

Perspectivas sobre la **identidad** **andaluza**

Políticos, intelectuales y
ciudadanía

Xavier Coller (ed.)

Perspectivas
sobre la **identidad**
andaluza

Perspectivas sobre la **identidad** **andaluza**

Políticos, intelectuales y
ciudadanía

Xavier Coller (ed.)



Centro de Estudios Andaluces
CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA

Este estudio recoge las conclusiones del proyecto de investigación *La identidad andaluza en las elites políticas y la ciudadanía. Vectores de articulación* (PRY099/11) aprobado en la Convocatoria Pública de Proyectos de Investigación en el año 2011 de la Fundación Centro de Estudios Andaluces.

Edita:
Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces,
Consejería de la Presidencia, Junta de Andalucía

© De los textos: sus autores
© De la edición:
Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces
Bailén, 50 — 41001 Sevilla
Tel.: 955 055 210
Fax: 955 055 211
www.centrodeestudiosandaluces.es

Primera edición, enero de 2014

ISBN: 978-84-942291-2-1

1.	INTRODUCCIÓN Y AGRADECIMIENTOS	9
2.	INVESTIGAR LA IDENTIDAD COLECTIVA	11
3.	IDENTIDADES ANDALUZA Y ESPAÑOLA. CIUDADANÍA Y PARLAMENTARIOS AUTONÓMICOS	19
3.1.	Identificación con comunidades políticas	20
3.2.	Identidades políticas y poder público.....	22
3.3.	Identidad y organización política territorial.....	31
3.4.	Modelos multivariantes de la identidad andaluza	42
3.5.	Conclusiones	45
4.	LA IDENTIDAD ANDALUZA. PERCEPCIONES DE LOS PARLAMENTARIOS ANDALUCES	49
4.1.	Introducción.....	49
4.2.	Qué es ser andaluz	50
4.3.	Rasgos distintivos.....	54
4.4.	La imagen de Andalucía.....	68
4.5.	Identidades anidadas: Andalucía, España y Europa	73
4.6.	El papel de las Instituciones.....	78
4.6.1.	[Los medios de comunicación]	78
4.6.2.	[La escuela].....	80
4.6.3.	[La administración de políticas públicas].....	82
4.7.	Conclusiones	84

5.	LA VISIÓN DE ALGUNOS INTELECTUALES.....	87
5.1.	La identidad como conglomerado.....	88
5.2.	Dominios de identidad.....	94
5.3.	Nacimiento y socialización	95
5.4.	Habla.....	99
5.5.	Tradiciones.....	105
5.6.	El legado de Al Andalus.....	112
5.7.	La buena vida (hedonismo).....	114
5.8.	La imagen de Andalucía.....	116
5.9.	Andalucía y sus otros.....	121
5.10.	Heterogeneidad y vertebración	129
5.11.	¿Qué hacer?	145
6.	IMAGINANDO ANDALUCÍA. LA IDENTIDAD A TRAVÉS DE ENTREVISTAS RADIOFÓNICAS	151
6.1.	Introducción.....	151
6.2.	Una identidad abierta	154
6.3.	Un mito real.....	161
6.4.	Una modernidad estética	168
6.5.	Una España andaluza	173
6.6.	Discusión final.....	177
7.	CONCLUSIONES.....	181
8.	ANEXO: ENTREVISTAS ANALIZADAS	189
9.	BIBLIOGRAFÍA.....	193
10.	SOBRE LOS AUTORES	201

1. Introducción y agradecimientos

Este es un libro sobre la identidad que toma como territorio de estudio el caso de Andalucía. Es el resultado de una investigación exploratoria sin más pretensión que la de mostrar los diferentes discursos sobre la identidad que elaboran nuestros entrevistados/as y ofrecer sus percepciones sobre los vectores que soportan la identidad andaluza. En buena medida, se ha intentado huir del libro académico que da cuenta de disputas disciplinares y aporta evidencias para apoyar o refutar ciertas ideas. Sin embargo, siendo académicos todas las personas que participan en su redacción, puede que no siempre se haya conseguido el objetivo. Esperamos que sí hayamos cumplido con la idea de dejar hablar a las personas entrevistadas para que el lector pueda sacar sus propias conclusiones.

El libro está basado en una investigación financiada por el Centro de Estudios Andaluces a través de una convocatoria competitiva. Buena parte de las entrevistas las ha realizado *Quality Survey* en colaboración también con un grupo de estudiantes avanzados de Sociología de la Universidad Pablo de Olavide que ha prestado un apoyo fundamental en la recogida de información. Se trata de Manuel Portillo, Emilio Rodríguez, Luis Carlos Pérez-Gironés, Alberto Lorenzo, Alejandra Amaya, Irene Gómez, Pablo Domínguez, y Carmen Pérez Acal, todos ellos miembros del grupo de investigación PAIDI denominado *Democracia y Autonomías: Sociedad y Política* (DASP).

En las varias reuniones de trabajo que mantuvimos, también asomaron la nariz Adrián Rodríguez del Río y Ángela Pérez Ostos quien, además, editó parte del capítulo si-

guiente. Su concurso en este estudio, además de ser eminentemente formativo, ha sido crucial para recoger y organizar la información de las entrevistas de la Cadena Ser, además de aportar buenas ideas sobre la historia de Andalucía y su identidad en varias reuniones de trabajo. El equipo de investigación senior ha estado compuesto por personas de procedencia diversa: un estadounidense (californiano residente en Gran Bretaña) una salmantina (residente en Sevilla), tres andaluzas (de Jerez, Cádiz y Málaga, residiendo en Madrid, Holanda y Nueva York), dos catalanes (uno de ellos residente en Sevilla y Nueva York y otro en Barcelona) y un valenciano (residente en Sevilla la mayor parte del tiempo). Probablemente, haya quien piense que el origen o la socialización en culturas diferentes inhabilite para entender un fenómeno como el de la identidad colectiva. Sin embargo, creemos que puede aportar una cierta distancia siempre necesaria para estudiar fenómenos sociales y una perspectiva comparada que ayuda a resaltar ciertas dimensiones que, de otra manera, podrían quedar ocultas.

Este estudio no hubiera sido posible sin el patrocinio del Centro de Estudios Andaluces. En la Fundación se agradece la comprensión de Eduardo González de Molina y de Patricia Illana por los diversos retrasos, no todos achacables a la complicada vida de los investigadores en España. Ester Calderón, de la OTRI de la Universidad Pablo de Olavide, ayudó con el papeleo y demostró nuevamente que el buen funcionamiento de una OTRI es vital para que el profesorado universitario haga lo que tiene que hacer además de enseñar: investigar. Se agradece también a las personas entrevistadas que, desinteresadamente, nos prestaron su tiempo y su visión de la identidad andaluza para poder construir esta investigación exploratoria. Marta Paradés y Ana Carrillo presentaron partes de este trabajo en el grupo de trabajo *Nation-Building in Nested Communities. Masses and Elites identities in Multilayered Politics* del 22 congreso de la *International Political Science Association* celebrado en Madrid en 2012. Se agradece a los asistentes al grupo de trabajo sobre identidades sus comentarios y críticas constructivas.

A pesar de todas las ayudas, el resultado final de este trabajo es responsabilidad única de sus autores/as. Aunque este es un libro editado, cada autor/a es responsable de su trabajo final. Esperamos con este texto ayudar a entender un poco mejor qué piensan un grupo de ciudadanos/as relevantes sobre la identidad en Andalucía.

2. Investigar la identidad colectiva

Xavier Coller y Ana Carrillo

Este trabajo responde a una pregunta básica: ¿cómo percibe la población, los políticos y los intelectuales la identidad andaluza? En cierta medida, es una continuación del libro de Lacomba (2001) y el de Arcas y García (2008). La respuesta se encuentra en los capítulos siguientes y, de manera resumida, en el último. En esta introducción se explican las decisiones tanto teóricas como metodológicas que se han realizado para desarrollar este estudio. Se explica lo que entendemos que es la identidad colectiva y se avanzan algunas matizaciones que nutren el análisis realizado. Se justifica por qué el estudio se centra en los políticos e intelectuales, aunque sin perder de vista las percepciones de la población. Por último, se explica la estrategia de investigación que se ha desarrollado.

Aunque la noción de «identidad» remite al individuo, no hay duda de que la «identidad colectiva» es un hecho social en el más puro estilo durkheimiano: es algo que existe externamente a las personas y que puede conducirles a comportarse de una manera determinada (Durkheim 1982: 52). Como tal, la identidad colectiva tiene unas propiedades que es necesario tener en cuenta para entender mejor la naturaleza de este libro. Nuestro punto de partida es la concepción que tiene DiMaggio (1997: 274) del fenómeno: se trata de la representación de un colectivo que es compartida por sus miembros. Esta representación necesariamente descansa en «las similitudes o atributos compartidos alrededor de los que los miembros del grupo se aglutinan» (Cerulo 1997: 386). Pero para que un colectivo comparta una visión determinada de una representación como la identidad es necesario, primero, la construcción de este fenó-

meno, luego su objetivación y finalmente, su difusión hasta convertirse esa visión en hegemónica. Ahora bien, es necesario hacer algunas matizaciones que configuran esta concepción constructivista.

Primera, esta representación o imagen no es necesariamente única (Lebovics 1994, Varshney 1993). Puede haber grupos que rivalicen por implantar o extender su concepción acerca de la identidad colectiva, lo que genera lo que Taylor y Whittier (1992: 110) denominan una «identidad politizada» o identidad conflictiva. Para algunas personas, los dominios de identidad pueden ser unos —por ejemplo, la lengua o la religión— mientras que para otras personas o grupos o instituciones estos dominios o vectores de identidad pueden ser otros —la ciudadanía o los derechos civiles—. Juan Linz (1985) lo ilustró convenientemente en su estudio sobre el primordialismo, el nacionalismo y el territorialismo. Por tanto, la identidad colectiva puede tener una dimensión conflictiva, como la mayor parte de fenómenos sociales. En este caso, esta dimensión conflictiva se puede observar preguntando a individuos de perfil social diferente «¿qué es ser francés (o andaluz)?» Con toda seguridad, las respuestas mostrarán concepciones rivales o complementarias, unas más primordialistas, otras más cívicas, otras incluso mixtas. Aunque pueden convivir en un mismo territorio y época, se trata de concepciones de la identidad que rivalizan.

Segunda, toda identidad colectiva es una construcción social en la que participan actores sociales —individuos, grupos, instituciones— que interpretan la realidad en momentos históricos diversos y que, por tanto, producen representaciones contingentes. Lo que un alemán de antes de 1871 entendía que era ser alemán, es probable que sea diferente de lo que un alemán de 2013 entiende que es ser alemán. Es más, es posible que un obrero judío bávaro de 1936 entendiera la identidad alemana de manera diferente a la de un empresario protestante de Berlín. Esto es así porque en momentos históricos diferentes unos dominios o vectores o marcadores de identidad pueden ser más prominentes que otros; esto es, se han hecho más relevantes.

El proceso histórico por el cual esto ocurre así no es ajeno a lo que Hobsbawm (1983) denominó como la «invención de las tradiciones» o lo que el interaccionismo simbólico en sociología denomina «definición de la situación». Diferentes actores pueden pugnar por conseguir que su concepción de la identidad sea aceptada por el resto. Su «triunfo» (o hegemonía) permite que ciertos vectores «fijen» la identidad colectiva, la hagan visible en un periodo histórico determinado y, probablemente también, para colectivos diferentes. Así, de acuerdo con Hermann y Brewer (2004: 6), la identidad colectiva «depende de la creencia colectiva de que la definición del grupo y sus miembros es compartida por todos en el grupo, además de por los de fuera» del grupo. Es decir,

para que tenga éxito, la definición de la identidad colectiva debe ser aceptada y, por tanto, convertirse en hegemónica. Tal y como estudió Anderson (1983), el surgimiento del capitalismo, el uso de un idioma concreto, junto con la tecnología han propiciado la posibilidad de una nueva comunidad imaginada. Así, esta representación mental posibilita que una persona pueda sentirse parte de una comunidad aún sin haber interactuado con todos los miembros de dicha región (Fligstein, 2008).

Ahora bien, esta definición de la situación se tiene que desarrollar basándose en algo que exista, ya que no suele ser producto de una invención sin referente real. Siguiendo a Smith (1991), esta construcción social no se hace en el vacío, sino que existen algunos elementos previos —lengua, religión, etnia, etc.— que pueden ser utilizados por actores sociales relevantes —fundamentalmente, la *intelligentzia*— para construir la identidad. José Álvarez Junco (2001) lo ilustra convenientemente cuando estudia la identidad colectiva asociada a España de la que emerge el nacionalismo español, que fue liberal en sus orígenes y que a partir de la Restauración —con la enorme contribución de Cánovas— es abrazada por las fuerzas más conservadoras impregnándola de un sentimiento esencialista y católico pero sin que desaparezca la dimensión liberal para grupos amplios de españoles/as.

En definitiva, en el estudio de la identidad colectiva nos situamos en una perspectiva claramente weberiana. Weber (1978: 922-926) analiza la nación (y las identidades colectivas están en la base de la construcción de las naciones) como un constructo para el que en algunas ocasiones se recurre a la lengua, en otros a la etnia, en otros a la religión, el pasado común o a la comunidad de destino. En esta línea constructivista, desde las ciencias sociales se han remarcado tres elementos que explican el fenómeno de la emergencia de la identidad (Coller 2006): la acción colectiva a través de movimientos sociales, experiencias personales y la actuación de instituciones clave como agentes de socialización: escuela, medios de comunicación y gobiernos que desarrollan políticas de construcción identitaria.

En consecuencia, entendemos que la identidad colectiva es un fenómeno fluido y poliédrico; es decir, se crea y se transforma y, en esta evolución, adquiere caras diversas o, si se prefiere, vectores que la articulan y cuyo peso en el conjunto puede aumentar o disminuir en función del devenir de los tiempos y de las interpretaciones que hagan los individuos acerca del presente y del pasado. Probablemente, una gallega o andaluza del siglo XIX no se sentía española de la misma manera que una gallega o andaluza del siglo XXI. Entre medias ha habido acontecimientos históricos —e interpretaciones de los mismos— que han conducido a moldear el referente colectivo denominado *España*. Por ello, creemos, hay que huir de concepciones esencialistas o primordialistas

de la identidad colectiva y hay que tener presente su naturaleza tanto fluida (cambiante) como poliédrica; es decir, su condición de artefacto social construido.

Tercera, no toda identidad colectiva cristaliza en una dimensión política de reivindicación de derechos colectivos. Puede ocurrir así, como muestran los casos de Quebec, Escocia o Cataluña, por citar sólo los de más éxito. Pero puede ocurrir que haya identidades colectivas que no han culminado la fase C de la que habla Hroch (1985). Un colectivo, generalmente identificado en un territorio, es «descubierto» por sus intelectuales, quienes reconstruyen e interpretan su historia, algunos cooperan con otros actores en la arena política e invitan al pueblo a seguirles alcanzando, finalmente, una madurez política que les conduce hacia la autonomía o la independencia o al arreglo político que les permite desarrollarse «como pueblo».

La figura de Blas Infante ilustra las primeras fases del modelo de Hroch (González y Herrera, 2003). Ciertamente, hay muchos colectivos anclados a territorios concretos con características culturales diferenciadas, con su *intelligentzia*, sus agitadores políticos, etc., y lo que sigue siendo intrigante es por qué unos triunfan, ganan en visibilidad y otros fracasan y no pasan de la fase A o de la fase B (Hobsbawm, 1990) aun teniendo características más o menos similares (Coller, 2006, 2013; Miley, 2006). Como resultado, hay colectivos que han desarrollado una identidad claramente articulada en vectores visibles, pero sin una dimensión política que sirva necesariamente de plataforma de reivindicación de derechos colectivos.

Cuarta, las identidades colectivas no tienen por qué ser consideradas excluyentes. De hecho, lo habitual es que sean compartidas. Solamente en aquellos casos en los que la identidad se ha politizado se puede observar el fenómeno de la polarización identitaria según el cual a la población se le da a elegir entre ser una cosa u otra: catalán o español, quebequés o canadiense. Sin embargo, los individuos son capaces de combinar identidades múltiples y variadas sin mucho conflicto (Linz, 1973, 1975). Se trata de las identidades anidadas de las que habla Díez Medrano (2001), donde nos encontramos con un referente amplio e incluyente —Europa, España— y otros referentes que se compatibilizan con el primero —español, alemán, catalán, andaluz—. El anidamiento puede incluso tener varios niveles (Europeo, español, andaluz, sevillano), lo que nos conduce a tener en cuenta que las identidades pueden manifestarse con intensidad diferente en el individuo en función del valor que cada persona asigne a los diferentes vectores de la identidad (Brewer, 1999).

