rosengard, 2016) que justifica la intervención pública, lo que no resuelve del todo en qué ámbitos intervenir ni cómo hacerlo. Los valores humanos y, más en concreto, la agregación de estos valores en preferencias sociales de naturaleza cultural, actúan como metacriterios orientativos del comportamiento de los agentes ante cuestiones sanitarias (Painter y Qiu, 2020).

En el ámbito más específico de las nuevas normas de higiene, distancia física y confinamiento, la capacidad o efectividad para invitar, convencer u obligar a la población depende de patrones culturales, como el grado de conformidad de esa población o el nivel de confianza de la misma en sus instituciones. Siguiendo con el vocabulario de economía pública, una pandemia es un “mal público” (Kolsstad, 2010)³, como la crisis climática, por lo que su gestión debe de ser asumida por el Estado. Pero las externalidades negativas hacen que la probabilidad de contagio continúe dependiendo de los comportamientos individuales. Por tanto, es pertinente preguntarse qué valores o patrones culturales afectan a las percepciones y actitudes de los *policy makers* y de los ciudadanos ante este mal público, y ante la recesión económica que la pandemia ocasiona. El diseño óptimo de políticas de comunicación y mitigación debería tener en cuenta estos patrones culturales de las poblaciones receptoras de esas políticas.

Cultura: creencias, valores y normas

En este trabajo definimos cultura como el conjunto de creencias, valores y normas sociales

transmitidas en el seno de un grupo social, que son el resultado del devenir histórico de ese grupo social y de las circunstancias y estructuras socioeconómicas que le han afectado, y que determinan la forma de ver el mundo de los individuos y del grupo mismo (Alexander, 2000). La construcción histórica de la cultura a través de la socialización, como mecanismo de dominación, legitimación, adaptación y supervivencia, ya nos indica que distintas respuestas culturales pueden no ser socialmente óptimas ante cada tipo de problemas. Adicionalmente, las creencias, valores y normas no orientan la acción de una manera mutuamente coherente e invariable (Swidler, 1986), sino que la cultura ofrece un repertorio de recursos que permite a los individuos desarrollar diversas líneas de acción. Ello, sumado al carácter multidimensional de la cultura, justifica cierta diversidad de ideas y comportamientos dentro del grupo social, con varias capas de coherencia y contradicción, lo que dificulta la identificación clara de patrones culturales.

Las creencias son ideas o teorías acerca de cómo funciona el mundo, las cosas y las personas (Veira, 2010). En este trabajo nos centramos en la creencia de si se puede confiar o no en la gente. Las creencias tienen un sustrato informativo, dado por la acumulación histórica de información social transmisible y con intermediación institucionalizada de estructuras de poder. Son percepciones sobre el mundo que determinan el conjunto de acciones racionalmente posibles y los fines mismos de la acción racional. A su vez, el conjunto de creencias sociales sobre todos los aspectos inmateriales y materiales de la existencia humana se construye recíprocamente con un reducido número de criterios que sintetizan todas las creencias y sirven, a su vez, para orientarlas. Esos son los valores.

Schwartz (1992) define valores humanos como amplios fines o metas motivacionales que trascienden situaciones específicas, sirven de guías de comportamiento, y criterio para juzgar a la gente y los acontecimientos. Más concretamente Schwartz ofrece una medición empírica centrada en 10 valores o metas motivacionales, entre las cuales se encuentra el valor de la conformidad que analizamos en este artículo. Las contribuciones empíricas más relevantes al análisis de los valores humanos tienden a construirse sobre los presupuestos concep-

2 Más estrictamente, un “bien preferente” tiene elevadas externalidades positivas potenciales, tiene aspectos distributivos y presenta dificultades de información y de determinación de preferencias para los individuos.

3 El mal público “pandemia” es no-rival (el hecho de que alguien se contagie no reduce el contagio de otras personas) y es no-excluyente (es muy costoso excluir a un individuo, grupo o territorio de ser contagiado).

tuales de dicha propuesta, que parte de una selección a priori de valores fundamentales vinculados a necesidades humanas también fundamentales (Díez Nicolás, 2011). Las críticas más relevantes a dicho enfoque se han centrado precisamente en la ausencia de una vinculación más arraigada de los valores a circuitos o conjuntos de interacción social a través de las cuales se transmiten y reproducen determinados valores que no están a priori vinculados a necesidades humanas, sino fundamentalmente a estructuras sociales de interacción (Hitlin y Piliavin, 2004).