Este planteamiento constructivista que se sigue aquí no es único ni necesariamente dominante, pero es el punto de partida desde el que se ha iniciado la investigación

exploratoria de la que se da cuenta en este texto. El estudio de la identidad debe hacerse partiendo de la base de que puede haber concepciones diferentes e incluso rivales de esta avanzadas por grupos o individuos e incluso instituciones a través de políticas públicas determinadas (por ejemplo, la educativa, tal como se hizo durante la Tercera República francesa e incluso antes, según muestra Eugene Weber en su texto de 1976). No hay *una* manera de sentirse español o catalán o inglés, por mucho que algunos actores se quieran convertir en exégetas de una «voluntad popular» o en guardianes de las esencias de la nación o del pueblo. Suele haber *varias* maneras de sentirse parte de un colectivo y, por tanto, definiciones diferentes de ese colectivo, pero también hay actores que, como en todo drama social, intentan imponer su definición y, así, «encapsular» al conjunto de una población. De acuerdo con el nuevo institucionalismo (Nagel, 1995; Williams, 1990, pero también Brutter, 2005), también en esta investigación se ha prestado atención al papel de las instituciones (escuelas, medios de comunicación, gobierno regional) en el desarrollo de una identidad colectiva. Al fin y al cabo, fue Max Weber (1978: 922) quien puso a los científicos sociales en la senda correcta: la nación —y la identidad colectiva está en la base de la construcción de las naciones— es una cuestión que pertenece a la esfera de los valores, y los científicos sociales sabemos que estos pueden ser diferentes para grupos que viven en el mismo territorio, ser mutables en el tiempo y ser susceptibles de ser promovidos por instituciones.

En consecuencia, el objetivo de la investigadora será descubrir esas concepciones rivales o complementarias y en qué pilares se sustentan; es decir, cuáles son los vectores que las vehiculan o los dominios de identidad. Para ello, existen estrategias múltiples. Se puede preguntar a la ciudadanía con encuestas, analizar los libros de texto de las escuelas, preguntar a los maestros, intentar descubrir el esquema cognitivo de los responsables de las políticas educativas y de comunicación de un gobierno o medio de comunicación, analizar los discursos de líderes políticos y de organizaciones de la sociedad civil, etc. En esta investigación exploratoria se ha optado por una estrategia múltiple. Por un lado, se ha analizado la identidad colectiva de la ciudadanía a través de los resultados de las encuestas. Para ello, se ha recurrido a la pregunta de identidades que formuló Juan Linz¹ y se ha estudiado la asociación de la identidad con algunas variables básicas. Además, se ha establecido una comparación con las respuestas de las elites políticas a preguntas similares realizadas a la ciudadanía. Por otro lado, se ha seguido un planteamiento diferente para entender qué piensan dos tipos de figuras relevantes para moldear la identidad colectiva: políticos (parlamentarios) e intelectuales.

1 Vide Coller (2006) para la genealogía de la pregunta y la escala a que da lugar.

Se trata de dos tipos de actores que la bibliografía especializada considera que son claves en todo proceso de construcción de la identidad (Brubaker, 1992; Gillis, 1994; Spillman, 1997), ya que son capaces de moldear las opiniones y sentimientos de la población como muestran los trabajos para España de Hierro (2012), Miley (2006) y Collier (2006, 2013).

Para intentar captar las visiones diferentes de la identidad colectiva, se ha realizado una serie de entrevistas semiestructuradas a 19 parlamentarios: tres de Izquierda Unida, tres del PP y trece del PSOE. Desafortunadamente, el desequilibrio ha venido dado por un cierto rechazo y por su apretada agenda. Nuestra intención era entrevistar a 29 personas, pero nos tuvimos que adaptar a la situación. Se ha intentado mantener un equilibrio provincial a sabiendas de que la provincia es un elemento relevante para la construcción de la identidad andaluza. Por otro lado, se han realizado trece entrevistas a intelectuales de distintas ramas (escritores, catedráticos de universidades andaluzas, periodistas de medios de referencia como el grupo Joly, el grupo Prisa y Canal Sur) y provincias (Córdoba, Almería, Sevilla, Jaén, Cádiz, Granada) al objeto de conocer su visión sobre la identidad andaluza. Se trata de personas que por su posición profesional tienen la capacidad de influir en la ciudadanía, de trasladar a la sociedad (a alumnado, oyentes, lectores) sus ideas y percepciones. Se entenderá entonces que se hayan seleccionado para este estudio.

Como estos políticos e intelectuales no son los únicos que podrían haber sido entrevistados, se puede decir que se ha cometido un sesgo de selección que puede también sesgar las conclusiones a las que se lleguen en este estudio. El sesgo de selección es un riesgo que debilita toda investigación. No se va a disputar esa atribución que nace de querer aplicar a la investigación de carácter cualitativo (o exploratoria, como esta) la lógica de la generalización, que requiere una muestra representativa de una población elegida según unos parámetros establecidos previamente. Obviamente, nuestros entrevistados no son una muestra representativa de la cual extraigamos conclusiones para extrapolar al conjunto de la población con una probabilidad de equivocarnos (margen de error) más o menos pequeño. Por tanto, nos sentimos liberados de extrapolar conclusiones a la población y de contrarrestar la crítica. Nuestro objetivo es mucho más sencillo: no tratamos de contrastar hipótesis ni de establecer comparaciones sistemáticas entre grupos; se trata de trasladar al lector las visiones de nuestras personas entrevistadas sobre la identidad andaluza, apuntando coincidencias y contradicciones y elaborando una serie de ideas que, creemos, recogen sus perspectivas. Así, avanzamos interpretaciones de los discursos de nuestros entrevistados ilustrándolas con abundantes citas intentando siempre ajustarnos a sus percepciones.

Asumimos con normalidad que las visiones que construyen sobre la identidad andaluza forman parte de discursos no representativos, quizás únicos, pero que también forman parte de la realidad. Todas las entrevistas se han sometido a un análisis sistemático en función de los vectores que iban emergiendo en las conversaciones con las personas entrevistadas.

Además de las entrevistas a políticos e intelectuales, se ha incorporado al análisis el conjunto de entrevistas conducidas solventemente por Fernando Pérez Monguió en la Cadena SER y cuyos contenidos se han publicado en tres volúmenes. Nos pareció esencial hacer un tratamiento somero de esta información habida cuenta de que se trata de un tema sobre el que han hablado en la radio bastantes andaluces ilustres. Somos conscientes de que una entrevista radiofónica no es lo mismo que una en la que la persona que investiga decide qué preguntar en función de las necesidades de su investigación. Aun así, el contenido de estas entrevistas radiofónicas es tan rico para conocer mejor qué piensan distintas personalidades más o menos mediáticas (ministros, presidentes de gobierno, artistas afamados, cantantes, intelectuales renombrados, actores conocidos, etc.) que decidimos hacer un esfuerzo para interpretar sus respuestas y analizarlas para matizar o complementar el discurso de políticos e intelectuales.

En consecuencia, hemos intentando plasmar diferentes ideas acerca de lo que las personas entrevistadas creen que es la identidad andaluza y sus vectores articuladores. En esta exploración hemos encontrado una diversidad de discursos y perspectivas que hemos querido plasmar en su literalidad. De ahí que a lo largo del texto haya abundantes citas acompañadas de cierto análisis que el público lector debería acompañar de sus propias reflexiones. Para ello, quizá yendo contra corriente, hemos preferido dejar que «hablen» los entrevistados ofreciendo algunas reflexiones orientadoras o introductorias a modo de análisis. En cualquier caso, los entrevistados suelen ser personas más o menos públicas y de cierta prominencia, y sus aportaciones probablemente tienen más relevancia para la persona que lee que el análisis académico que podamos hacer de ellas.

En este sentido, este texto se ubica a medio camino entre la reflexión sesuda de la academia y el informe de investigación más ligero o, si se prefiere, periodístico. Se ha prescindido de mucha discusión académica para poder dar juego a los entrevistados y, así, poder dejar un espacio también a las interpretaciones de los lectores. Esta manera de proceder no será del gusto de los ortodoxos de la investigación cualitativa, pero recuérdese que no queremos generar un discurso científico sobre las identidades, sino mostrar los resultados de una aproximación caleidoscópica al fenómeno de la identidad andaluza.

Inevitablemente, cuando se trabaja con entrevistas semiestructuradas y se pretende trasladar algunas ideas de las personas entrevistadas sin caer en repeticiones ni en el riesgo de aburrir, se tienen que hacer tres cosas.

En primer lugar, seleccionar aquellas unidades de información (citas) que muestran elementos relevantes para el estudio sin necesidad de ser repetitivos. Por ejemplo, declaraciones que hacen referencia al papel de las tradiciones religiosas para generar identidad o sobre el papel de la administración pública o sobre el referente andalusí. A continuación, interpretar o analizar estas unidades de información en función de marcos interpretativos previos como, por ejemplo, la visión esencialista de la identidad o la perspectiva constructivista, que es la que se adopta aquí. Y por último, intentar triangular la información para evitar sesgos o, al menos, ser conscientes de ellos. De esta manera, más que analizar los momentos de dudas, las pausas, algunas palabras clave repetidas u otras maneras de interpretar, hemos preferido centrarnos en lo que han dicho los entrevistados sobre la identidad andaluza, sus vectores vehiculadores, seleccionar las citas más relevantes (evitando así repeticiones) y presentar las de varias personas entrevistadas que coinciden o que, incluso, discrepan sobre algún asunto concreto. En bastantes ocasiones hemos tenido que hacer una síntesis de ideas e ilustrarlas con alguna cita seleccionada.

El resultado es una visión múltiple, con matices a veces gruesos, que hemos intentado articular presentando una aproximación en la que hemos seleccionado unidades de información ilustrativas del discurso generado. Como tal, esta visión es contingente. Nada hace prever que sea la misma que encontraría otro investigador en el momento actual (año trece del segundo milenio) o en el futuro. A efectos de comparación, las entrevistas transcritas están a disposición del público previa petición. No puede ser de otra manera puesto que la investigación exploratoria en la que se basa este estudio ha sido sufragada con dinero público proveniente de una convocatoria competitiva de proyectos del Centro de Estudios Andaluces.

3. Identidades andaluza y española. Ciudadanía y parlamentarios autonómicos

Enric Martínez Herrera y Marta Paradés Martín

Hace 35 años, España pasó de un régimen político autoritario y centralista a otro democrático y descentralizado, que puede ser calificado de cuasi federal (Linz y Stepan, 1996; Moreno, 1997). El Estado de las Autonomías instaurado por la Constitución Española de 1978 fue un compromiso intermedio llamado a conciliar las concepciones unitaria y descentralizadora de organización territorial del Estado (Martínez y Miley, 2010). La propia Constitución expresa esta dialéctica cuando proclama «la indisoluble unidad de la Nación Española, patria común e indivisible de todos los españoles, y reconoce y garantiza el derecho a la autonomía de las nacionalidades y regiones que la integran y la solidaridad entre todas ellas» (art. 2 CE).

El efecto de las políticas de autogobierno regional de esta estructura territorial autonómica ha reforzado las identidades colectivas de prácticamente todas las regiones del país, Andalucía incluida (Martínez-Herrera, 2013). Asimismo, contiene el potencial de una exacerbación de las demandas periféricas de poder, tal y como sectores dominantes de Cataluña y el País Vasco han hecho patente durante el transcurso de estas décadas (Martínez y Miley, 2010). Con todo, Andalucía parece un caso bien distinto. En la descripción de «la conciencia regional en España» en 1990 de López-Aranguren (1995: 54, 59-60), las aspiraciones de autogobierno de la población andaluza eran equivalentes a las de regiones con débil tradición autonomista, de suerte que una posible politización de esta identidad no discurriría por el cauce de las aspiraciones al autogobierno. Asimismo, a diferencia de las identidades catalana y vasca, la identidad andaluza se muestra mucho más compatibilizada con la identidad española.

El objeto de este capítulo es describir y analizar la identidad etno-territorial y las preferencias de autogobierno de la ciudadanía y los representantes autonómicos de Andalucía. El análisis comienza por presentar algunos interrogantes acerca de la identidad andaluza en un marco conceptual y teórico más amplio. A continuación, el análisis describe y compara entre sí las actitudes de ambos grupos políticos. La sección final examina la asociación entre estas actitudes y sus posibles bases sociales, incluyendo un análisis multivariante.

3.1. Identificación con comunidades políticas

Las identidades de grupo influyen tanto en el comportamiento individual de las personas como en el de los colectivos. Simultáneamente, mediante procesos de clasificación, las identidades de grupo suelen conllevar marcos de interpretación de la realidad social que agregan y dividen a la gente en categorías sociales, pudiendo devenir en grupos rivales o incluso antagonicos (Tajfel, 1981). En las sociedades contemporáneas, las identidades colectivas tienden a sostenerse en el auto-reconocimiento de los individuos con concepciones abstractas de colectivos en su conjunto (holísticamente), en vez de en la identificación con otros individuos a quienes se conoce personalmente, como acostumbraba a suceder en las pequeñas comunidades locales de las sociedades agrarias. Es, sobre todo, por este motivo que se ha acuñado el término «comunidades imaginadas» para referirse a las sociedades nacionales (Anderson, 1983).

Las identidades de grupo tienen pros y contras. Por una parte, pueden facilitar sentimientos de comunidad, cercanía y empatía entre individuos que creen poseer características similares. A la identidad nacional y, más en general, la identificación con las comunidades políticas, se les atribuye la capacidad de legitimar las estructuras de representación política y decisiones públicas así como la de cohesionar los agregados sociales correspondientes (cf. Easton, 1965; Gellner, 1983; Hobsbawm, 1990). Por otra parte, también se puede pensar que se trata de un fenómeno perjudicial que abona una distinción entre un «nosotros» y un «ellos», propiciando, hacia fuera, el enfrentamiento entre comunidades políticas e, internamente, entre grupos lingüísticos, religiosos o definidos por cualquier otro rasgo cultural o fenotípico, que pugnan por hacerse con el control de estas comunidades (Gellner, 1983; Balibar y Wallerstein, 1988). Aunque hace décadas que este fenómeno es conocido, puede resultar llamativo que las identidades etno-culturales cobren creciente importancia y visibilidad en la era de la comunicación, una época en la que el mundo tiende a homogeneizarse (Barth, 1969; cf. Deusch, 1966).

Para los observadores externos, tanto nacionales como internacionales, en el conjunto español, Andalucía destaca, entre otras cosas, por ser una de las regiones con más rasgos culturales diferenciadores fácilmente identificables (Lacomba, 1992). Rasgos que pueden constituir una base más que suficiente, incluso sobrada, para el surgimiento y sostenimiento de una identidad de grupo y unos deseos de autonomía colectiva fuertes que tomen como referente lo andaluz. Sin duda, buena parte de estos atributos son folclóricos y gastronómicos y suelen ser muy bien valorados desde el exterior. Tan es así que se da la aparente paradoja de que la identidad española o la «marca España» promocionada en estrategias de mercadotecnia turística y cultural, tanto popular como de elite, desde el siglo XIX, a menudo ha reducido el conjunto del país a una selección de tópicos derivados de la cultura andaluza y aun de zonas específicas de Andalucía; y esto a pesar de que los estereotipos de consumo interno español acerca de los andaluces y sus formas de ser no siempre sean complacientes ni apreciativos (Sangrador, 1996).

Otras características, aunque menos popularizadas, también son sobradamente conocidas para antropólogos, historiadores y científicos sociales: en especial, las estructuras económicas y sociales de la Andalucía secular; esto es, las condiciones de extrema desigualdad propias de una sociedad agraria latifundista (Mintz, 1994; Malefakis, 2001). En este sentido, Andalucía puede ser un caso propicio para abonar teorías sociológicas que explican la emergencia de las identidades nacionales —o, más concretamente, de nacionalismos de emancipación— por la existencia de fenómenos de explotación o abuso desde el exterior, tales como el modelo teórico del «colonialismo interno» (Fanon, 1961; Hechter, 1975).

Con todo, todavía no existen estudios que examinen la identidad andaluza desde la Sociología Política ni la Ciencia Política tratándola a fondo y de manera monográfica¹. Los estudiosos y equipos que han abordado, de algún modo, la identidad andaluza y su grado de politización lo han hecho en el marco de análisis sobre la identidad regional en España en su conjunto². Asimismo, y menos si cabe, no conocemos análisis que hayan tomado en cuenta no sólo a la ciudadanía, en general, sino también a sus representantes políticos, en particular.

En esta investigación tratamos de avanzar hacia un examen más profundo y completo que aborde las identidades territoriales y referentes de comunidad política tanto de

1 Sí existen, en cambio, algunos estudios monográficos antropológicos e historiográficos. Véanse Acosta Sánchez (1978 y 1979), Gómez García (1982), Lacomba (1992, 2001), Moreno (1993).

2 Jiménez-Blanco *et al.*, (1977); López-Aranguren (1983, 1995); Montero y Torcal (1990); López-Aranguren y García Ferrando (1991); Pallarés *et al.* (1993); Mota (1998); Martínez-Herrera (2013).

la población andaluza corriente como de sus representantes públicos. Siguiendo la estela de las investigaciones pioneras y, al tiempo, en tantas cosas, modélicas de Juan J. Linz (1981, 1985, 1993, 1999), prestamos particular atención, en el contexto andaluz, a la compatibilidad y contraposición entre identidades alternativas de ámbito estatal y subestatal que, con tanta frecuencia, desde la instauración de la actual democracia española en 1978, se presentan en otras comunidades autónomas como lealtades rivales (Linz, 1993, 1999; Martínez-Herrera, 2002). Asimismo, al análisis de la ciudadanía general que es habitual en la tradición de los estudios de encuesta, añadimos la sociología de las elites, la cual ofrece una mejor comprensión del proceso político en las democracias representativas (véanse Coller, 2004, 2006; Miley, 2005, 2006, 2007; Martínez y Miley, 2010).