Si los valores representan principios morales generales, las normas sociales encarnan directivas concretas de acción. Una norma social es una expectativa informal y/o formal de comportamiento que regula las interacciones sociales (Portes, 2010). Las normas sociales “encarnan” o “cristalizan” los valores sociales en contextos específicos, para los cuales prescriben o restringen comportamientos también específicos. Las expectativas de comportamiento se producen en el contexto de lo que cada uno piensa que los demás piensan que es el comportamiento adecuado. Ello está vinculado a valores predominantes, un mecanismo que opera vía incentivos y castigos sociales, mediados por las emociones (Elster, 2009). Las normas sociales son, por tanto, reglas de conducta esperadas relativas siempre a grupos de referencia (nosotros, ellos) contextualizados. Es esta sujeción a la aprobación o desaprobación *anticipada* del grupo de referencia lo que convierte a las normas en sociales.

Un ejemplo de planteamiento cultural: conformidad y distancia física

Podemos concretar el marco anterior en el caso de la distancia física. En la fase de desescalada, y no antes, la distancia física interpersonal ha pasado a constituir una norma legal (Orden SND/380/2020, de 30 de abril, publicada en el *BOE* de 1 de mayo de 2020). La dificultad de controlar su cumplimiento, su extenso ámbito de aplicación, junto con el riesgo de contagiar o ser contagiado por terceros en caso de no cumplirla, nos permiten caracterizarla esencialmente como una norma social. Su incumplimiento se asocia a sanciones de

distinto carácter, como multas, sensación de estar haciendo algo incorrecto, o miradas reprobatorias, por ejemplo.

Los conceptos de conformidad (*conformity*) y obediencia hacen referencia a la disposición individual a cumplir las normas. En el caso de la obediencia, dicha disposición se produce independientemente de la valoración individual del mandato, y este procede de una autoridad legal aceptada como legítima (Weber, 1981). En el caso de la conformidad, su seguimiento se deriva, como hemos apuntado, de la existencia de sanciones por parte del grupo de referencia y de las expectativas de los actores acerca de “lo que debe hacerse”, de modo que unos y otros esperan que se produzca un tipo de comportamiento (Tena-Sánchez y Güell-Sans, 2011). Así, mientras que obediencia es la respuesta a un mandato de una autoridad legítima, la conformidad se refiere a la adaptación de la conducta individual a la norma del grupo, con el fin de armonizar comportamientos y actitudes con los del grupo (Levine y Pavelchak, 1985).

Ahora bien, si no hay una regularidad de la conducta, no puede hablarse de la existencia de normas, y en el caso del distanciamiento físico, ante la novedad de una pandemia, dicha regularidad no ha tenido tiempo a asentarse suficientemente para ser aplicada en diversos contextos y situaciones sociales. Las creencias privadas sobre el cómo comportarse en supermercados, farmacias, centros de trabajo y en la vía pública, poseen un elevado grado de indefinición, dada la amplia casuística de situaciones personales y familiares, la singularidad de la situación que estamos viviendo y el shock psicosocial que sufren individuos y grupos (de edad, laborales...). En este marco, cobra fuerza el concepto de norma percibida (Lapinski y Rimal, 2005), frecuente en los estudios de salud pública, referida a la creencia subjetiva del mandato y la presión subjetiva percibida para cumplirlo.

En cualquier caso, la adopción de estas nuevas prácticas no opera en el vacío sino en un marco de creencias y valores, enraizados socialmente, que refuerzan la conformidad de estas nuevas normas. Dichos valores y creencias influyen también en la percepción subjetiva de las nuevas normas, esto es, acerca de qué es lo percibido como adecuado o inadecuado, como permitido o sancionable. En

el apartado siguiente seleccionamos unos pocos valores y algunas creencias que son susceptibles de condicionar tanto el tipo de respuesta a la pandemia por parte de los administradores públicos como la disposición al seguimiento de las nuevas normas sociales de higiene y distanciamiento.

LA MEDICIÓN DE VARIABLES CULTURALES

En esta sección presentamos los valores y creencias culturales que analizaremos posteriormente en la sección empírica. En lo referido a valores, nos centramos en dos conocidas escalas, la de Geert Hofstede y la de Shalom Schwartz. Más concretamente, discutiremos dos de las dimensiones culturales que plantea Hofstede *et al.* (2010), la orientación a largo plazo y el individualismo; y una de las dimensiones del esquema de Schwartz (2012), la relativa a la conformidad o seguimiento de las normas (*conformity*). Adicionalmente, tal y como se indicó en la sección previa, se analiza la confianza en los otros, como una característica cultural que no es valor humano, sino una creencia.

Basándose en la metodología de encuesta, Hofstede *et al.* (2010) elaboran dos índices unidimensionales para evaluar la orientación a largo/corto plazo, por un lado, y el individualismo/colectivismo, por otro. La orientación a largo plazo representa actitudes orientadas a futuras recompensas; en particular la perseverancia y la frugalidad. Su polo opuesto, la orientación a corto plazo, representa el fomento de las actitudes relacionadas con el pasado y el presente; en particular el respeto por la tradición, la preservación de la reputación y el cumplimiento de las obligaciones sociales. Por su parte, el individualismo se refiere a las sociedades en las que los lazos entre los individuos están “suelos”: las personas esperan cuidar de sí mismas y de su familia inmediata (nuclear). El colectivismo, por el contrario, se refiere a sociedades en las que las personas, desde su nacimiento, están integradas en grupos fuertes y cohesionados.