Para ello, analizamos dos encuestas sociológicas. Para la población general utilizamos el Estudio 2.829 del Centro de Investigaciones Sociológicas, denominado «Barómetro Autonómico II», con una muestra de 952 ciudadanos españoles adultos residentes en Andalucía, realizada entre enero y marzo de 2010. Para los representantes en el Parlamento de Andalucía, analizamos la encuesta «Elites políticas autonómicas en España» con una muestra representativa de 60 personas y correspondiente al mismo periodo³. Nuestro estudio se enmarca, por tanto, en el periodo que sigue a la elaboración, aprobación y entrada en vigor de un nuevo Estatuto de la Comunidad Autónoma, refrendado por la ciudadanía en febrero de 2007.

3.2. Identidades políticas y poder público

Las identidades colectivas de los individuos pueden manifestarse con respecto a distintos ámbitos sociales. En una aproximación a la cuestión, la población andaluza basa su identidad colectiva tanto en la clase social como en su grupo etno-territorial, con diferencias mínimas entre ambos referentes colectivos. Una tercera parte de ellos se consideran más cercanos a personas de su mismo grupo etno-territorial pero distinta clase o estatus social, mientras otro tercio antepone la identidad de clase o estatus a la etno-territorial, y el resto no expresa ninguna preferencia o rechaza ambas opciones.

3 Esta encuesta fue realizada por el grupo de investigación Democracia y Autonomías: Sociedad y Política (DASP), de la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla).

Tabla 1. Identificación regional vs. identificación de clase social (2010) (%)

Una persona de Andalucía y de diferente estrato o nivel social que Ud.	35,3
Una persona de otra Comunidad autónoma y del mismo estrato o nivel social que Ud.	33,2
Ninguna de las dos	15,2
N.S./N.C.	16,3
n	952

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS.

En el contexto de la España de las Autonomías, con sus dinámicas históricas de tensión entre nacionalismos periféricos y regionalismos, de un lado, y centralismo, del otro, estas adhesiones pueden presentarse como rivales e incluso excluyentes, o también como identidades duales, es decir, compatibles (Linz, 1981). Por ello, es útil tratar de medir el grado de identificación personal con la comunidad autónoma y España en términos relativos. El indicador utilizado es la pregunta creada por el equipo de Juan J. Linz (1981) en la década de 1970. Se puede constatar la utilidad de este indicador en su uso continuado en los estudios del Centro de Investigaciones Sociológicas (Martínez-Herrera, 2002) o, en una versión enmendada, en los Eurobarómetros, habiéndose incluso adoptado para la medición de las identidades en Escocia y Québec.

Tabla 2. Identidades relativas en Andalucía (2010)

	Ciudadanía (%)	Elites (%)
Me siento únicamente español	5,1	3,3
Me siento más español que andaluz	7,1	5,0
Me siento tan español como andaluz	68,9	81,7
Me siento más andaluz que español	16,1	8,3
Me siento únicamente andaluz	1,1	1,7
N.S./N.C.	1,7	.
n	952	60

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS y el estudio de parlamentarios.

En términos de identidades relativas, una amplia mayoría de la ciudadanía andaluza, casi un 70 por ciento, se decanta por la identidad dual indistinta o salomónica, considerándose tan andaluces como españoles, mientras que entre sus representantes autonómicos el por-

centaje alcanza el 82 por ciento. La opción de sentirse más andaluz que español supera la de sentirse predominantemente español, con un 16 por ciento frente a un 7 por ciento en el caso de la ciudadanía, denotando así la existencia de un cierto sesgo andalucista. Los resultados de esta opción entre sus representantes es mucho menor, en torno al 8 por ciento. Sin embargo, tanto la ciudadanía como la elite que se identifican con España de manera exclusiva son un porcentaje superior (5 por ciento y 3 por ciento respectivamente) a los que lo hacen, del mismo modo, solamente con Andalucía (1 por ciento y un 2 por ciento, respectivamente). Esto revela poco «andalucismo» entre la población general pero aún menos entre los representantes andaluces, lo cual llama la atención si se compara con el sesgo a favor del ámbito regional en el País Vasco y Cataluña⁴.

En consonancia con esta distribución de identidades relativas, si se comparan los niveles de orgullo que manifiesta la ciudadanía hacia España y hacia Andalucía, se observa que no se distinguen significativamente. La mayoría de las personas encuestadas se sienten muy o bastante orgullosas, tanto al referirse a España (95 por ciento) como a Andalucía (94 por ciento). Las diferencias, hasta cierto punto de matiz, atañen a la proporción de personas que se sienten muy orgullosas frente a bastante orgullosas, siendo más habitual la primera opción al referirse a Andalucía. Esto significa que se siente intensamente la identificación con ambos referentes —tanto si es «política» como si no, tanto si es «autonomista» como si no.

Tabla 3. Orgullo andaluz y orgullo español (2010)

	Español (%)	Andaluz (%)
Muy orgulloso/a	62,2	69,0
Bastante orgulloso/a	33,1	25,2
Poco orgulloso/a	2,9	2,1
Nada orgulloso/a	0,8	0,7
N.S./N.C.	0,9	3
n	952	952

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS.

Dadas estas diferencias menores y el grado de orgullo mostrado hacia España, resulta de interés comprobar que una muy amplia mayoría de la población andaluza apoya sin fisuras a España como comunidad política con una actitud altamente afectiva, ya

4 Véase, para los ciudadanos de diversas regiones, Martínez-Herrera, 2013; para las elites, Coller, 2006; Miley, 2005, 2007; Martínez-Herrera y Miley, 2010.

sea concibiéndola como «país» (78 por ciento) o como su «nación» (un 10 por ciento adicional). En la España contemporánea, al término «nación» se le han asignado significados diferentes dependiendo de los proyectos políticos generales con los que se le asociaba (Álvarez Junco, 2001). De esta forma, emerge una concepción de la «nación» española basada en el modelo francés surgido con la Revolución Francesa y, en contraposición, otra noción basada en el Catolicismo (matriz del ulterior «nacional-catolicismo»). La primera es la concepción liberal mientras que la segunda es abanderada por los conservadores, conviniendo tener presente estas connotaciones a la hora de interpretar estos resultados.

Tabla 4. Concepciones de España (2010)

	Ciudadanía (%)	Elites (%)
Mi país	78,3	38,3
Una nación de la que me siento miembro	10	20
El Estado del que soy ciudadano	7,1	25
Un Estado formado por varias nacionalidades y regiones	3	6,7
Un Estado ajeno, del que mi país no forma parte	0,4	0
Algo especial, fruto de la historia, que nos une... y que no sabría definir	0	8,3
Ninguna de las anteriores	0,5	0
N.S./N.C.	0,6	1,7
n	952	60

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS y el estudio de parlamentarios.

Como se observa en la tabla 4, tan sólo una minoría, una décima parte, concibe España con una actitud distante, con escasa carga afectiva, al escoger denominarlo «Estado del que soy ciudadano». A su vez, la consideración de España como «un Estado formado por varias nacionalidades y regiones», con escasa o nula carga afectiva, es elegida por un exiguo tres por ciento de la ciudadanía. Finalmente, la postura de que España es un «Estado ajeno» del cual «no forma parte de [su] país», la cual denota una orientación claramente negativa, de rechazo, apenas tiene eco en la sociedad andaluza.

Por su parte, el afecto de los representantes autonómicos respecto a la noción de «España» es sustancialmente menor que la de sus representados: uno de cada tres políticos la denomina como «Estado» en lugar de las opciones que denotan mayor afectivi-

dad, esto es, «país» o «nación». En concreto, «mi país» es escogido por un 38 por ciento de los representantes, mientras que, recordemos, entre los representados cuenta con un 78 por ciento. Aunque el doble de frecuente que en el seno de la ciudadanía, la opción «nación» también es minoritaria en el de la elite. A su vez, las opciones más tibias —«Estado del que soy ciudadano» y «Estado formado por varias nacionalidades y regiones»— son elegidas por un 32 por ciento de los políticos pero sólo un 10 por ciento de la ciudadanía.

De nuevo, una actitud de cierto distanciamiento psicológico puede dar cuenta de la menor afectividad hacia la nación entre las elites políticas en comparación con la ciudadanía general, pareciendo que las primeras observen el país de un modo más técnico o, si cabe, «tecnocrático». La clase social y los recursos e influencias culturales más amplias asociados a un mayor nivel educativo también pueden contribuir a explicarlo, pues las clases bajas tienen a valorar más el «estatus» o prestigio social relacionado con la nacionalidad que aquellos grupos sociales que gozan de prestigio social por atributos más específicos.

La expresión de las preferencias sobre distintos modelos de organización territorial del Estado es una manifestación más directa de la voluntad de autogobierno y el apoyo a las comunidades políticas existentes. El Estatuto de Autonomía de Andalucía de 1981 fue reformado durante 2006, y aprobado en referéndum el 18 de febrero de 2007, con una participación del 36 por ciento del censo electoral, 87 por ciento de los votos a favor, 9 por ciento en contra y 3 por ciento en blanco. Pues bien, tres años después, preguntados en la encuesta del CIS, la fórmula de organización territorial preferida por la ciudadanía andaluza es la actual de un Estado con comunidades autónomas (en adelante, CCAA). Aunque la siguiente opción más elegida es la de otorgarles mayor poder, esta dista mucho de la primera opción (tan sólo un 14 frente a un 54 por ciento). A esto se añade que casi un 20 por ciento de los entrevistados aprecia una organización territorial donde las CCAA dispongan de menor autonomía (11 por ciento) o, incluso, la posibilidad de un gobierno central único (9 por ciento). El apoyo hacia un Estado que reconociese la posibilidad de que las CCAA se convirtiesen en Estados independientes es ínfimo, llegando tan sólo a un 2 por ciento⁵.

5 Según el estudio 2966 del CIS, en 2012 las preferencias por un menor grado de autogobierno aumentaron considerablemente, desde un 19 a un 32 por ciento, y las preferencias por un mayor autogobierno (con o sin derecho a la secesión) disminuyeron de un 16 a un 12 por ciento. En todo caso, el apoyo al *statu quo* se mantiene en un 51 por ciento (54 por ciento en 2010). La pauta de un aumento dramático de preferencias por cierta recentralización es una pauta generalizada en la mayor parte de España y, de hecho, algo menor en Andalucía.

Tabla 5. Preferencias sobre la organización territorial del Estado entre la ciudadanía (2010) (%)

Un Estado con un único Gobierno Central sin autonomías	8,5
Un Estado en el que las Comunidades Autónomas tengan menor autonomía que en la actualidad	10,5
Un Estado con Comunidades Autónomas como en la actualidad	53,8
Un Estado en el que las Comunidades Autónomas tenga mayor autonomía que en la actualidad	13,6
Un Estado en que se reconociese a las Comunidades Autónomas la posibilidad de convertirse en estados independientes	1,9
N.S./N.C.	11,7
n	952

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS.

Si en vez de fórmulas de organización del Estado se pregunta a los andaluces por preferencias sobre el grado de centralización-descentralización, los resultados son muy parecidos⁶. Una situación de descentralización media (entre los valores 4 y 6), que se puede interpretar como el *statu quo* o situación actual, es la opción más elegida por la ciudadanía andaluza, con un 36 por ciento de las respuestas. Los que prefieren una mayor descentralización (16 por ciento) son similares a los que se sitúan en posiciones cercanas al máximo centralismo (17 por ciento), con la salvedad de que esta opción es apoyada por el doble de ciudadanos y ciudadanas que los que se decantan por la máxima descentralización.

Tabla 6. Preferencias sobre el grado de centralización-descentralización del Estado (2010)

	Ciudadanía (%)	Parlamentarios (%)
Máximo centralismo (0-1)	7	0
(2-3)	10,1	1,7
(4-6)	36	51,7
(7-8)	12,8	38,3
Máxima descentralización (9-10)	3,6	6,7
N.S./N.C.	30,5	1,7
n	952	60
Media	3,0	3,5
Desviación Típica	0,97	0,65

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS y el estudio de parlamentarios.

6 En la escala centralismo-descentralización aplicada a los ciudadanos, el valor 0 significa «regionalismo inexistente».

Cuando la pregunta se traslada a los parlamentarios, estos expresan una fuerte preferencia por una mayor descentralización, con un 45 por ciento frente al 16 por ciento que hemos visto entre la población. Las opciones tendentes al máximo centralismo, por lo demás, apenas son elegidas por los representantes: tan sólo un 2 por ciento, y sin que nadie manifieste preferencia por el máximo centralismo. La posición de una descentralización media es elegida mayoritariamente, al igual que por la ciudadanía, con un 52 por ciento. Sin embargo, estos resultados hacen patente la existencia de un mayor autonomismo entre las elites que entre la ciudadanía, como ocurre en los casos de Cataluña y Valencia (Coller, 2004; Miley, 2005; Martínez y Miley, 2010). También puede causar cierto asombro dada la muy reciente reforma del Estatuto de Autonomía de Andalucía, incrementando sustancialmente sus competencias.

Asimismo, esto es, cuando menos, llamativo, si no paradójico, considerando que la identidad andaluza es menor entre los representantes autonómicos andaluces que entre sus representados y, ciertamente, mucho menor que entre los representantes autonómicos catalanes y valencianos. Una interpretación posible, con cierta dosis de ingenuidad, es que estos parlamentarios contemplan esta cuestión de una manera puramente técnica y desapasionada, en la convicción de que la gestión de los recursos públicos será más eficaz y eficiente si se realiza desde el nivel autonómico, mas sin por ello cuestionar la unidad nacional. Otra interpretación, compatible con la anterior, aunque algo más cínica, es que todas las organizaciones —y quién mejor que sus representantes para encarnarlas— tienden a acumular poder (cf. Linz, 1993).

Tabla 7. Preferencias sobre el grado de autonomía de Andalucía (2010)

Ciudadanía (%)		Parlamentarios (%)	
Mayor	28	Regionalismo mínimo (0-3)	15,0
Menor	10,6	Regionalismo medio (4-6)	45,0
Igual	48,1	Regionalismo mayor (7-10)	40,0
N.S./N.C.	13,2	N.S./N.C.	0
n	952	n	60

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS y el estudio de parlamentarios.
Nota: A los ciudadanos se les pregunta si les gustaría que la autonomía de Andalucía fuese mayor, menor o igual, mientras que a las elites se les pide su grado de regionalismo, siendo 1 «regionalismo mínimo» y 10 «regionalismo máximo» (0 es regionalismo inexistente).

Estas preferencias son consistentes cuando se refieren directamente al grado de autogobierno andaluz, presentadas en la tabla 7. Así, de manera similar a las respuestas anteriores, a la mayoría de ciudadanos le gustaría que el grado de autonomía de su comunidad siguiese como en la actualidad (48 por ciento). Mientras que, para la organización territorial del Estado en España en general, el aumento del autogobierno era respaldado por un 14 por ciento, en referencia específica a Andalucía el porcentaje aumenta hasta 28 puntos. Por otro lado, la preferencia por una menor autonomía andaluza es de un 11 por ciento, tal y como ocurre con la organización del Estado en España.

Otra pregunta interesante de la encuesta plantea a las personas entrevistadas si consideran que no debería haber diferencia en los servicios y prestaciones que ofrecen las CCAA o bien que estas deberían poder diferenciarse en este sentido. El interés de la pregunta reside en que a menudo se ha criticado la disparidad de políticas públicas (por ejemplo, educativas y sanitarias) entre unas comunidades y otras, pero a la vez, estas diferencias son expresión del ejercicio del autogobierno que tantas veces se reivindica. Pues bien, la respuesta es rotunda: a un 70 por ciento de los ciudadanos les gustaría que no existiesen diferencias. Esto expresa cierta «paradoja autonómica»: de un lado, se reivindica el autogobierno de las regiones, acaso como una forma de reconocimiento de estatus regional en una dinámica de competencia interterritorial; del otro, muchas ciudadanas y ciudadanos estiman que las diferencias en servicios y prestaciones entre ámbitos territoriales no es del todo lógica ni justa.

Tabla 8. Preferencias sobre el grado de autonomía de Andalucía (2010) (%)

Las Comunidades Autónomas deben poder ofrecer a su ciudadanía servicios y prestaciones diferentes en cada una de ellas	19,3
No debe haber ninguna diferencia en los servicios y prestaciones que ofrecen las Comunidades Autónomas a su ciudadanía	69,3
Ninguna de las dos	2,7
N.S./N.C.	8,6
n	952

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS y el estudio de parlamentarios.