Como se mostrará después en la Tabla 1, Hofstede *et al.* (2010) construyen dos índices en la escala de 0 a 100 en los que los valores altos corresponden a orientación a largo plazo e individualismo, y los valores bajos a orientación a corto

plazo y colectivismo, respectivamente. El índice de individualismo/colectivismo de Hofstede, en particular, ha sido ampliamente usado en estudios comparativos internacionales. Sin embargo, esta escala continua desde individualismo a colectivismo plantea problemas. Por ejemplo, priorizar la familia antes que el trabajo es considerado indicador de individualismo, lo que eleva el “individualismo” en países mediterráneos y lo reduce en países anglosajones. Adicionalmente, el individualismo de Hofstede refleja tanto valores individualistas como igualitarios (Bernhardsdóttir, 2015). Debido a estas dificultades, presentaremos una medición alternativa de individualismo y colectivismo, como indicadores separados, basada en el trabajo de Yoon (2012). Usando la *World Value Survey*, este autor usa cuatro cualidades que se pueden inculcar a los niños en el hogar, según hayan sido mencionadas o no por el entrevistado⁴. Usando la codificación de estas respuestas, Yoon (2012) define aditivamente “individualismo” como (Independencia + Sentido de la responsabilidad + Imaginación + Determinación y perseverancia), mientras que “Colectivismo” será (Tolerancia y respeto por otra gente + Generosidad + Obediencia + Fe religiosa).

En la Tabla 1 presentamos el porcentaje de entrevistados, según países, que mencionaron como relevante los valores que componen el agregado “individualismo” (ítems 3-6) y el resultado sintético de dicho valor agregado (ítem 7). Igualmente presentamos los mismos resultados para el valor del “colectivismo” (ítem 11). Para su cálculo agregado hemos excluido la fe religiosa por entender que constituye un indicador altamente discutible de colectivismo.

La teoría de los valores humanos básicos de Shalom Schwartz es una de las teorías transculturales más utilizadas en el campo de la investigación del comportamiento. Esta teoría ha sido refinada desde los años ochenta para alcanzar su versión más reciente, a partir de 2012 (Corrons y Garay, 2019), y se refiere a los valores centrales que la gente de todas las culturas reconoce

4 “Aquí tiene una lista de cualidades que se pueden inculcar a los niños en el hogar. ¿Cuál considera usted especialmente importante, si es que considera alguna? ¡Por favor, seleccione hasta cinco!”.

Tabla 1. Indicadores culturales para países seleccionados, según datos de Hofstede y la WVS.

		España	Alemania	China	Corea del Sur	Estados Unidos	Japón	Países Bajos	Suecia
1	Orientación a largo plazo (índice 0-100)	48	83	87	100	26	88	67	53
2	Individualismo-Colectivismo (índice 0-100)	51	67	20	18	91	46	80	71
3	Independencia (% que lo mencionan)	43	74	70	58	54	68	61	70
4	Sentido de la responsabilidad (% que lo mencionan)	79	81	66	88	65	87	91	83
5	Imaginación (% que lo mencionan)	25	30	17	15	31	32	20	47
6	Determinación y perseverancia (% que lo mencionan)	38	60	26	55	36	68	37	34
7	Individualismo (media 3, 4, 5, 6)	46	61	45	54	46	64	52	58
8	Tolerancia y respeto por otra gente (% que lo mencionan)	74	67	52	41	72	65	86	87
9	Generosidad (% que lo mencionan)	35	6	29	11	33	45	23	30
10	Obediencia (% que lo mencionan)	31	13	8	9	28	5	26	12
11	Colectivismo (media 8, 9, 10)	47	28	30	20	44	38	45	43
12	Fe religiosa (% que lo mencionan)	11	12	1	25	43	4	14	4
13	Es importante comportarse adecuadamente (%)	63	31	34	51	38	12	28	34
14	Confianza en la mayoría de la gente (%)	19	45	60	27	35	36	66	60
15	Confianza completa en la familia (%)	94	76	86	83	69	73	59	89
16	Confianza en el gobierno (%)	21	44	85	50	33	24	33	60

Fuente: elaboración propia. Las filas 1 y 2 proceden de los índices de Hofstede *et al.* (2010), versión de los datos 2015, con puntuaciones en un rango de 0 a 100, en las que el país con más orientación a largo plazo o más individualista recibe el valor 100, y el país con más orientación a corto plazo o más colectivista recibe el valor 0. El resto de variables son de la *World Value Survey* (WVS), ronda 6, 2010-2014. Las filas 3 a 6, 8 a 10 y 12 contienen el porcentaje de encuestados que consideraron importante que los hijos sean alentados en el hogar a tener esa cualidad (% que lo mencionan). Las filas 7 y 11 contienen medias aritméticas de las variables que Yoon (2010) incluye en sus índices de individualismo y colectivismo, salvo que aquí separamos la fila 12, cuya variable es considerada por ese autor como parte del indicador de colectivismo. La fila 13 contiene el porcentaje de encuestados que seleccionaron que “se le parece mucho” o “es como yo” (códigos 1 o 2 en una escala de 1 a 6) una persona para la cual es importante comportarse siempre adecuadamente. Las filas 14 a 16 contienen el porcentaje de encuestados que seleccionaron mucha o bastante confianza (en una escala de 1 a 4).

(Schwartz, 2012). Identifica diez tipos motivacionales distintos de valores y especifica las relaciones dinámicas entre ellos. Aquí nos centraremos solamente en la dimensión “conformidad”, que se refiere al objetivo humano de restringir las acciones, inclinaciones e impulsos que puedan molestar o dañar a otros y violar las expectativas o normas sociales. En la *European Social Survey*, la dimensión de conformidad se evalúa dentro de

un grupo de preguntas en las que se solicita al encuestado que evalúe del 1 al 6 su identificación con un conjunto de afirmaciones. En la dimensión que Schwartz denomina “conformidad” se incluyen únicamente dos ítems:

— “Es importante comportarse siempre correctamente. Quiere evitar hacer cualquier cosa que puedan decir que está mal”.

— “Las personas deberían hacer lo que se les manda. Cree que deberían obedecer las normas siempre, aunque nadie les vea”.

El valor “conformidad” corresponde al objetivo motivacional “restricción de acciones que probablemente disgusten a otros y violen las expectativas sociales o las normas”. Por ello, Schwartz incluye en este valor de “conformidad” los dos ítems que acabamos de indicar, aunque el primero de ellos sea el que corresponde a conformidad propiamente dicha y el segundo a obediencia, según las definiciones que vimos en la sección anterior, como la de Levine y Pavelchak (1985). Estos dos ítems figuran en la *European Social Survey* y los presentamos más adelante en la Figura 1. Solo el primero de ellos se incorporó también al cuestionario de la *World Value Survey*, como veremos en la Tabla 1. La literatura empírica suele evaluar las dimensiones de Schwartz centrando las codificaciones de 1 a 6 de las respuestas (véase, p. ej., Sortheix y Schwartz, 2017). En vez de así, en la Tabla 1 y Figura 1 recogeremos el porcentaje de entrevistados que responden que la persona descrita “se le parece a ella” o “se parece mucho” (códigos 1 y 2 en una escala de 1 a 6), que es un indicador con una interpretación más intuitiva.

Finalmente, y con respecto a la confianza, en este artículo consideramos que constituye una creencia cultural que puede ser relevante a la hora de evaluar distintos fenómenos asociados con una pandemia, ya que es el fundamento de la cooperación. La literatura distingue dos tipos de confianza (Paxton, 1999). La confianza horizontal o social se refiere a personas, y puede ser confianza generalizada, en la mayoría de la gente, o dirigida a grupos concretos (familia, vecinos, conocidos). La confianza vertical o política se refiere a instituciones. En la Tabla 1 se presentan los indicadores de confianza generalizada, en la familia y en el gobierno, obtenidos de la *World Value Survey*.

EJEMPLOS DE INDICADORES CULTURALES: ESPAÑA EN PERSPECTIVA COMPARADA

La Tabla 1 ofrece un resumen de los cuatro tipos de indicadores comentados en el apartado