Al igual que en la mayor parte de sociedades europeas, otras identidades políticas fundamentales en Andalucía, seguramente más importantes que las identidades territoriales para comprender el comportamiento político, y en particular —aunque no únicamente— las opciones de voto en las elecciones, son las articuladas en torno a los

conceptos de izquierda y derecha (Inglehart, 1991; Dalton, 2006). En la historia contemporánea, desde la promulgación en 1812 de la Constitución de Cádiz y el Pronunciamiento de Riego de 1820 cuando menos, pasando por el arraigo del movimiento anarquista a principios del s. XX, y hasta llegar a las constantes mayorías de izquierda en las elecciones autonómicas y generales celebradas desde 1977 a 2012, Andalucía destaca por ser una región sustancialmente más progresista que zonas más septentrionales de España. Hasta tal punto que quepa señalar esta identificación con la izquierda como uno de los rasgos más característicos de la cultura política andaluza, de lo cual son conscientes muchos andaluces. Si se nos permite otro ejercicio comparativo, cabe aventurar que la identidad etno-territorial andaluza actual se nutre en parte de la identidad de centro-izquierda, como ocurre, de un modo más expreso, en Escocia, cuyos habitantes también acostumbra a ser conscientes de su mayor progresismo en comparación con Inglaterra. En las siguientes secciones analizaremos con más detalle esta conjetura.

Tabla 9. Identificación ideológica en Andalucía y el conjunto de España (2010)

	Ciudadanía andaluza (%)	Ciudadanía española (%)	Elites (%)
Izquierda (0-2)	8,8	11,5	6,7
Centro-izquierda (3-4)	29,7	23,1	41,7
Centro (5)	20,2	26,8	25,0
Centro-derecha (6-7)	11,2	15,2	25,0
Derecha (8-10)	2,4	6,6	1,7
N.S/N.C	27,6	16,8	.
n	952	10.409	60
Media	4,3	4,62	4,37
Desviación Típica	1,708	2	1,573

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS y el estudio de parlamentarios.

En este sentido, la mayor parte de la ciudadanía se sitúa en posiciones de centro-izquierda (30 por ciento), seguidos del centro absoluto (valor 5) con un 20 por ciento. Entre los parlamentarios autonómicos estos rasgos se acentúan, con porcentajes del 42 vs. el 25 por ciento, respectivamente. Llama la atención, empero, que la segunda postura más habitual entre la ciudadanía es la de no situarse en la escala, declarando

desconocer su orientación ideológica o no contestando. De hecho, esta postura alcanza un 28 por ciento, proporción mucho mayor que en el conjunto español, donde es un 17 por ciento. El contraste también se produce con la elite andaluza, que en su totalidad se ha ubicado en algún valor de la escala. Asimismo, las posiciones de izquierda y centro-izquierda, en conjunto, son dramáticamente superiores a las de centro-derecha y derecha, aunque algo más entre la población (un 39 por ciento frente a un 14 por ciento) que entre la elite (un 48 por ciento frente a un 27 por ciento), una hegemonía que es mayor que en el conjunto del país⁷.

3.3. Identidad y organización política territorial

En esta sección se examina el papel de un conjunto de posibles predictores de la identidad andaluza. En primer lugar se explora el papel de factores sociodemográficos tales como el origen geográfico familiar, el nivel de estudios, la edad, el estatus socioeconómico y la religiosidad. A continuación, para evaluar su grado de consistencia, se examina la asociación entre la concepción de España y las identificaciones relativas. Tras esto, se considera su asociación con la identificación ideológica y las preferencias de partidos. Por último, se presenta un modelo de análisis multivariante que evalúa la validez de posibles inferencias causales desde la mayor parte de estas variables.

En consonancia con las teorías que destacan la existencia o la utilización de atributos culturales y fenotípicos en la creación de identidades étnicas y etno-nacionalistas, la región de nacimiento de los entrevistados y sus padres es uno de los mejores predictores de la identidad territorial en otras zonas de España, tales como el País Vasco, Cataluña y Galicia (Linz, 1981; Pallarés *et al.*, 1991; Martínez-Herrera, 2002). De ahí que quepa esperar que los nacidos en Andalucía tiendan a sentirse más andaluces que quienes han nacido en otro lugar. A diferencia de regiones tradicionalmente receptoras de inmigración, tanto nacional como internacional, durante la edad contemporánea Andalucía ha sido sobre todo una región con saldos migratorios negativos: es decir, una región de emigración. Por ello, alrededor de un 90 por ciento de las personas entrevistadas ha nacido en la comunidad, al igual que lo hicieron sus padres.

7 La recodificación de la primera categoría es distinta para el caso de las elites con valor 1-2 en lugar de 0-2. El resto de categorías son iguales.

Tabla 10. Identidades relativas según origen propio y familiar entre la ciudadanía (2010)

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	N.S / N.C.	n
Origen propio y familiar	Inmigrado interior	25,0	18,8	33,3	6,3	0,0	16,7	48
	1ª Gen	0,0	16,7	50,0	33,3	0,0	0,0	6
	Mixto	5,1	10,3	64,1	20,5	0,0	0,0	39
	2ª Gen	3,3	6,1	72,2	16,6	1,1	0,6	817
	Inmigrado extranjero	0,0	16,7	50,0	16,7	8,3	8,3	12
	Total	5,2	7,2	69	16	1,1	1,6	948
V Cramer	0,20	Significación		0,00				

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS.

Pues bien, en efecto, el origen geográfico propio y familiar del encuestado es el factor sociodemográfico que mejor predice las identidades relativas (V de Cramer = 0,2). Los nacidos fuera de Andalucía son quienes más se sienten solamente o más españoles que andaluces⁸. En contraste, aproximadamente tres de cada cuatro andaluces en segunda generación (con ambos progenitores andaluces) optan por la identidad dual indistinta y apenas uno de cada cinco por identidades preferente o únicamente andaluzas. Las personas con progenitores mixtos quedan a medio camino⁹.

Sin embargo, en el caso de los representantes políticos, y contrariamente a lo que cabría esperar, los nacidos fuera de Andalucía son quienes más expresan sentirse exclusivamente andaluces. El hecho de que los padres fueran andaluces también tiene un impacto positivo en la identidad. Sin embargo, al comparar la elite con la ciudadanía, se observa que la identidad dual indistinta es la opción mayoritaria en ambos casos pero con porcentajes superiores entre los primeros.

8 En la encuesta del CIS, los nacidos fuera de Andalucía son mayormente inmigrantes interiores, ya que el universo del estudio es de ciudadanos españoles, y los inmigrantes internacionales naturalizados son escasos.

9 La muestra disponible para los andaluces en primera generación (nacidos en Andalucía de padres inmigrantes interiores) es demasiado exigua para permitir inferencias estadísticamente representativas.

Tabla 11. Identidades relativas según origen propio y familiar entre los parlamentarios

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Origen propio y familiar	Andaluz	4,2	2,1	85,4	8,3	0,0	48
	No andaluz	0,0	16,7	66,7	8,3	8,3	12
	Padre andaluz	4,3	4,3	80,4	8,7	2,2	46
	Padre no andaluz	0,0	7,1	85,7	7,1	0,0	14
	Madre andaluza	4,1	4,1	79,6	10,2	2,0	49
	Madre no andaluza	0,0	9,1	90,9	0,0	0,0	11

Fuente: elaboración propia a partir del estudio de parlamentarios.

El nivel educativo es otra de las variables analizadas. La importancia de esta variable estriba en el papel histórico de la *intelligentsia* local (maestros inclusive) en el «despertar» de los movimientos etno-nacionales, así como a que suele corresponder con sus propios intereses económicos y de estatus (Gellner, 1983; Hroch, 1985). Así, cabe esperar que a mayor nivel educativo, mayor sea la probabilidad de exposición a un mensaje andalucista y, por ende, más probable la identificación primordialmente andaluza.

Tabla 12. Identidades relativas según nivel de estudios entre la ciudadanía (2010)

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Estudios del entrevistado	Sin estudios	4,8	9,5	70,6	14,3	0,8	126
	Primaria	4,8	5,9	68,1	20	1,1	454
	Secundaria	5,9	6,9	73,3	12,9	1	101
	F.P.	8,9	8,1	71	12,1	0	124
	Medios universitarios	2,5	5,1	78,5	13,9	0	79
	Superiores	4	16	66	8	6	50
	Total (n)	5,2	7,3	70,1	16,3	1,1	934
V de Cramer	0,19	Significación		0,01			

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS.

En la tabla 12, se observa que el nivel de estudios de la ciudadanía parece ser un predictor moderado (V de Cramer = 0,11) de la identidad territorial, con un patrón de asociación algo confuso pero que, de cualquier modo, refuta la hipótesis inicial. Si bien es cierto que las personas con estudios superiores son quienes expresan con mayor frecuencia una identidad exclusivamente andaluza (nada española), las que sólo tienen estudios primarios o no han podido estudiar son quienes más se sienten como preferentemente andaluces. Por el contrario, las personas con estudios de formación profesional presentan los mayores porcentajes de identidad exclusivamente española, pero las personas con estudios superiores universitarios son quienes manifiestan también una mayor preferencia relativa por España.

En el caso de los parlamentarios, la variación en la variable independiente es menor, ya que la mayor parte tiene estudios universitarios y nadie declara una educación inferior a la secundaria. En comparación a los resultados de la ciudadanía, parece que aquí la pauta es más clara. La identidad fundamentalmente española es mayor entre los representantes con un nivel de estudios inferior, mientras que los que se identifican como «únicamente andaluces» han cursado diplomaturas universitarias. Contrariamente a lo que aventurábamos, la identidad dual indistinta es más corriente entre los representantes con estudios universitarios de ciclo superior (aunque sólo observamos cuatro casos). En contraste, como hemos visto, en el caso de los ciudadanos con nivel superior, la identidad indistinta halla sus porcentajes más bajos.

Tabla 13. Identidades relativas según nivel de estudios entre los parlamentarios

		Sólo español/a	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz/a	n
Nivel de Estudios	Hasta Primaria
	Secundaria	9,1	0	72,7	18,2	0	11
	Medios universitarios	2,3	6,8	81,8	6,8	2,3	44
	Superiores	.	.	100	.	.	4
	Total (n)	3,4	5,1	81,4	8,5	1,7	59

Fuente: elaboración propia a partir del estudio de parlamentarios.

La pertenencia a una determinada generación suele reflejar el contexto de una época. Es posible que la identificación andaluza de una persona que ha experimentado la dictadura franquista tienda más a la moderación que una persona socializada en la actual etapa

democrática y, por ello, menos renuente a expresar opiniones controvertidas. Asimismo, la «generación autonómica» ha estado expuesta a contextos de socialización primaria extra-familiar —sistema educativo y medios de comunicación— cuyos contenidos han resaltado mucho más la cultura e historia andaluza que los de los contextos de socialización equivalentes de generaciones más antiguas, a lo cual se añade el hecho de que la mayor parte de los primeros no ha tenido que pasar por un servicio militar obligatorio ni ha sido expuesto, por tanto, a la consiguiente movilidad geográfica, contacto con reclutas de otras latitudes, y adoctrinamiento patriótico español. Por ende, cabe esperar que los más jóvenes tengan una mayor inclinación andalucista que los más mayores.

Tabla 14. Identidades relativas según edad entre la ciudadanía (2010)

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Edad del entrevistado	Jóvenes	4,8	5,7	63,8	23,8	1,9	105
	Maduro-jóvenes	5,1	6,6	68,2	18,3	1,8	393
	Maduros	4,8	7,1	74	14,1	.	269
	Ancianos	6,5	10,1	72,2	10,7	0,6	169
	Total	5,2	7,3	70,1	16,3	1,1	936
V de Cramer		0,82	Significación		0,88		

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS.

Tabla 15. Identidades relativas según edad entre los parlamentarios

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Edad del entrevistado	Jóvenes	.	.	50	50	.	2
	Maduro-jóvenes	.	11,1	72,2	11,1	5,6	18
	Maduros	2,6	2,6	89,5	5,3	.	38
	Mayores	50	.	50	.	.	2
	Total	3,3	5	81,7	8,3	1,7	60

Fuente: elaboración propia a partir del estudio de parlamentarios.

Efectivamente, los resultados en la tabla 14 recogen una mayor propensión a la identificación preferentemente andaluza entre la generación más joven que entre las más maduras. Los resultados son similares entre los representantes, ya que las identifica-

ciones preferentemente andaluzas son algo más frecuentes entre los más jóvenes que entre los más maduros (véase la tabla 15).

El género es otra variable habitual en estudios sobre actitudes. Aunque no se espera que el género sea una variable relevante respecto de la identidad andaluza, se incluye en el conjunto de variables independientes para corroborarlo. Sin embargo, si bien se observa cierto patrón en el que los hombres tienden a elegir las opciones polares algo más que las mujeres, esta asociación parece obedecer al azar en el proceso de muestreo (no es estadísticamente significativa). En el caso de las elites, la asociación es muy similar (véanse las tablas 16 y 17).

Tabla 16. Identidades relativas según sexo entre la ciudadanía (2010)

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Género del entrevistado	Hombre	5,6	9,9	67	16	1,5	463
	Mujer	4,9	4,7	73,2	16,7	0,6	473
	Total	5,2	7,3	70,1	16,3	1,1	936
V de Cramer	0,11	Significación		0,15			

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS.

Tabla 17. Identidades relativas según sexo entre los parlamentarios

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Género del entrevistado	Hombre	3	3	84,8	6,1	3	33
	Mujer	3,7	7,4	77,8	11,1	.	27
	Total	3,3	5	81,7	8,3	1,7	60
V de Cramer	0,18	Significación		0,74			

Fuente: elaboración propia a partir del estudio de parlamentarios.

Aunque discutible *prima facie*, un estereotipo frecuente sobre los andaluces y andaluzas es una supuesta religiosidad por encima del promedio español, tópico construido sobre sus famosas manifestaciones de religiosidad católica al aire libre (Semana Santa y romerías) (véase el capítulo de Coller y Miley en este volumen). En la medida en que estas expresiones religiosas fueran incorporadas a las concepciones de lo andaluz, cabría esperar un mayor andalucismo entre las personas más religiosas. Sin embargo, como hipótesis alternativa, también cabría, por el contrario, esperar que el andalucismo fuera

cosa de personas renuentes al culto católico y su sincretismo popular de costumbres pre-cristianas. El patrón de los resultados de la tabla 18 parece abonar la segunda conjetura, ya que las preferencias andaluzas son más comunes entre los agnósticos y ateos que entre quienes se declaran católicos y la relación es estadísticamente significativa. No obstante, se trata de una asociación más bien débil que no debe sobrevalorarse. Por su parte, al igual que entre la ciudadanía, los parlamentarios ateos son los más propensos a las identificaciones preferente o solamente andaluzas, mientras los católicos son los más propensos a identificaciones preferente o solamente españolas.

Tabla 18. Identidades relativas según religiosidad entre la ciudadanía (2010)

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Religión	Ateo	7,7	5,1	48,7	38,5	.	39
	No creyente	5,3	7,9	63,2	19,3	4,4	114
	Otra religión	.	4,8	76,2	19	.	21
	Cat. no practicante	5,5	6,8	71,6	15,5	0,6	472
	Cat. practicante	4,9	8,1	73,2	13	0,7	284
	Total	5,3	7,2	70,2	16,2	1,1	930
V de Cramer	0,09	Significación		0,00			

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS.

Tabla 19. Identidades relativas según religiosidad entre los parlamentarios.

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Religión	Ateo	.	.	54,5	36,4	9,1	11
	Agnóstico	.	.	100	.	.	9
	Indiferente	.	.	100	.	.	7
	Cat. no practicante	5,9	5,9	82,4	5,9	.	17
	Cat. practicante	6,7	13,3	80	.	.	15
	Total	3,4	5,1	81,4	8,5	1,7	59
V de Cramer	0,31	Significación		0,9			

Fuente: elaboración propia a partir del estudio de parlamentarios.

Antes de pasar al análisis multivariante, evaluamos la asociación de las identificaciones relativas con otras actitudes políticas. En primer lugar, examinamos el grado de consistencia con otro indicador que capta percepciones y sentimientos hacia la comunidad política desde una perspectiva analítica distinta. Más arriba (tabla 4) se ha visto que una amplia mayoría de andaluces considera España con una actitud intensamente afectiva, ya sea concibiéndola como «mi país» (78 por ciento) o, incluso, como «la nación de la que me siento miembro» (10 por ciento). También se ha visto (tabla 2) que apenas un uno por ciento declara sentirse exclusivamente andaluz y, en su conjunto, las identidades preferentemente andaluzas son escogidas por un 17 por ciento. ¿Hasta qué punto van ambas actitudes de la mano?

Pues bien, tal y como cabría esperar, quienes manifiestan que España es «su país» escogen las identidades preferentemente andaluzas en menor medida que el conjunto de la población. Además, como cabría esperar también, quienes perciben a España como «la nación de la que me siento miembro» son también los más dados a declarar identificaciones preferente o únicamente españolas. Las identidades preferente o únicamente andaluzas, por su parte, son más frecuentes entre quienes perciben España de un modo más neutro, como «Estado formado por varias nacionalidades y regiones», pero con la cautela de que la muestra para este grupo es exigua ($n = 28$).