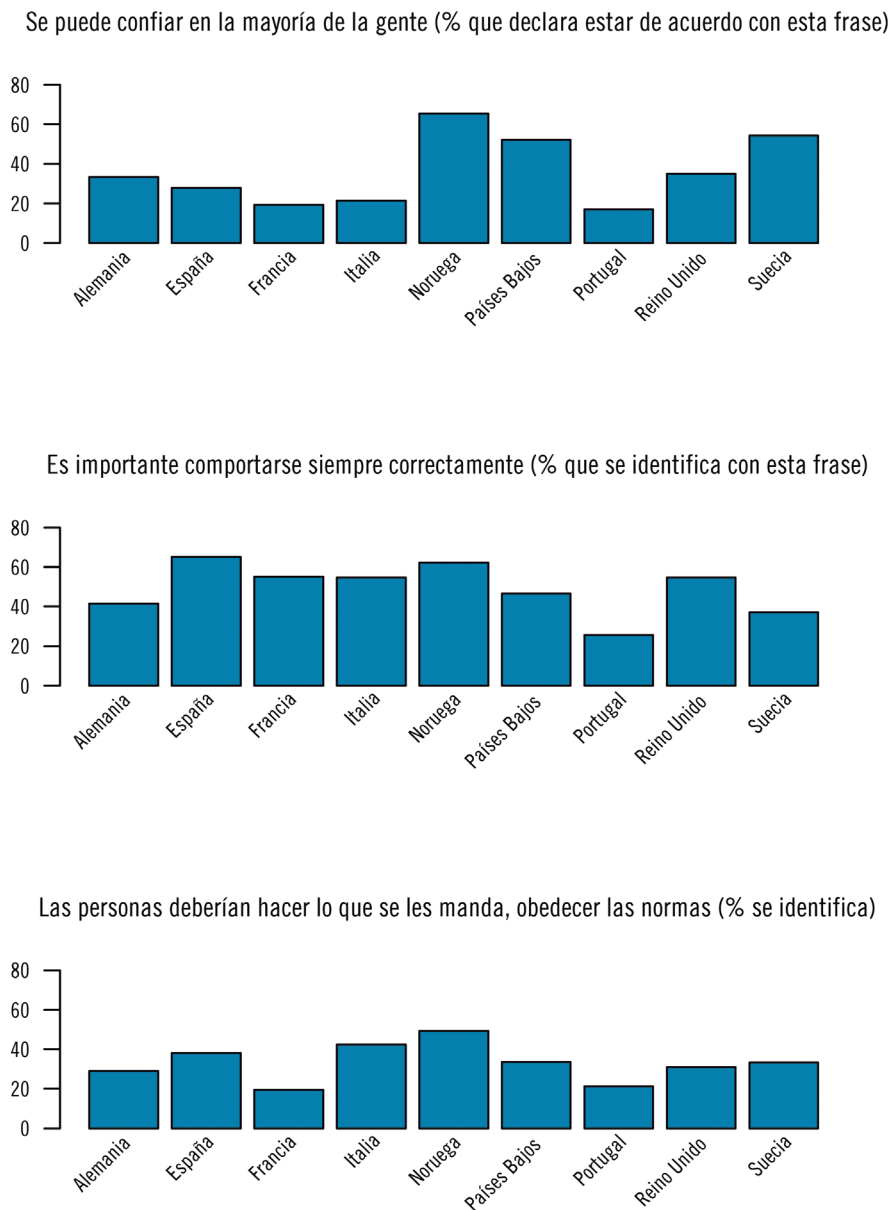
precedente. Comparado con los otros países, España es un país con cierta orientación a corto plazo, según el indicador de Hofstede, aunque no muy acentuada. La orientación a corto plazo se refiere a actitudes relacionadas con el pasado y el presente. Esto indica que muchos españoles asignan importancia al respeto por la tradición, la preservación de la reputación y el cumplimiento de las obligaciones sociales. Estos últimos dos aspectos son relevantes para el respeto a las normas sociales de confinamiento y de distancia física interpersonal.

Otro indicador con potencial explicativo para el comportamiento de los agentes durante una pandemia es el de individualismo/colectivismo, pero los datos de las filas 2, 7 y 11 no ofrecen un perfil claro del caso español. Por esta razón hemos acudido a los indicadores concretos que se consideran individualistas o colectivistas. Y aquí empezamos a discernir algunas pautas. Por ejemplo, bajo el restrictivo marco de comparar únicamente ocho países, el porcentaje de españoles que consideran importante la independencia es bajo, mientras que lo contrario ocurre con la obediencia. Ello permite ir esbozando hipótesis de investigación sobre la forma más adecuada de políticas de comunicación y mitigación bajo esta perspectiva cultural concreta.

Pero la fila 14 de la Tabla 1 nos indica que los españoles no se fían unos de otros⁵. Tampoco se fían del gobierno (fila 16), solo de la familia (fila 15). Esto induce a pensar que en el caso español las autoridades han de realizar un esfuerzo extraordinario para transmitir credibilidad. Ello implica esfuerzos pedagógicos, pero deja abierta también la puerta a una interpretación más coercitiva. Si los ciudadanos no se fían unos de otros, lo que nos remite al fenómeno de los “policías de

5 Para el caso español, Pena y Sánchez (2018) muestran que la percepción de confianza general o de ausencia de comportamientos oportunistas se encuentran relacionadas con la educación y el acceso y la movilización de una red de lazos facilitada por la pertenencia a asociaciones abiertas, las cuales facilitan puentes entre grupos diversos. Más generalmente, Bjørnskov (2006) señala que la confianza generalizada es mayor en los países protestantes y menor en países con mayor desigualdad de ingresos y mayor diversidad étnica.

Figura 1. Tres indicadores de confianza y conformidad para países seleccionados, según la ESS.



Fuente: elaboración propia con datos de la *European Social Survey* (ESS), ronda 8, año 2018. En el ítem sobre confianza pide que el encuestado se sitúe en una escala de 0 (“Nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás”) a 10 (“Se puede confiar en la mayoría de la gente”). La altura de las barras indica el porcentaje de encuestados que seleccionaron un grado de acuerdo entre 7 y 10. En las preguntas sobre “comportarse correctamente” y “hacer lo que se les manda” el entrevistado declara cuánto se le parece una persona descrita con esa frase, en una escala de 1 (“Se parece mucho a mí”) a 6 (“No se parece nada a mí”). La altura de las barras representa el porcentaje de encuestados que manifestaron que se parecía (2) o se parecía mucho (1) a ellos.

balcón”⁶, los mecanismos de cooperación voluntaria no funcionan bien. Ante el mal público “pandemia”, la coerción legal permite la implantación directa de una norma, pero también crea un estándar de norma social desde el cual se active el propio control social entre ciudadanos.

En este sentido, la fila 13 de la Tabla 1 deja claro que la fijación de estándares sociales es muy importante en el caso español: un 63 % de los españoles entrevistados se identifican con una persona que crea que “es importante comportarse siempre adecuadamente”. Este aspecto es tan relevante que lo estudiamos de nuevo con datos recientes de la *European Social Survey*. La Figura 1 muestra una comparación de tres indicadores culturales, uno de confianza generalizada y los otros dos que forman parte de lo que en la escala de Schwartz se incluye dentro de la dimensión de “conformidad”, como hemos indicado en la sección anterior. Se confirma que una proporción elevada de españoles se identifican con una persona para la cual sea importante comportarse adecuadamente. También podemos ver que España tiene un porcentaje de valoración relativamente bajo en confianza generalizada, y relativamente alto en “seguir las reglas”.

La interpretación de estos resultados exige cierta cautela. Por ejemplo, un 65 % de los encuestados españoles se identifica con una frase sobre conformidad, pero un 35 % de los encuestados no se considera identificado por esa frase. Por ello no es posible afirmar que España en su conjunto valore la conformidad. Si embargo, tomados estos datos de forma comparativa con otros países, ayudan a esbozar hipótesis sobre el perfil de los españoles en fenómenos relevantes para una pandemia. Eso justifique que, en aras de la comunicación, ocasionalmente se pueden realizar generalizaciones sobre, por ejemplo, el nivel de conformidad de los españoles.

6 Se designó popularmente de esta forma a los ciudadanos que desde la ventana de edificios increpaban a otros para que mantuviesen el confinamiento. Este fenómeno, posiblemente magnificado por la prensa y las redes sociales, se puede entender como un mecanismo de control social en una sociedad desconfiada que valora la reputación y el cumplimiento de las obligaciones sociales, y que tendría también otras manifestaciones más sutiles.

Para terminar, conviene resaltar que las posibles relaciones causales de estas dimensiones culturales con comportamientos observables durante una pandemia quizá tengan carácter multidimensional, de acuerdo con las pautas complejas que deja ver la Figura 1. Por ejemplo, los porcentajes de las tres preguntas son bajos en Portugal y altos en Noruega, Francia presenta un indicador más bajo que España de confianza y también más bajos indicadores de conformidad, configurando perfiles culturales diferentes. Ante situaciones reales que conlleven una actitud o decisión de los ciudadanos y los representantes públicos, estos perfiles diferenciados pueden producir distintos resultados.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este artículo hemos analizado la importancia de la cultura, entendida de manera restrictiva como un conjunto de normas, valores y creencias, como un elemento que potencialmente es susceptible de condicionar tanto la adecuación del tipo de respuesta proporcionada por las autoridades públicas como la desarrollada por la ciudadanía española, en una perspectiva comparada. Más concretamente, hemos visto cómo los valores actúan como meta-criterios orientativos del comportamiento de los actores sociales. Por un lado, configuran las percepciones, preferencias y acciones de los *policy makers* ante la pandemia de la COVID-19, y por otro, condicionan la disposición ciudadana al seguimiento de las normas de confinamiento, higiene y distancia física interpersonal.

Realizadas las salvedades pertinentes sobre la heterogeneidad de toda población, según los resultados obtenidos procedentes de la *European Social Survey* y la *World Values Survey*, España puede caracterizarse por ser un país con un nivel de confianza en los demás muy bajo pero que, en comparación a otros países, otorga una elevada importancia a los valores de conformidad y obediencia, quizá como mecanismo para la reducción de la incertidumbre derivada de la falta de confianza en los demás.