Tabla 20. Identidades relativas según concepción de España entre la ciudadanía (2010)

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Concepción de España	Mi país	4,5	7,2	74	13,7	0,5	735
	Una nación de la que me siento miembro	10,9	10,9	57,6	19,6	1,1	92
	El Estado del que soy ciudadano	6,1	4,5	59,1	27,3	3	66
	Un Estado formado por varias nacionalidades y regiones	3,6	3,6	50	39,3	3,6	28
	Un Estado ajeno, del que mi país no forma parte			25	50	50	4
	Ninguna de las anteriores	20	20	.	40	20	5
	Total	5,3	7,3	70,1	16,2	1,1	930
V de Cramer	0,15	Significación		0,00			

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS.

Las identidades relativas de los representantes en función de su concepción de España muestran diferencias con la de sus representados, pero debe tenerse presente que la muestra es pequeña, por lo que las inferencias de relación estadística deben ser tomadas con cautela. Como en la población general, las identificaciones de tendencia andalucista son más frecuentes entre quienes conciben España como «un Estado formado por varias nacionalidades y regiones». La identificación salomónica, por su parte, es más probable entre quienes ven a España como su país, su nación o el «Estado del que soy ciudadano», grupos en los que también se encuentran aquellos que manifiestan identidades única o preferentemente españolas.

Tabla 21. Identidades relativas según concepción de España entre los parlamentarios

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Concepción de España	Mi país	4,3	8,7	78,3	8,7	.	23
	Una nación de la que me siento miembro	8,3	.	91,7	.	.	12
	El Estado del que soy ciudadano	.	.	86,7	6,7	6,7	15
	Un Estado formado por varias nacionalidades y regiones	.	.	50	50	.	4
	Algo especial, fruto de la historia, que nos une a quienes vivimos aquí, y que no sabría definir	.	20	80	.	.	5
	Total	3,4	5,1	81,4	8,5	1,7	59
V de Cramer	0,28	Significación		0,24			

Fuente: elaboración propia a partir del estudio de parlamentarios.

Como se avanzó más arriba, es de interés también la posible relación entre identificaciones ideológicas de izquierda e identidad andaluza. Para empezar, en la historia contemporánea, Andalucía suele aparecer con una identidad política más progresista que otras zonas de España. Por añadidura, el enaltecimiento e instrumentalización del sentimiento español por el franquismo han hecho que, durante las tres o cuatro últimas décadas, las reivindicaciones de los nacionalismos periféricos hayan acostumbrado a verse como de izquierda mientras que la identidad nacional española se ha presentado como de derechas. De ahí que quepa esperar que las personas que se sienten de izquierdas presenten mayores tendencias andalucistas que el resto.

Tabla 22. Identidades relativas según identificación izquierda-derecha entre la ciudadanía (2010)

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Auto-ubicación ideológica	Extrema izquierda	5,1	3,8	63,3	24,1	3,8	79
	Izquierda	4,6	4,3	68,2	22,1	0,7	280
	Centro	4,8	9	76,1	10,1	.	188
	Derecha	10,3	12,1	67,3	10,3	.	107
	Extrema derecha	4,5	18,2	63,6	9,1	4,5	22
	Total	5,6	7,2	69,5	16,7	0,9	676
V de Cramer	0,13	Significación		0,00			

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS.

Tabla 23. Identidades relativas según identificación izquierda-derecha entre los parlamentarios

		Sólo español	E > A	E = A	A > E	Sólo andaluz	n
Auto-ubicación ideológica	Izquierda			50	25	25	4
	Centro-Izquierda			84	16		25
	Centro	6,7	6,7	86,7			15
	Centro-Derecha	6,7	13,3	80			15
	Derecha			100			1
	Total	3,3	5	81,7	8,3	1,7	60
V Cramer	0,3	Significación		0,05			

Fuente: elaboración propia a partir del estudio de parlamentarios.

Efectivamente, la tabla 22 confirma que los ciudadanos y ciudadanas de izquierdas expresan sentimientos más andaluces que españoles o únicamente andaluces en mayor medida que el resto. En cambio, las personas de derechas se sienten principalmente españolas con mayor frecuencia, siendo la identidad dual indistinta más frecuente entre quienes se posicionan en el «centro» ideológico. Estas diferencias son estadísticamente significativas, confirmando la asociación de ambas actitudes entre la ciudadanía. La asociación entre ambas variables también se confirma entre los representantes políticos: los que se sitúan a la izquierda manifiestan mayores tendencias andalucistas mientras que quienes se declaran de derechas también declaran con más frecuencia sentirse principalmente españoles.

Tabla 24. Identidades relativas de la ciudadanía según recuerdo de voto en las elecciones autonómicas (%)

	PP	PSOE	IU	Total
Sólo español	8,4	3,4	7,4	5,1
E > A	10,8	4,7	11,1	7,1
E = A	69,5	72,9	55,6	68,9
A > E	10,8	17,0	25,9	16,1
Sólo andaluz	0,0	0,6	0,0	1,1
N.S / N.C.	0,6	1,4	0,0	1,7
n	167	358	27	952
V de Cramer	0,11	Significación	0,02	

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2.829 del CIS.

Finalmente, es interesante conocer la distribución de identificaciones relativas y preferencias de organización territorial del Estado por partido político. La ciudadanía más propensa al andalucismo se encuentra entre quienes, en las elecciones autonómicas, votaron por Izquierda Unida (IU, si bien con una muestra estadística escasa que debe tomarse con precaución), seguidos por los votantes del PSOE, más parecidos al promedio de la población en este aspecto, siendo el perfil del votante al Partido Popular el menos andalucista. Al mismo tiempo, los votantes socialdemócratas aparecen como los menos propensos a identificaciones de inclinación española, siendo en esto casi iguales los perfiles electorales observados de IU y el PP. La relación es estadísticamente significativa pero más bien débil (V de Cramer = 0,11).

Tabla 25. Identidades relativas de los parlamentarios por grupo parlamentario (%)

	PP	PSOE	IU	Total
Sólo español	6,7	0,0	0,0	3,3
E > A	10,0	0,0	0,0	5,0
E = A	83,3	84,6	50,0	81,7
A > E	0,0	15,4	25,0	8,3
Sólo andaluz	0,0	0,0	25,0	1,7
n	30	26	4	60
V de Cramer	0,46	Significación	0,00	

Fuente: elaboración propia a partir del estudio de parlamentarios.

Atendiendo a las identificaciones relativas según el partido al que representan los parlamentarios autonómicos, la tendencia va en paralelo a la de sus votantes e incluso acentúa la fuerza de la relación estadística, que aquí se observa muy fuerte (V de Cramer = 0,46). En efecto, el perfil de los cuatro parlamentarios de IU es el más andalucista (incluso más que entre sus bases electorales), el del PSOE tiene elementos andalucistas relevantes pero está fundamentalmente hecho de identificaciones duales indistintas y, aunque apenas alcanzan una quinta parte, es en las filas del PP donde se expresan más preferencias españolas.

3.4. Modelos multivariantes de la identidad andaluza

Para evaluar en qué medida cada una de las variables anteriores es capaz de dar cuenta de la identidad andaluza, refutando posibles relaciones espurias, se ha llevado a cabo un análisis estadístico multivariante. La técnica elegida es la regresión por el método de mínimos cuadrados ordinarios (MCO o «clásica») donde la variable dependiente analizada es las identidades relativas, especificada como una variable ordinal. En el análisis realizado, se diferencian tres modelos. El primero de ellos examina los efectos de las variables sociodemográficas; el segundo incorpora la identificación de los entrevistados en términos de izquierda-derecha; finalmente, el tercero es un modelo «parsimonioso», que tan sólo evalúa los efectos de las variables que han resultado significativos en el segundo modelo.

Los resultados del primero, puramente socio-demográfico, son bastante esclarecedoras. En realidad, el único factor que da cuenta de manera estadísticamente significativa de las identidades relativas es el origen geográfico familiar. En este sentido, que una persona y sus dos padres hayan nacido en Andalucía («segunda generación») hace que se aproxime, en la escala de identificaciones relativas (de cinco grados), 0,62 grados más hacia el referente andaluz que una persona nacida fuera de la región. Una vez controlada (o «se mantiene constante») esta variable, ni el nivel de estudios de los entrevistados (especificado con una batería de variables dicotómicas) ni el sexo, ni la tendencia religiosa arrojan efectos significativos¹⁰. En todo caso, este modelo tiene la capacidad de dar cuenta (o «predecir») un 8 por ciento de la variación en las identidades relativas (véase el estadístico R^2).

10 El nivel de estudios reglados se especificó con una batería de variables dicotómicas para poder comparar el efecto de haber cursado formación profesional respecto al efecto de haber estudiado bachillerato. La categoría de referencia está formada por las personas que no pudieron acceder al sistema educativo.

En el segundo modelo, socio-psicológico, se añade la identificación política en términos izquierda-derecha. En este modelo, que mantiene constante esta identificación política, la aproximación al referente andaluz entre los nacidos en Andalucía de padres andaluces es 0,71 grados mayor que entre los nacidos fuera. Por su parte, la identificación izquierda-derecha predice un menor andalucismo cuanto más conservadora se considera la persona. El hecho de ser hombre o mujer también arroja cierta asociación, pero tan sólo es significativa en este modelo, donde se incluyen otras variables socio-demográficas sin efectos significativos y la auto-ubicación ideológica. Asimismo, la comparación de los efectos tipificados permite observar una capacidad predictiva mucho mayor del origen geográfico familiar que de la identificación izquierda-derecha. Además, este modelo da cuenta de un 15 por ciento de la variación en las identidades relativas. Por último, el tercer modelo, que descarta diversas variables sin efectos significativos («modelo parsimonioso»), da cuenta de un 11 por ciento de la varianza (R^2)¹¹.

11 Estos modelos de regresión lineal se replicaron con los representantes políticos. Sin embargo, en esta aplicación no arrojaron ninguna asociación estadísticamente significativa. Esto parece deberse a que el número de casos es mucho menor que en el análisis de la ciudadanía en general.

Tabla 26. Regresión lineal de las identidades relativas de la ciudadanía

Variables	Modelo 1		Modelo 2		Modelo 3	
	Coef. (error típico)	Coef. Tipificado	Coef. (error típico)	Coef. Tipificado	Coef. (error típico)	Coef. Tipificado
Edad del encuestado	-0,004 (0,002)	-0,103	-0,002 (0,002)	-0,045		
Nivel de estudios (Referencia: Sin estudios)						
Primarios	0,021 (0,076)	0,015	0,059 (0,096)	0,042		
Secundarios	-0,136 (0,104)	-0,060	-0,079 (0,124)	-0,036		
Formación Prof.	-0,221 (0,098)	-0,107	-0,269 (0,120)	-0,131		
Diplomatura Univ.	-0,054 (0,109)	-0,021	-0,100 (0,129)	-0,043		
Licenciatura	-0,89 (0,123)	-0,028	-0,090 (0,140)	-0,032		
Sexo (0 = Mujer)	-0,104 (0,049)	-0,074	-0,166* (0,057)	-0,118	-0,118 (0,052)	-0,084
Ocupación (Referencia = trabaja)						
Jubilado/pensionista	-0,046 (0,083)	-0,027	-0,132 (0,095)	-0,072		
Parado	0,029 (0,061)	0,017	0,033 (0,069)	0,019		
Estudiante	0,003 (0,112)	0,001	0,256 (0,132)	0,077		
Trabajo doméstico	-0,064 (0,084)	-0,031	-0,132 (0,101)	-0,059		
Origen (Referencia = inmigrante interior)						
Primera generación	0,722 (0,286)	0,082	1,293 (0,677)	0,070	1,420 (0,677)	0,077
Mixto	0,505** (0,133)	0,144	0,550** (0,150)	0,158	0,599** (0,151)	0,172
Segunda generación	0,624** (0,080)	0,303	0,701** (0,090)	0,337	0,712** (0,091)	0,342
Religión (Referencia = ateo)						
No creyente	-0,019 (0,119)	-0,009	-0,032 (0,126)	-0,015		
Otra religión	-0,033 (0,181)	-0,007	0,219 (0,234)	0,037		
Cat. No practicante	-0,162 (0,108)	-0,116	-0,172 (0,114)	-0,122		
Católico Practicante	-0,178 (0,113)	-0,117	-0,221 (0,123)	-0,139		
Identific. Izda.-Dcha.			-0,061** (0,015)	-0,147	-0,066** (0,015)	-0,157
Constante	2,870** (0,180)		3,009** (0,211)		2,698** (0,113)	
n	936		676		676	
R ²	0,08		0,147		0,109	

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta 2829 del CIS

* Significativo con un nivel de confianza del 95 por ciento

** Significativo con un nivel de confianza del 99 por ciento

Nota: Los datos reflejan los coeficientes de regresión. Entre paréntesis los errores estándar.

3.5. Conclusiones

Este análisis de las identidades territoriales en Andalucía ha abordado tanto la perspectiva de su ciudadanía como la de sus representantes en el Parlamento autonómico. Nos gustaría concluirlo destacando los hallazgos que consideramos de mayor relevancia. Si bien las diferencias que se ponen de manifiesto requieren de un análisis posterior y en mayor profundidad, este análisis nos permite avanzar en el conocimiento de una realidad poco estudiada como es la identidad territorial en el contexto andaluz y, además, lo hace considerando ambos niveles del sistema político representativo autonómico.

En primer lugar, el análisis pone de manifiesto la fuerza de la identidad regional andaluza entendida como una identidad «anidada» perfectamente compatible con la identidad española, como se expresa en una presencia abrumadoramente mayoritaria de ciudadanas y ciudadanos que expresan identificaciones duales indistintas. La fuerza de esta identidad está respaldada por una «moral alta» en la expresión de sentimientos de orgullo por el hecho de ser andaluz tan o más altos que por ser español. Sin embargo, aunque algo más importante que en otras CCAA, la identidad «regionalista» de quienes se consideran «más andaluces que españoles» no está muy extendida.

Aún más reseñable es el hecho de que la identidad «andalucista» esté mucho menos presente entre los parlamentarios autonómicos que entre la ciudadanía. No obstante, esto contrasta con la preferencia por un mayor poder autonómico de la elite andaluza que de la población general. Al igual que ocurre en el caso catalán, los representantes políticos abogan por una mayor descentralización del poder público. Ese autonomismo resulta llamativo considerando que el andalucismo identitario es menor entre la clase política que entre la población general. También puede causar cierto asombro considerando que hacía sólo tres años que se había aprobado una reforma del Estatuto de autogobierno andaluz que incrementaba sustancialmente las competencias o poderes de sus instituciones. Este hallazgo se puede interpretar desde un punto de vista más técnico o desde otro más «interesado». Los representantes pueden considerar que la gestión de los recursos públicos será más eficiente y eficaz desde el nivel autonómico o bien su interés puede deberse a su deseo de acumular poder para sus centros decisorios.

En el caso de la población andaluza de a pie, en contraste, la mayoría prefiere que el grado de autonomía de Andalucía siga como en la actualidad, aportando así un amplio apoyo subjetivo al modelo vigente de organización territorial del Estado. Se produce, no obstante, cierta «paradoja autonómica» en tanto que, si se plantea la posibili-

dad de que existan diferencias entre las CCAA respecto a los servicios y prestaciones que ofrecen, los andaluces ponen de manifiesto, y con rotundidad, que rechazan tales diferencias.

Dadas las implicaciones del término «nación» en términos de legitimidad de los sistemas políticos, destacan los resultados relativos a la concepción de «España». En este sentido, una abrumadora mayoría en la ciudadanía andaluza considera que España es «su país» o, incluso, «su nación», siendo poco comunes expresiones con menor carga sentimental. En contraste, es de ver el escaso afecto de los representantes autonómicos respecto a la noción «España», pues uno de cada tres políticos la denomina como «Estado» en lugar de las opciones que denotan mayor afectividad, esto es, «país» o «nación». Esta afectividad, sustancialmente menor que la que manifiestan sus representados, sugiere que puedan observar el país de un modo más técnico o incluso «tecnocrático».

En contraste, apenas existe diferencia entre representantes y representados en cuanto a identificación con los conceptos de izquierda y derecha. Al respecto, los andaluces, tanto los parlamentarios autonómicos como la población, se ubican mayoritariamente en posiciones de centro-izquierda, si bien uno de cada cuatro ciudadanos declara desconocer su posición ideológica o deciden no contestar, cosa menos común en el resto de España, y que no sucede en absoluto entre sus políticos. Por añadidura, la dispersión hacia posiciones extremas es ligeramente mayor entre los representados que entre los representantes.

Relacionado con esto, es interesante también la contraposición entre la identificación de las personas con individuos de la misma clase social y la identificación con el mismo origen geográfico. Al respecto, la ciudadanía andaluza se distribuye en tres partes de tamaño casi idéntico entre preferencia por la misma clase, por el mismo grupo territorial-cultural e indiferentes.

Hemos examinado, asimismo, diversos factores sociales que suelen predecir estas actitudes en otros lugares. El origen y ascendencia de los entrevistados es fundamentalmente autóctono, como corresponde a una sociedad de emigración, si bien en proporciones algo menores en el caso de los representantes, donde los nacidos en otras regiones son casi el doble. Un hecho a destacar es que prácticamente la mitad de los andaluces son obreros, mientras que la clase media ocupa la segunda posición en términos numéricos. Esto puede estar relacionado con una población con poca educación reglada. Aunque cinco de cada seis andaluces han sido escolarizados, tan sólo uno de cada cuatro ha completado algún ciclo de educación secundaria. Además, aunque el

nivel formativo de su elite política autonómica es claramente mayor, este suele ser de estudios universitarios medios, escaseando igualmente los de ciclo superior.