De ello se infiere que las medidas coercitivas adoptadas no solo reflejan valores predominantes, sino que también son susceptibles de ser más

eficaces que en otros contextos más cooperativos, en tanto que se ajustan al comportamiento axial predominante. Adicionalmente, la escasa confianza ciudadana y la conveniencia de fijar estándares que generen conformidad parecen recomendar políticas que enfatizan la credibilidad y la pedagogía.

Hemos presentado algunas formas de medir creencias y valores humanos con potencial explicativo en ciertos fenómenos asociados a la pandemia. Aparte de la consustancial dificultad metodológica de cuantificación, esta medición y comparación no tiene en cuenta la influencia de los contextos institucionales “meso” en el comportamiento axiológico de los individuos, lo que hace que los valores predominantes en un determinado contexto puedan no serlo en otro. A modo de ejemplo, la conformidad a las normas de distancia física puede constituir un principio relevante que oriente el comportamiento con la familia en la vía pública, pero no en el entorno laboral o con el grupo de amigos, o a la inversa.

Teniendo en cuenta estas limitaciones, este artículo establece como prioritario el desarrollo de una nueva agenda de investigación más sofisticada acerca de la influencia de la cultura en la percepción de la amenaza sanitaria y la adopción de nuevas normas sociales que regulen el comportamiento de distintos grupos de referencia en espacios públicos de ocio, deportivos, educativos y laborales, entre otros. Identificar qué valores y creencias son relevantes en cada contexto, examinar a qué comportamientos y actitudes pueden inducir, analizar sus interacciones con otras variables individuales y contextuales, vincular esos valores y creencias con estructuras de relaciones (capital social); todo ello permitiría definir grupos o perfiles ciudadanos según sus patrones motivacionales y culturales. Esto es extensible también a los *policy makers*, cuyas decisiones están igualmente afectadas por patrones de creencias y de valores, y al diseño óptimo de las políticas más eficientes según las características detectadas en los ciudadanos. Igualmente, el desarrollo de un programa de investigación más amplio permitiría comprender la mediación cultural de los distintos modelos de actuación ante la pandemia en sus diferentes fases.

Una dimensión relevante de dicha agenda constituye la inclusión de la ideología política en

términos de valores morales y económicos progresistas o conservadores y su relación con una mayor o menor propensión a cumplir las normas de distanciamiento físico, tal y como apuntan Painter y Qiu (2020). En esta dirección, también señalamos la importancia de incluir el contexto institucional meso en la medición de los valores y percepción subjetiva de las normas, para evitar así tomar grandes agregados sociales como internamente homogéneos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albrecht, G. (2005). The sociology of health and illness. En C. Calhoun, Ch. Rojeck, B. Turner (eds.), *The handbook of sociology*. London: Sage
- Alexander, J (2000). *Sociología cultural*. Barcelona: Anthropos.
- Bernhardsdóttir, Á. E. (2015). *Crisis-Related Decision-Making and the Influence of Culture on the Behavior of Decision Makers: Cross-Cultural Behavior in Crisis Preparedness and Response*. 1st ed. Springer.
- Bjørnskov, C. (2006). Determinants of generalized trust: A cross-country comparison. *Public Choice*, 130, 1-21.
- Corrons Giménez, A., Garay Tamajón, L. (2019). Analysis of the third-order structuring of Shalom Schwartz's theory of basic human values. *Heliyon*, 5(6), 1-7.
- Díez Nicolás, J. (2011). ¿Regreso a los valores materiales? El dilema entre seguridad y libertad en los países desarrollados. *Revista Española de Sociología*, 15, 9-46.
- Elster, J. (2009). Social Norms and the Explanation of Behavior. En P. Hedström y P. Bearman (eds.), *The Oxford Handbook of Analytical Sociology* (pp. 195-217). New York: Oxford University Press.
- Fairhead, J. (2016). Understanding Social Resistance to the Ebola Response in the Forest Region of the Republic of Guinea: An Anthropological Perspective. *African Studies Review*, 59(3), 7-31.
- Hitlin, S., Piliavin, J. A. (2004). Values: reviving a dormant concept. *Annu. Rev. Sociology*, 30, 359-393.

- Hofstede, G., Hofstede, G. J., Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, third edition. McGraw-Hill Professional. Los datos actualizados están obtenidos de <https://geerthofstede.com>.
- Iwelunmor, J., Newsome, V., Airhihenbuwa, C. O. (2014). Framing the impact of culture on health: a systematic review of the PEN-3 cultural model and its application in public health research and interventions, *Ethnicity & health*, 19(1), 20-46.
- Kolstad, Ch. (2010). *Environmental Economics*. Oxford: Oxford University Press.
- Lapinski, M., Rimal, R. (2005). An Explication of Social Norms. *Communication Theory*, 15(2), 127-147.
- Levine, J., Pavelchak, M. (1985). Conformidad y Obediencia. En S. Moscovici (ed.), *Psicología Social I* (pp. 41-70). Barcelona: Paidós.
- Painter, M., Qiu, T. 2020. Political Beliefs affect Compliance with COVID-19 Social Distancing Orders (en línea). <https://voxeu.org/article/political-beliefs-and-compliance-social-distancing-orders>, acceso 11 de mayo de 2020.
- Paxton, P. (1999). Is Social Capital Declining in the United States? A Multiple Indicator Assessment. *American Journal of Sociology*, 105(1), 88-127.
- Pena-López, J. A., Sánchez-Santos, J. M. (2018). Capital social, confianza y modelos de asociacionismo en España. *Papers. Revista de Sociología*, 103(2), 153-173.
- Portes, A. (2010). *Economic sociology. A systematic inquiry*. Princeton: Princeton University Press.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. En M. Zanna (ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 25, pp. 1-65). New York: Academic Press.
- Schwartz, S. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).
- Stern, E. K. (1999). *Crisis decision making: a cognitive-institutional approach*. Stockholm: University of Stockholm.
- Stern, E., Sundelius, B. (2002). Crisis management Europe: an integrated regional research program. *International Studies Perspectives*, 3(1), 71-88.
- Sitglitz, J., Rosengard, J. K. (2016). *La economía del sector público*. Barcelona: Antonio Bosch.
- Sortheix, F. M., Schwartz, S. H. (2017). Values that Underlie and Undermine Well-Being: Variability Across Countries. *European Journal of Personality*, 31(2), 187-201.
- Swidler, A (1986). Culture in action. Symbols and Strategies. *American Sociological Review*, 51(2), 273-286.
- Tena-Sánchez, J., Güell-Sans, A. (2011). ¿Qué es una norma social? Una discusión de tres aproximaciones analíticas. *Revista Internacional de Sociología*, 69(3), 561-583.
- Torres Albero, C. (2005). Representaciones sociales de la ciencia y la tecnología. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 111, 9-43.
- Veira, J. L. (2010). Valores: problemas públicos y dilemas morales. En J. L. Veira (coord.), *La evolución de los valores sociales en Galicia* (pp. 21-43). A Coruña: Netbiblo.
- Weber, M. (1981). *Economía y Sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Yoon, K.-I. (2010). The Cultural Effects of Individualism and Collectivism on Social Capital. *International Area Review*, 13(2), 187-212.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Fernando Bruna es profesor de crecimiento económico en la Universidade da Coruña. Es Doctor en Economía; Máster en Modelización Aplicada; Licenciado en Economía; Graduado en Sociología y en Ciencias Políticas; y Técnico en Comercio Exterior. Ha sido profesor de la Universidad Autónoma de Madrid; e investigador en el Instituto de Predicción Económica Lawrence R. Klein, y en la red mundial *Project LINK* (Toronto). Como gerente de una empresa consultora organizó las elecciones de 2009 al Parlamento de Galicia. Ha publicado en revistas como *Regional Studies* o el *Journal of Happiness Studies*. Su investigación reciente se centra en econometría regional y urbana con R, y en efectos geográficos y culturales en el comportamiento y opiniones de empresas e individuos, usando modelos multinivel.

Matilde Massó es profesora contratado doctor de Sociología. Tiene experiencia en sociología eco-

nómica, específicamente en finanzas alternativas, sociología del dinero y la moral y estudios de financiarización. Ha disfrutado de un contrato Marie Skłodowska Curie en la Universidad de Leeds. Es miembro fundador de la Red de Sociología Económica y forma parte del equipo del Comité Ejecutivo de la Asociación Española de Sociología. Tiene una amplia experiencia en la coordinación y colaboración en proyectos de investigación y en brindar apoyo académico a estudiantes de grado y posgrado. Es la investigadora principal del proyecto “Consecuencias sociales de la financiarización: acumulación monetaria, escasez de empleo, desigualdad social” financiado por el Ministerio de Economía del Gobierno de España CS02016-78122-R.

Isabel Neira es profesora titular de Econometría en la Universidad de Santiago de Compostela.

Actualmente es directora técnica del *Global Entrepreneurship Monitor*. Su línea de investigación está centrada en temas de capital social, emprendimiento y bienestar subjetivo. Ha sido presidenta de la Asociación de la Economía de la Educación, colaborando con las agencias de calidad ACSUG y ANECA. Directora del Curso de Experto en Gestión Cultural de la USC desde 2014, Coordinadora del Programa de Doctorado en Economía y Empresa. Investigadora principal en 12 proyectos/contratos de investigación. Más de 50 artículos indexados en Scopus y en el JCR, en revistas como *Regional Studies*, *Social Indicators Research* o *Journal of Happiness Studies*. Ha dirigido siete tesis doctorales, dos de ellas ganadoras del Premio Euro-región Galicia-Norte de Portugal y Premio del Congreso de los Diputados a la mejor tesis en Economía.