La adscripción religiosa, una base habitual de la orientación ideológica, es otro aspecto donde encontramos diferencias notables entre representantes y representados. Pese a que tres de cada cuatro ciudadanos se define como católico, más de la mitad de los mismos apenas asiste a oficios religiosos, lo cual pone de manifiesto que el supuesto fervor religioso andaluz parece ser cosa de una minoría. Sin embargo, entre la elite política autonómica, más de uno de cada cuatro se definen como ateos y agnósticos, siendo un porcentaje que prácticamente dobla al de la población.

4. La identidad andaluza. Percepciones de los parlamentarios andaluces

Mar Llopis, Marta Paradés, y Anna Zamora-Kapoor

4.1. Introducción

En este capítulo, nos proponemos examinar los vectores de la identidad andaluza bajo la percepción de un grupo de estudio muy específico: las elites políticas de Andalucía que han alcanzado un escaño en el Parlamento de Andalucía. Para este objetivo, hemos llevado a cabo una serie de entrevistas en profundidad a políticos de tres partidos distintos: el Partido Popular (PP), Partido Socialista Obrero Español (PSOE), e Izquierda Unida (IU). Se trata de un grupo de referencia con impacto en la sociedad ya que están en disposición de modelar visiones diferentes sobre la identidad andaluza.

A través de estas entrevistas semi-estructuradas, analizamos los discursos sobre cómo concretan su identidad andaluza y qué elementos utilizan para hacerlo. Intentamos descubrir qué es ser andaluz para estas elites políticas a través de sus discursos, complementarios en la mayor parte de ocasiones, contradictorios en algunos aspectos. Los primeros puntos de interés de este análisis son el sentimiento de pertenencia, los rasgos distintivos de la identidad o los elementos que sustentan la identidad andaluza. Nos centraremos en la imagen de Andalucía, poniendo énfasis en el habla, el folklore, y los estereotipos. Pero de nada serviría conocer la imagen de Andalucía si no la ponemos en valor y la contrastamos con otras identidades. Dado que las identidades surgen por oposición entre sí (Tajfel 1981; White 1992), evaluaremos la relación entre la identidad andaluza con la española y la europea. Finalmente, concluiremos nuestro

análisis con una visión de conjunto sobre el papel de los medios de comunicación, la escuela, y las administraciones públicas en la promoción de la identidad andaluza.

4.2. Qué es ser andaluz

«Ser andaluz» es un sentimiento de pertenencia a Andalucía cuyas bases pueden ser atribuidas a aspectos biológicos (parentesco, por ejemplo) o culturales, de manera que la pregunta básica es si el andaluz nace y/o se hace. Esta dualidad implica, por un lado, una definición (o percepción) de la identidad en términos étnicos, lingüísticos o culturales, y al mismo tiempo, una definición en términos cívicos (Linz, 1985; Brubaker, 2009). Estas dos dimensiones que en algunas identidades se presentan como excluyentes, en el caso andaluz son complementarias. De esta forma, para ser considerado andaluz por nuestros entrevistados/as no es condición necesaria haber nacido en Andalucía. En cierta medida, en ausencia de una significación política para la identidad, la percepción que subsiste entre los entrevistados/as se asemeja a la dimensión «territorialista» de la identidad que avanzó Linz (1985). Nuestras entrevistas indican una concepción de la identidad andaluza como un crisol de culturas, anidada en la identidad española y europea, asociada a una forma de entender la vida y manifestaciones culturales específicas, e influenciada por un marco institucional dinámico.

¿Qué implica ser andaluz? Nuestros entrevistados/as combinan el factor «nacimiento» con el «sentimiento». Es suficiente haber nacido en Andalucía para ser andaluz, pero no es un requisito *sine qua non*, ya que las personas inmigrantes pueden sentirse (y ser considerados) también andaluces. Esta manifestación de la identidad surge del énfasis incluyente de la identidad andaluza.

«Yo creo que el andaluz se hace, creo que hay personas que han nacido en Andalucía y se van y se siguen sintiendo andaluces aunque no hayan vivido aquí, pero yo creo que el andaluz se hace, vivir en Andalucía conlleva también imbuirte, beber de unas determinadas formas de vida y terminas haciéndote andaluz» (EP01-PSOE01).

«Yo creo que Andalucía es el sitio de España donde la gente que no es de aquí, una vez que lleva un tiempo viviendo aquí, se identifica más con esta tierra» (EP02-PSOE02).

«Andaluz es el que vive en Andalucía, no necesita haber nacido aquí, ni tener raíces, me supongo que el que tenga raíces pueda vivirlo con más

intensidad o desde otra perspectiva, pero a mí me parece que ya te digo, un madrileño, un bilbaíno o un catalán que viene aquí y se instala y es capaz de entender y disfrutarlo; puede ser tan andaluz como cualquiera» (EP03-PSOE03).

«Que viva en Andalucía y trabaje en Andalucía, que sea honesta, que sea lo que tiene que ser una persona, pues trabajadora y cumplidora (...) Creo que haber nacido en Andalucía te hace automáticamente andaluz, pero yo creo que hay que considerar andaluz a todo el que tiene un proyecto de vida en Andalucía» (EP08-PP01).

«Yo creo que el andaluz se hace, porque creo que nosotros somos una tierra abierta, una tierra que ha recibido civilizaciones y ha recibido también muchos flujos migratorios, también los ha protagonizado por tanto al final hay muchos andaluces que han nacido en Andalucía pero también hay muchos andaluces que trabajan en Andalucía que viven en Andalucía y que su proyecto de vida está en Andalucía y que se sienten andaluces, por lo tanto hay andaluces de cuna y andaluces de decisión personal» (EP08-PP01).

Ser andaluz es nacer en Andalucía, pero también se hace andaluz el que echa raíces en esta tierra, el que lo es por adopción y decisión. Esta dimensión voluntarista de la identidad introduce un elemento de modernidad repetido también entre la población e intelectuales: la identidad colectiva andaluza no se reduce a elementos primordiales (que también son relevantes, como se verá), sino que se asocia a una concepción amplia e incluyente relativa al territorio como unidad administrativa y como comunidad cultural. Así lo manifestó una de nuestras entrevistadas:

«A veces te sientes muy andaluz sin haber nacido aquí, sin tener familia aquí, sin ser [sevillista ni sevillista], yo me puedo sentir muy sevillana aunque ni tenga familia de Sevilla, ni haya nacido en Sevilla, pero bueno y puedo no participar de determinadas cuestiones que se consideran tópicos de Sevilla pero yo me siento sevillana porque me gusta esta forma de vida, la siento y la elijo; en Andalucía te puedes sentir muy andaluz por haber elegido vivir de una determinada manera, en un determinado territorio, compartir unos determinados rasgos culturales compartiendo unos determinados modos de vida» (EP01-PSOE01).

Otra cosa un tanto diferente es la percepción de sentirse parte de una comunidad. Sentirse andaluz es un sentimiento compartido por todos los entrevistados/as; se sienten andaluces, muy andaluces, bastante andaluces, profundamente andaluces, indistintamente de donde se encuentren, en Andalucía, España, o en el extranjero. Ese sentirse andaluz se proyecta a la población y se asocia a un cierto sentimiento de orgullo que se manifiesta en situaciones diversas: desde la nostalgia de los emigrantes que viven en el extranjero, a los andaluces que viven en Andalucía y que han visto cómo han mejorado las infraestructuras de la región y su calidad de vida durante las últimas décadas. En las entrevistas observamos que el sentimiento de orgullo está asociado al contraste entre la Andalucía actual y su pasado, caracterizado por desigualdades amplias y el estereotipo de ser una de las zonas más subdesarrolladas de España.

«Yo diría que (sigue) habiendo un gran orgullo sobre el sentimiento y sobre la base de identidad de sentirse andaluz, un orgullo que nadie pierde incluso cuando se va de nuestra tierra. Yo creo que los andaluces estamos también muy identificados con ser capaces de identificarnos cuando vamos a otro territorio con otros territorios y entonces no en balde si uno ve la historia de los andaluces y de las andaluzas, (...) pues puede observar y se puede dar cuenta que cuando los andaluces se han trasladado a otro territorio no solo han llevado la fuerza de su trabajo ya sea intelectual o manual, han llevado también la fuerza de su personalidad por eso ha sido capaz de asentar en otros territorios también muy claro el concepto de su propia identidad» (EP08-PP01).

«Yo creo que es un orgullo pertenecer a una comunidad que es una de las mejores que tiene España, y no menospreciando a las demás. Yo estoy muy orgullosa de las raíces que tengo y de las cuales intento defender dónde quiera que voy (...) Sí, además yo estoy muy orgullosa de serlo, para lo bueno y para lo malo» (EP09-PP02).

«Cuál es nuestro pueblo cuál es nuestro entorno, es muy importante, fundamental para no perderse en lo global y por tanto es importante y me siento andaluz y estoy bastante orgulloso de lo que representa ese ser andaluz (...) hemos pasado del sentimiento de marginación y de subdesarrollo y todo eso a un sentimiento de orgullo y no sé, de sentirnos a gusto con lo que somos de sentirnos importantes, especialmente en términos culturales» (EP03-PSOE03).

Un aspecto relevante que aflora en las entrevistas realizadas es que se percibe que la identidad andaluza se mantiene incluso entre la población que emigra. Esto da una

indicación de dos fenómenos. Por un lado, la visibilidad de la identidad, algunos de cuyos elementos se tratan más adelante. Por otro lado, la fortaleza de la misma que, incluso, entre personas que viven fuera de Andalucía se mantiene y promueve. Ello es posible, probablemente, por la masa crítica que alcanzan ciertas comunidades andaluzas (por ejemplo, en Cataluña) y también por la facilidad con la que se identifican algunos de los vectores identitarios como el habla o ciertas tradiciones culturales.

Nuestras entrevistas apuntan a que es andaluz todo aquel que llega a Andalucía y decide formar parte de su vida política, económica, cultural y social. Así lo muestra uno de nuestros entrevistados/as:

«Andalucía nunca ha sido, nunca ha tenido una identificación excluyente, Andalucía ha sido siempre tierra abierta y eso forma parte de nuestra identidad (...) no hay más que ver el lema de nuestra bandera y de Blas Infante, Andalucía por sí para España y la Humanidad, pues estoy completamente de acuerdo con eso» (EP02-PSOE2).

Esta percepción incluyente ubica sus raíces en el pasado histórico de Andalucía: un territorio que se caracteriza por sus fuertes flujos migratorios. Pervive la imagen de los/as andaluces que tuvieron que emigrar y ser acogidos por otros pueblos y ello se refleja en los discursos de los parlamentarios/as. Algunos entrevistados/as manifestaron tener familia y amigos emigrantes y alguno de ellos, reconoció haber sido emigrante y haber vivido esa necesidad de amparo y hospitalidad. La dimensión inclusiva de la identidad andaluza surge de ese sentimiento de acogida; de las experiencias, del recuerdo, de las historias de vida de los que en su momento pensaron en o tuvieron que emigrar o también de una situación de solidaridad de clase producto del colonialismo interno percibido o de las desigualdades sociales.

«A mí me parece en lo que yo he conocido, que la síntesis, sobre todo en lo que yo más conozco porque emigré a Cataluña y tal, entre Cataluña y Andalucía es curioso cómo se puede ver ese cariño, esa ascendencia y esa síntesis de personalidad de una identidad heredada y de una identidad asumida» (EP01-PSOE01).

«El orgullo de su tierra, el andaluz se siente muy orgulloso de su tierra, especialmente cuando los andaluces salen fuera de su tierra, ese sentimiento de nostalgia hacia Andalucía es muy, muy fuerte, yo creo que sí que el andaluz se siente andaluz y se siente con identidad andaluza» (EP01-PSOE01).

«Lo primero en orgullo, el sentimiento de pertenencia que no lo olvida, he conocido a miles de andaluces en la emigración dentro de España y de Europa y aunque lleven treinta años siempre están pensando en Andalucía» (EP02-PSOE02).

«En realidad todos los pueblos tienen su pequeña historia de opresión, lo que sí que es verdad que no se percibe por la sociedad igual la opresión, porque en Andalucía esa opresión se ha vivido en forma de hambre, en forma de desmantelamiento de una estructura social, en forma de desestructuración de familias enteras (...) uno también tiene, por eso de la solidaridad, muy arraigado su concepto del internacionalismo y de que el derecho de los pueblos de cualquier sitio donde nazcan de cualquier sitio de donde provengan pues tienen que ser los mismos, pero eso no me evita mi identidad, lo que pasa es que yo no tengo una identidad excluyente, yo en todo caso me siento con una identidad incluyente» (EP01-PSOE1).

Andalucía es y ha sido tierra de recibimiento, en el presente por su situación geográfica privilegiada y, en su pasado histórico caracterizado por la acogida de diferentes culturas y pueblos. Sin embargo, la interpretación del imaginario colectivo que hacen nuestros entrevistados/as no olvida la condición de emigrante de muchos andaluces que saben lo que es sentirse lejos de su marco geográfico, de la necesidad de adaptarse al medio y de tener que acogerse a tierra extraña (Ruiz-Morales, 2011).

Los parlamentarios presentan la identidad andaluza como un producto de la historia de Andalucía. Principalmente, las alusiones al pasado del Al-Andalus, en el que comunidades religiosas distintas pudieron coexistir bajo el mismo gobierno, ha marcado una identidad compatible con la diversidad.

4.3. Rasgos distintivos

Cada cultura tiene rasgos distintivos que, a los ojos de sus miembros y de los observadores externos, articulan vectores de identidad y la distinguen de otras (White, 1992). La identidad colectiva cumple así la función de diferenciar la idea de «nosotros» de la de «los demás» o «los otros» (Tafjel, 1981). La selección de unos elementos u otros (por ejemplo, la lengua o el habla, la religión, ciertas tradiciones, etc.) no es casual sino el producto de cierto decantamiento a lo largo de la historia. Se trata de un fenómeno relativamente poco estudiado pero que, siguiendo a Hobsbawm (1990), tiene que ver con una cierta construcción social de la idea de comunidad.

«Yo creo que el pueblo andaluz es el pueblo que tiene más señas de identidad diferenciadas de toda España aunque esto pueda chocarle a catalanes o vascos, vamos coincido en esto con Ortega y Gasset» (EP02-PSOE02).

«El andaluz tiene una personalidad muy definida un concepto incluso de vida, de entender la vida, de entender las formas de vida claramente diferente a otras partes del conjunto del estado, yo eso lo veo palpable» (EP06-IU01).

Se trata de los elementos que sobresalen más, aquellos que son más visibles para los miembros de la comunidad. Es relevante destacar que uno de los elementos comunes es la forma de entender la vida que los entrevistados/as asocian a los andaluces. Otros elementos distintivos de la identidad puestos de manifiesto por los entrevistados/as son la interacción del factor histórico (diversidad de culturas y tradiciones) en un territorio con unas condiciones medioambientales determinadas (clima, geografía), el crisol de culturas, el habla, y sus tradiciones folclóricas. En esta sección abordaremos cada uno de estos elementos.

La mayoría de los entrevistados/as consideran que la identidad andaluza implica unos valores de vida diferentes a los de otros territorios; unos valores que se perciben como solidarios, de carácter jovial, y empático. A lo largo de todas las entrevistas, los políticos hacen referencia a la idea de que la identidad andaluza se basa en «una forma de entender la vida» peculiar y diferente. Se verá en capítulos siguientes que esta idea es compartida por intelectuales y personalidades relevantes de la vida pública andaluza. Por ejemplo, algunos de los entrevistados lo formularon claramente:

«Es una forma de valorar el tiempo de ocio y de disfrutar el espacio: Yo creo que si hay algo que nos distingue puede ser en precisamente como se usa o se da valor al tiempo libre, al ocio, al disfrutar del espacio (...) Andalucía es una tierra que no es muy trabajadora pero tiene un sentido y un concepto de la vida en cuanto al disfrutar del tiempo y además del tiempo entre gente (...)» (EP01-PSOE01).

«Yo creo que explicaría la identidad andaluza como una forma de vida, como una forma de sentir y vivir el día a día (...) Lo más característico de la forma de vida de los andaluces es el valor de la calle, el valor de cómo se vive, de la vida en la calle, de la relación, aunque eso está cambiando mucho con las redes sociales pero es verdad que es una cultura muy sureña, ese sentimiento de vida en la calle de espacio en la vida social» (EP01-PSOE01).

«Una identidad andaluza que tiene que ver con los sentimientos, con la forma de ser, con la forma de expresarse y con la forma de aceptar la vida» (EP08-PP01).

«Yo creo que nosotros tenemos una visión de la vida, y una manera de afrontar la vida diferente, (...) tenemos una visión de la vida mucho más cosmopolita, mucho más abierta y dispuesta a mezclarnos» (EP07-IU02).

«Una de las cosas que nos caracterizan a los andaluces es la sencillez y muchas veces la alegría que es verdad que somos personas de carácter alegre, muy abierta, nuestra hospitalidad, creo que es algo que nos define bastante» (EP04-PSOE04).

La apertura y la inclusión es otro de los elementos distintivos de la identidad andaluza que se percibe en los discursos de los entrevistados/as. Más allá de la sociabilidad y el aperturismo, la identidad andaluza está incuestionablemente relacionada con sus manifestaciones culturales. Las respuestas de nuestros entrevistados/as relacionan las manifestaciones culturales andaluzas, la diversidad, la riqueza cultural, la historia, la mezcla y el legado andalusí.

«Somos un pueblo abierto, un pueblo culto, sociable, en fin un pueblo que tiene mucha riqueza desde el punto de vista cultural» (EP03-PSOE03).

«La manera de vivir, y las manifestaciones culturales y festivas, la alegría de la gente, la simpatía, la fraternidad, el calor humano. Para gran parte de los españoles de Madrid para arriba y desde luego para todos los europeos Andalucía es lo más parecido al paraíso, ellos lo dicen» (EP02-PSOE2).

«Creo que existe una identidad andaluza que no tiene nada que ver con la exclusión, que no tiene nada que ver con el sentimiento de territorio, de tierra, sino una identidad andaluza que tiene que ver con los sentimientos, con la forma de ser, con la forma de expresarse y con la forma de aceptar la vida» (EP08-PP01).

«Siempre he creído que la identidad andaluza es muy internacionalista, precisamente por la cantidad de culturas y de pueblos que han influido y que han formado parte de esa identidad que se ha ido construyendo de nuestra tierra» (EP07-IU02).

Los parlamentarios/as asocian el carácter abierto y la manera de entender la vida de la población andaluza al pasado multicultural de Andalucía. La coexistencia de varios grupos religiosos (cristianos, musulmanes y judíos) ha tenido un impacto significativo en la formación de la identidad andaluza, sus valores y su patrimonio: se percibe la cultura andaluza como una especie de crisol donde confluyen tradiciones diversas:

«Yo creo que nuestra identidad se fundamenta, se basa básicamente en la historia, que compartimos una historia común y básicamente también en la cultura, Andalucía ha sido un foco cultural muy importante». (EP08-PP01)

«(Somos un) pueblo antiguo vinculado en su historia a estar abierto al mundo, hospitalario, cuando somos romanos somos más romanos que nadie, tanto como para mandar emperadores a Roma, cuando somos árabes somos más brillantes nadie en la cultura musulmana y cuando somos cristianos nos descubrimos medio mundo por ahí los andaluces (...) Mantenemos rasgos de la cultura romana por mediterráneo pero luego en la identidad física y de costumbres quizá el más importante de los rasgos que definen el ser andaluz; en este caso además del tema andalusí es a pesar de los esfuerzos digamos de la élite gobernante en general o de poder por borrarlo de nuestra identidad, es decir que tal vez la importancia del matiz andalusí en el ser andaluz está en haber sido capaz (...) de sobrevivir a pesar de los reiterados intentos de borrarlo o difuminarlo del escenario». (EP05-PSOE05)

«Andalucía obviamente no sería lo que es sin ese pasado andalusí, desde el flamenco hasta su riqueza cultural y arquitectónica. Granada no sería nada sin la Alhambra, sin esa Alcaicería ni Sevilla sin todo su entorno de la Giralda y desde luego gran parte de nuestra gastronomía, gran parte de nuestro legado cultural del flamenco, gran parte de nuestro legado cultural desde el punto de vista de la medicina, por supuesto que Andalucía no sería lo que es sin ese pasado andalusí». (EP01-PSOE1)

No obstante, también es cierto que hay entrevistados que relativizan el impacto cultural del legado andalusí y destacan el sustrato romano-católico:

«Es que habría que hablar de historia, realmente la colonización por los castellanos, la reconquista, quitó todos los vestigios de sangre, (fue) una limpieza étnica brutal. Quedan los monumentos pero nada más, en el fondo yo creo que Andalucía es más romana que andalusí, esa es mi opinión». (EP02-PSOE2)

La identidad nace como un valor añadido y distintivo entre la idea de «nosotros» en oposición a la de «los demás» (Tafel, 1981). Cazorla y Escalera (2001), coinciden en que la identidad andaluza conlleva un mayor énfasis en los aspectos culturales, en oposición a la naturaleza política de otras comunidades autónomas. En el caso andaluz, el patrimonio cultural constituye el marco en el que se desenvuelve la vida de la comunidad, las costumbres y tradiciones que contribuyen a la configuración de su identidad. El preámbulo del Estatuto de Autonomía de Andalucía, aprobado en el 2007, enfatiza esta idea, y define la identidad andaluza bajo un prisma histórico-cultural: «Andalucía, a lo largo de su historia, ha forjado una robusta y sólida identidad que le confiere un carácter singular como pueblo, asentado desde épocas milenarias en un ámbito geográfico diferenciado, espacio de encuentro y de diálogo entre civilizaciones diversas».

El Estatuto andaluz subraya este aspecto cultural como diferenciador y central para la identidad andaluza. Esto no es así en el caso de otras identidades regionales dentro de España; por ejemplo, la identidad catalana o la vasca comparten una fuerte dimensión política. Sin embargo en el caso de Andalucía, es destacable la ausencia de protagonismo de un proyecto político, como corolario de su identidad. Siguiendo a Palacios (2008: 38), la identidad andaluza tiene una naturaleza sincrética: «(...) Andalucía y su cultura se perciben como una realidad de todos: su densidad cultural, el resultado de una mezcla profunda, su visión del mundo y su situación geográfica en la península (...) todo habla de su especificidad identitaria», pero no se derivan proyectos políticos de ella. Esta característica no contradice el hecho de que Andalucía se perciba como una comunidad culturalmente vertebrada y cohesionada, aunque no necesariamente uniforme:

«Vertebrada sí, (...). No bien articulada y no bien cohesionada en lo político, pero sí bastante uniforme en la manera de moverse en el mundo y los parámetros vitales. ¿En qué percibo que está cohesionada? Pues porque voy a Almería o a Huelva o a la sierra norte de Córdoba y la manera de reaccionar ante la vida, el carácter, la forma de relacionarse socialmente es básicamente la misma» (EP02-PSOE2).

«Si en Andalucía había zonas muy aisladas y cuando territorialmente geográficamente estás aislado también estás aislado culturalmente y entonces aquí se ha hecho un esfuerzo muy grande de vertebración del territorio y eso ha hecho que sea una comunidad autónoma mucho más cohesionada, ejemplo de ello es que somos una comunidad autónoma que teniendo pueblos pequeños no están despoblados, por ejemplo» (EP06-PSOE6).

«Igual que los vascos son vascos y se identifican mucho con su comunidad o con su país, como ellos lo llaman, Andalucía, todos los andaluces nos identificamos totalmente con nuestra autonomía y nuestra comunidad» (EP10-PP03).

«Hombre, yo creo que sí. Que faltan, quizás, muchas cosas por hacer, pues sí, pero yo en su conjunto entiendo que sí» (EP09-PP02).

«A partir de ahí, efectivamente yo creo que llevamos treinta años de culturalmente vertebrar, con mayor fuerza nuestra identidad, nuestra identidad sobre nuestra historia, sobre nuestros símbolos, sobre nuestras fechas más históricas, sobre los elementos que yo creo que le dan plena personalidad a un pueblo» (EP06-IU01).

La adición, la asimilación y la síntesis cultural dan lugar a que Andalucía pueda ser considerada como un crisol de culturas, fruto del paso de distintas civilizaciones que han marcado los usos, costumbres y tradiciones. Andalucía, tal y como la conocemos hoy en día, es el resultado de las transformaciones histórico-políticas que han tenido lugar a lo largo de su historia. Así, Andalucía refleja unos rasgos estructurales propios y, a la vez, se ha desplegado como síntesis de elementos provenientes de diversas tradiciones culturales (Lacomba, 1999).

A lo largo de la historia, ha incorporado aportaciones externas; ha sabido hacer de la diversidad cultural una unidad que configura los ejes de su propia identidad. La diversidad y mestizaje son percibidos como aspectos fundamentales de la identidad andaluza. El andaluz reconoce una identidad; se siente parte de un todo, se reconoce universal y se jacta de pertenecer a una cultura muy contaminada:

«Digamos como elementos referenciales cultura crisol, cultura síntesis de cultura, otros tienen como referencia la pureza la no contaminación de las culturas, nosotros tenemos todo lo contrario, una cultura contaminada, muy contaminada, vamos muy contaminada, muy de crisol, muy de síntesis y por todas las culturas que han pasado por aquí» (EP03-PSOE03).

«Yo creo que ha habido una cierta sintonía de un pueblo que, vuelvo a decir, (es) muy solidario en su andalucismo, con un concepto de realidad nacional diferente (...) porque no es un pueblo excluyente de nada; (es) más bien producto de esa síntesis de cultura de los que han pasado por aquí a lo largo de la historia y yo creo que nosotros somos un reflejo positivo de ese ir y venir del culturas que han transitado por el territorio andaluz» (EP06-IU01).

«La identidad andaluza, pero es que la identidad andaluza no son sólo los toros y el flamenco, son muchas otras cosas más. La identidad andaluza son los pueblos pequeños, son las costumbres que hay en los pueblos, que es lo que no se debe de perder, son las maneras de hablar de los pueblos, que tampoco se deben perder, sean correctas o no sean correctas. Y para mí eso es lo que es la identidad andaluza en sí» (EP10-PP03).

«Siempre he creído que la identidad andaluza es muy internacionalista, precisamente por la cantidad de culturas y de pueblos que han influido y que han formado parte de esa identidad que se ha ido construyendo de nuestra tierra» (EP07-IU02).

«Somos una tierra abierta, una tierra que ha recibido civilizaciones y ha recibido también muchos flujos migratorios» (EP08-PP01).

Una de las características principales en el surgimiento de una identidad, es la vinculación con un espacio geográfico determinado. En este sentido, los parlamentarios/as subrayan la relación intrínseca que existe entre la identidad andaluza y su territorio. Para ellos, la situación geográfica de Andalucía conlleva un clima cálido, la promoción de actividades al aire libre y la interacción social entre los andaluces y andaluzas. Las características geográficas y climáticas de Andalucía se utilizan para explicar lo que se percibe como la alegría y el carácter abierto y extrovertido de los andaluces/as. Así, la identidad se percibe como un constructo anclado a un territorio bajo unas condiciones medioambientales concretas que, en combinación con legados históricos diferenciados, promueven maneras diferentes de vivir, de relacionarse.

«El sur es luminosidad, es la calle, es la sociabilidad (...), toda esa sociabilidad desencadena como te decía usos y costumbres y todo eso conforma la cultura de la comunicación y demás (...); la cultura nuestra en relación con la sueca o la nórdica tiene que ser necesariamente distinta porque hay otras formas de vivir y esa forma de vivir la da el clima, la da la posición geográfica» (EP03-PSOE03).

«No quiero caer en el tópico ni quiero caer en la anécdota pero hay un personaje, que yo creo que es un gran personaje, de la provincia de Cádiz que vive en Tarifa, es televisivo, es mediático y que dice que él conoce a muchos finlandeses que están deseando jubilarse para venirse a vivir a Andalucía y no conoce a nadie de Tarifa que esté deseando jubilarse para ir a vivir a Finlandia» (EP08-PP01).

«El andaluz nace en un territorio ese territorio tiene unas particularidades, cada territorio tiene unas personalidades muy concretas y yo si lo que tengo que decir es que habiendo un sentimiento de amplio arraigo andaluz, el andaluz es una persona que se expresa desde el punto de vista territorial con mucha solidaridad con respecto a otros territorios y por lo tanto si hay un asentamiento de identidad que yo diría que cada día ha sido más creciente, que es más creciente en estos últimos 32 años pero siempre en un marco de solidaridad, de entender que vivimos una España de carácter plurinacional y por lo tanto en el que tiene que haber una convivencia de solidaridad de todos territorios» (EP06-IU 01).

El clima, la gastronomía y las tradiciones son aspectos a los que los entrevistados hacen referencia para describir la identidad andaluza, relacionándolos frecuentemente en sus discursos. La percepción dominante es que el clima de muchas partes de Andalucía facilita las relaciones sociales en espacios abiertos, al aire libre. Esto confiere unas características de sociabilidad que, en interacción con otros factores, se convierte a los ojos de las personas entrevistadas en elementos distintivos de la identidad andaluza. Aluden al clima al hablar del carácter festivo y extrovertido de los andaluces:

«La geografía física, el clima, estar en el sur, el estar en la calle, todo eso conforma un elemento fundamental de la cultura del cual todavía no hemos hablado que son las costumbres populares, los usos, costumbres, fiestas etcétera, es decir, desde el Carnaval de Cádiz a la Feria, a la Semana Santa de Sevilla, a la fiesta de los Verdiales en Málaga, en fin todo eso también conforma, todo eso es cultura también y cultura con mayúsculas aunque algunos piensen que sea menor, no tiene nada de menor» (EP03-PSOE03).

«La identidad andaluza para mí: clima, gastronomía, cultura, flamenco...» (EP10-PP03).

«El medio físico, el clima, el territorio, cuando digo territorio digo territorio natural pero también pueblos y ciudades (...) la articulación del territorio en términos de cómo se habita, del patrimonio cultural, (...) la gastronomía, es un elemento importante, básicamente yo diría eso, clima, territorio, sociabilidad, usos y costumbres (...)» (EP03-PSOE03).

«Vivir en Andalucía tiene un plus de calidad de vida y eso lo han sabido apreciar, lo está apreciando cada día más gente (...) el territorio, el clima, el ser una sociedad muy abierta a vivir en la calle que eso también te lo da el calor... te hace ganar un diferencial» (EP06-IU01).

Se percibe que las bondades del clima parecen influir en el estado de ánimo y en la forma de ser y de vivir de los andaluces y andaluzas, que hacen que la vida en la calle se alargue, que las relaciones sociales sean más acusadas y las personas más extrovertidas. El clima hace que los usos y costumbres en Andalucía sean distintos a los del norte de España y de Europa. En este sentido, las condiciones ambientales son percibidas como básicas para definir la identidad.

«Yo creo que (...) (la identidad) es fruto del espacio y del clima en el que vivimos. Conforman un rasgo fundamental de lo que es nuestra cultura, nuestra forma de entender la vida, nuestra forma de vivirlo y la conformación de valores en cuanto a la sociabilidad (...)» (EP03-PSOE03).

La forma de expresarse es percibida como una fuente definitoria de la identidad andaluza. Como indicó una de nuestras entrevistadas, «hablamos español con un determinado acento, con unas determinadas figuras con una determinada música incluso» (EP08-PP01) y aún otra: «por ahí te identifican perfectamente con el habla, pero a mí no me crea ningún tipo de complejo porque estoy orgullosísima de donde nací, donde crecí y donde sigo viviendo (...)» (EP09-PP02).

A pesar de que el acento andaluz presenta rasgos distintivos con respecto al castellano, no por ello se deja de considerar lengua castellana (Alvar, 1988; García-Mouton, 1994; Roperio, 1993). Hay que resaltar que el habla de Andalucía forma parte de una realidad heterogénea donde los parlamentarios/as ponen de manifiesto la existencia de una diversidad lingüística. Nuestras entrevistas confirman la importancia del habla andaluza como uno de los vectores más importantes de la formación y la definición de la identidad. Por un lado, como elemento que nos distingue dentro y fuera de España. Aunque es considerada lengua castellana, sus acentos característicos son una seña propia del andaluz. Y por otro lado, como aspecto del que se debe estar orgulloso superando la idea negativa asociada a que se trata de una manera de hablar mal.

Por tanto, destacan tres aspectos fundamentales. Primero, se es consciente de que el acento andaluz ha sido fuente de desprecio social que, en cierta medida, ha estigmatizado históricamente a sus hablantes.

«(...) es verdad que en Andalucía hemos sufrido durante mucho tiempo desprecio por nuestra forma de hablar, nuestra forma de utilizar el lenguaje, lo hemos sufrido pero yo creo que ese desprecio viene más dado por el analfabetismo del que escucha o de otras cuestiones de basarse en tópicos inútiles e idiotas (...)» (EP01-PSOE01).

«Sí, yo lo he vivido particularmente muchas veces. Parece que esta manera distinta de hablar para muchas personas es distintivo de falta de cultura, de que no hablamos bien, de que cometemos muchos errores; (es) una concepción totalmente distinta y errónea de nuestra forma de hablar porque no lo creo en absoluto pero sí que he notado eso de “que mal hablan los andaluces”, lo he escuchado muchísimas veces» (EP04-PSOE04).

«(...) hace treinta, cuarenta años, los andaluces que iban fuera trataban de omitir los rasgos más distintivos del habla andaluza pero porque había una situación de inferioridad histórica, esto afortunadamente ya no es así, el andaluz ha recuperado el orgullo de serlo y por lo tanto no oculta ni sus raíces ni su manera de hablar y el que lo hace pues es un acofreado, todavía, no veo porque» (EP02-PSOE02).

En segundo lugar, se percibe una superación de este desprecio social por el habla y un cierto orgullo lingüístico que muestra un cambio de concepción del habla y de su papel como vector identitario.

«Yo creo que también hemos ido ganando otros elementos, el no sentir nuestra forma de hablar y de expresarnos y de entendernos como un elemento de carácter negativo al que muchas veces el centralismo ha tenido sometida a nuestra tierra, aquello de que los andaluces no saben hablar castellano, si es que los andaluces no tenían que hablar castellano, los andaluces tenían que hablar pues como hablo yo que me como la ese y hago más zetas, que eses, y ceceo mucho; bueno pues es una forma de hablar de una parte del territorio y a mí me agrada que los andaluces no hayan tratado de esquivar esa realidad lingüística venida a menos, no tenemos una lengua diferenciada pero si tenemos unos recortes de esa lengua que a veces son maravillosos, incluso en la forma de expresarnos y en la forma de entendernos; (el) lenguaje del andaluz y, sobre todo, el lenguaje del medio rural, es un lenguaje muy rico en la expresión o la mímica, en los gestos, (que) producen un lenguaje completo» (EP06-IU01).

«Toda persona habla bien siempre que tu interlocutor te entienda, el emisor y el receptor y yo dije, jolines pues entonces si me entienden los andaluces hablamos la mar de bien, otra cosa es que hablemos muy rápido, pero muy rápido también hablan los de otras Comunidades Autónomas, entonces a partir de ahí yo me di cuenta, entonces dije no, no, no, ese complejo de andaluz ni mucho menos si los andaluces valemus mucho» (EP11-PSOE06).

Y en tercer lugar, los parlamentarios y parlamentarias perciben peculiaridades lingüísticas que dejan constancia del grado de heterogeneidad dentro de Andalucía:

«Es que claro, es que en Andalucía no hay habla, hay hablas si el habla se puede considerar distintiva en cuanto a que las ocho connotaciones del habla andaluza se diferencian de Despeñaperros para arriba, sí, puede ser un elemento distintivo (...) Yo sé que hay estudios y hay entendidos que lo han trabajado durante años y años en elementos distintivos del habla andaluza, si en cuanto a la diferenciación de la línea de Andalucía con el resto pero claro es que es tan diferente como hablan en Huelva que como hablan en Almería (...). También es verdad que entre Almería y Huelva pasa lo mismo, (...)» (EP01-PSOE01).

«En Andalucía hay tantas maneras de hablar, cada provincia tiene un acento diferente, dentro de las provincias, cada comarca tiene su acento diferente. Entonces a un andaluz por supuesto que se le conoce, en el resto de España nos conocen a los andaluces por nuestra manera de hablar. Pero yo creo que eso cada día se ve más nacionalizado, la manera de hablar andaluza está más nacionalizada y más aceptada, porque es totalmente aceptada en España y en todo el mundo» (EP10 PP03).

«El andaluz tiene su habla y depende de dónde viva, en qué parte de Andalucía, así tiene su habla, no todos hablamos igual. Por ejemplo, en la zona donde yo estoy el “deje” es bastante pronunciado» (EP 00-PP02).

Además de la manera de hablar, otro de los elementos habituales que sirven para anclar la identidad colectiva (tanto para los miembros del endogrupo como del exogrupo) es el repertorio de manifestaciones culturales que tienen lugar en un territorio y que pueden ser percibidos como propios y distintivos de un grupo concreto. Decidimos indagar sobre el papel que desempeñan algunas prácticas culturales que, sin entrar en valoraciones, han nutrido ciertos estereotipos que de una manera u otra ayudan a anclar cierta identidad colectiva y que también generan reacciones contrarias.

El folclore es un elemento que puede fundamentar el sentido de pertenencia. El folclore constituye un aspecto crucial en la formación de la identidad de un pueblo, en la definición del «nosotros» como colectividad (Nagel, 1994). Además, estas manifestaciones culturales suelen transmitirse de generación en generación, favoreciendo la continuidad de la cultura andaluza.

Las tradiciones culturales y religiosas de esta comunidad autónoma cumplen una función esencial en la constelación de la identidad andaluza, llegando en algunos casos a ser utilizadas como representaciones de España. Ciertas manifestaciones culturales son parte de la imagen de Andalucía hacia el exterior, una imagen que, en ocasiones, es utilizada para representar la imagen de España. Las romerías, los toros, y las ferias, no forman parte exclusiva del folclore andaluz, aunque sí puede serlo la manifestación de estas tradiciones. Un ejemplo claro es la celebración de una misma tradición de carácter semifestivo de la religión en Andalucía, frente al austero recogimiento de la Semana Santa castellana. La celebración de estos eventos encierra un elemento significativo de la identificación con un grupo determinado, ya sea orientado a un fin lúdico, como el caso de las agrupaciones carnavalescas en Cádiz, como a un fin religioso, como miembros de hermandades o cofradías:

«Andalucía sin los toros, sin el flamenco, sin la alimentación andaluza o mediterránea..., yo creo que es una parte de nuestra identidad» (EP08-PP03).

«A mí me parece que son fundamentales, es decir, no existiría la identidad de un pueblo sin los elementos culturales básicos de apoyo, bueno, de alguno se podría prescindir pero de los elementos centrales no» (EP06-IU01).

Uno de esos elementos relevantes es la celebración de la Semana Santa. Pero hay que hacer dos matizaciones. Primero, hay personas entrevistadas que rechazan que esta práctica cultural sea un vector identitario, bien sea por su naturaleza religiosa o porque solo sea una parte pequeña de esos dominios de identidad que, además, puede estar relacionado más con la industria turística que con la esencia que se destila de una cultura colectiva.

«Desde mi punto de vista y desde mi vivencia personal, por supuesto con todo el respeto a las creencias de cada uno, no creo que sea un elemento principal para definir la identidad andaluza» (EP05-PSOE05).

«Hay pueblos en Andalucía que no tienen plaza de toros y que no son nada sospechosas de no ser andaluces (...) creo que estas cosas son gestos muy identificativos o que se identifican con lo andaluz, la feria, las romerías, la Semana Santa, pero que no son exclusivas. En todo caso, Semana Santa hay en el mundo entero, en el mundo cristiano. Cómo se vive, cómo se manifiesta en uno u otro territorio pues quizá sí sea iden-

titario. Los gestos, la estética sí sea parte de la identidad. Lo otro... yo creo que sería muy pobre si nuestra identidad exclusivamente estuviera fundamentada en la Semana Santa. No soy yo nada sospechoso de que no me guste la Semana Santa o el Rocío o los toros, creo que no es eso exclusivamente lo que nos hace ser andaluces» (EP08-PP01).

«En muchas provincias es muy conocida la Semana Santa. Evidentemente es cultura unida a iglesia. Yo creo que es un reclamo turístico muy importante en muchas provincias andaluzas» (EP08-PP02).

Segundo, se suele hacer una distinción entre la Semana Santa como una celebración festiva paganizada y el sentimiento religioso, aun reconociendo la cultura cristiana dominante en Andalucía y España.

«La Semana Santa, que puede ser una fiesta religiosa, pero hay una mezcla que eso es lo que nos identifica, fíjate, tú vas a la Semana Santa castellana y tiene una solemnidad, y aquí hay una mezcla entre lo que es lo religioso y lo folklórico, sí, sí, tenemos una identidad que hasta lo que es religioso lo convertimos en algo entre comillas, la palabra pagano» (EP11-PSOE06).

«Yo creo que Andalucía es básicamente católica y no me cabe la menor duda, igual que España es un país católico porque la mayoría de los españoles son católicos, (...) Andalucía, pues la mayoría de los andaluces son católicos lo cual no quiere decir que Andalucía sea católica. Evidentemente los valores, los principios morales y éticos del catolicismo están presentes en las leyes están presentes en las instituciones y no puede ser de otra manera, porque así son los andaluces, así los españoles y por lo tanto así son las leyes que rigen a los andaluces que están en Andalucía» (EP08-PP01).

«Andalucía es mucho más imaginaria que religiosa, es mucho más beata, por decirlo de alguna manera, de las imágenes, es mucho más el culto al folclorismo religioso que al sentido religioso mismo de las cosas» (EP01-PSOE01).

«Creo que es un elemento importante, la gente aquí es religiosa pero sin exceso y creo de verdad que juega un papel muy importante el sentido imaginario, o sea lo que son las imágenes (...). Fíjate tú que la Semana

Santa en Sevilla, que sería dijéramos el culmen de la religión, la esencia misma del cristianismo, en Andalucía (...) hay gente que dice que es la Semana Santa más pagana del mundo. El sentido es mucho más folklórico que religioso. Y en casi todas las procesiones que conozco a lo largo del tiempo es más sentido festivo de relación social y de interrelación social que religioso aunque no deja de perder el sentido religioso» (EP01-PSOE01).

«Andalucía es muy profana, si uno tuviera que medir el grado de catolicismo o el grado de apego a la religión católica en función de la praxis, observaría que el pueblo en general, está muy distante, pero sobre todo, cuando sale a la calle, el fervor de una procesión y tal, bueno pues el pueblo se identifica y vuelve otra vez a sus quehaceres sin tener que pasar necesariamente por capillita» (EP06-IU01).

Se quiso indagar también acerca del papel que tenían como vectores identitarios (o, al menos, identificatorios) otros elementos del repertorio de manifestaciones culturales habitualmente asociadas a la cultura andaluza: el flamenco en su versión musical y de baile y la fiesta de los toros. Los entrevistados/as subrayan la importancia de las manifestaciones culturales como elemento distintivo de la identidad andaluza y como una apuesta por no perder las tradiciones culturales:

«Las expresiones de un pueblo que especialmente está en su forma de ser, en su forma de expresar, de cantar, de bailar. (...) ¿Qué sería de Andalucía sin la expresión de quejido del cante, de la expresión que el cante ha significado en lo que es la personalidad de este pueblo, los sufrimientos, arrastrados, los anhelos expresados a través del cante, dejaran de existir? Perdería algo muy fuerte el andaluz. ¿Qué sería de nuestros elementos de baile más arraigados? Y más allá de que a uno le pueda gustar más o menos fiestas pues que están debatidas, denostadas y tal, bueno pues también eso mezclan la personalidad determinada de un pueblo y en ese sentido bueno pues yo creo que los aspectos culturales están ahí» (EP06-IU01).

«Yo creo que las fiestas populares no se deben perder, yo creo que son importantes, forman parte de nuestras raíces, de nuestra cultura. Yo entiendo que es algo que debemos mantener. Es también una señal de identidad, los toros, pues yo estoy de acuerdo en que esa fiesta se mantenga porque es un sello de identidad de Andalucía, es una fiesta cultural, yo al menos lo entiendo así» (EP08-PP02).

«Muchas veces (...) Andalucía se reduce al flamenco, a los toros y a las fiestas. Somos muchísimas cosas más pero (...) eso forma parte de nuestra cultura y de nuestro patrimonio inmaterial, y son parte de nuestra historia, de nuestra tradición, las conservamos, nos gustan, las vivimos» (EP04-PSOE04).

Pero en algún caso también hay cautela a la hora de detectar cierta persistencia de algunos estereotipos alrededor de la identidad andaluza y sus manifestaciones culturales:

«[Los estereotipos] son una parte fundamental que han contribuido a la construcción de esa identidad y que siguen perfilándola y manteniéndola, aunque en algunos casos si hablamos solo de esos eventos, algunos de ellos también contribuyen a formar tópicos que desde mi punto de vista no nos benefician» (EP06-IU01).

Como se trata de un tema relevante, lo trataremos en la sección siguiente sobre las imágenes de Andalucía.

4.4. La imagen de Andalucía

Imágenes, estereotipos, y actitudes intergrupales, son, según Sangrador (1996: 24) «generadas como producto y reflejo de las relaciones entre pueblos y naciones, son básicamente funcionales y sustentadores de la propia identidad étnica». Podemos distinguir dos perspectivas de la identidad asociada a la imagen que transmite: una primera que podemos denominar *percibida*, que es la imagen que el andaluz o andaluza tiene de sí mismo, y una segunda, la imagen *proyectada*, una imagen que se exporta fundamentalmente basándose en unos intereses con expectativas de retorno económico. Nuestras entrevistas con parlamentarios/as dejan constancia de la relación dinámica entre ambas imágenes.

La imagen proyectada de la identidad andaluza nos sirve para hablar no solo de Andalucía, sino también de España. La imagen con la que se identifica a Andalucía está pensada para generar ingresos a través de ese sector. Se trata de una imagen orientada al bienestar, las fiestas populares, la gastronomía, el sol y la playa, pero que no destaca los logros de Andalucía en otros muchos sentidos; desde la investigación al desarrollo de infraestructuras.

Los parlamentarios y parlamentarias andaluces distinguen entre las percepciones de Andalucía dentro y fuera de España. La imagen que se tiene de Andalucía en el ex-

tranjero, a la que se aludía anteriormente, está basada en manifestaciones culturales, fiestas y el carácter extrovertido de su ciudadanía. Esta imagen de Andalucía puede haber sido influenciada por la industria turística, debido a los beneficios económicos que reporta a este sector (Fernández de Paz, 2006), pero sigue siendo un referente positivo. Así lo mostraba una de las personas entrevistadas:

«La imagen que se tiene de Andalucía fuera de España generalmente suele ser de una tierra que ha cambiado mucho, de una tierra que cuando vienen, cuando se compara que te permite ver a Andalucía de cualquier parte, yo creo que es un gran valor de Andalucía. De hecho yo creo que hay veces que desde fuera dicen que cómo no ponemos más en valor elementos que son muy distintivos de esta tierra. Yo creo que se ve una buena imagen de Andalucía fuera de España y dentro de España en general también. Lo que pasa es que yo creo que dentro de España hay algo que todavía hay que corregir que es la lucha entre territorios y cuando superemos esta historia de la lucha de los territorios se tendrá mejor imagen de Andalucía» (EP01-PSOE01).

Por otro lado, en el resto de España, parece percibirse una imagen estereotipada y más negativa. Se percibe que dentro de España la imagen andaluza se asocia a estereotipos como la pobreza o la falta de esfuerzo. Los entrevistados/as distinguen estas dos imágenes. Los estereotipos existen, son percibidos como tales, y se fundamentan en tópicos que, según algunos estudios, están bastante extendidos. La literatura existente (Sangrador, 1996; Rodríguez y Moya, 1998) pone de manifiesto el grado de unanimidad acerca de los estereotipos asociados con la población andaluza. Los adjetivos más utilizados en términos positivos reflejan la extroversión y la alegría, mientras que los negativos la relacionan con la pereza y la farfolla. Estos resultados coinciden en su mayoría con las investigaciones de Javaloy y Cols (1990), así como de Rodríguez y Moya (1998). Este grado de unanimidad de los estereotipos andaluces podría ser el resultado del llamado «fondo de verdad» (Rodríguez y Moya, 1998), es decir, parte del reflejo objetivo de elementos distintivos del carácter de muchos andaluces.

En este sentido, no hay que olvidar el papel de los estereotipos a la hora de crear o perpetuar una imagen determinada. Sangrador (1996: 100) alerta del peligro de los estereotipos y señala que «cabe una utilización de estas creencias compartidas para todo tipo de fines». En el caso de Andalucía, algunos estereotipos negativos han causado un cierto complejo de inferioridad frente al resto de España.

«Sí, hay estereotipos con demasiada frecuencia, los estereotipos siempre son desastres y en los medios de comunicación es bastante escandaloso, lo de la chacha o digamos los personajes secundarios en el teatro y en el cine que hacen una caracterización del andaluz, no es un ingeniero o el director de un banco sino, en fin, no se expresa digamos de una forma culta, se expresa de una forma graciosa, una forma cálida también hay que reconocerlo pero yo creo que o no ayuda, no, creo que son estereotipos estupideces del hombre, quien hace eso creo que quien hace eso es gente poco inteligente, poco se lo curra vamos» (EP03-PSOE03).

«Durante mucho tiempo Andalucía ha vivido con cierta vergüenza sus rasgos identitarios, desde el habla que decíamos antes, hasta determinadas manifestaciones culturales, salías a Madrid y te daba vergüenza decir que eras andaluz, porque ser andaluz era ser de clase baja, que éramos pobres porque emigramos, tal, entonces yo creo que hay que poner en valor el orgullo de nuestra habla no tenemos por qué avergonzarnos de nuestra forma de hablar, de nuestros elementos culturales, desde nuestra gastronomía hasta nuestra forma de vivir, no, y despreciar y desechar muchos tópicos como que por ejemplo el hecho de que vivas mucho tiempo en la calle no trabajas, o el sentido de indolentes que tenemos los andaluces fuera de aquí, yo creo que hay que reforzar los elementos del valor de Andalucía» (EP01-PSOE01).

En el caso de Andalucía, los resultados de los trabajos llevados a cabo (Sangrador, 1981, 1996; Rodríguez y Moya, 1998) ponen de manifiesto que existe una gran coincidencia en los estereotipos seleccionados para definir a la población andaluza. Según estos estudios, la imagen de los andaluces/as está bastante definida. También entre los parlamentarios y parlamentarias se percibe la existencia de los tópicos como factor que proyecta una imagen de Andalucía.

«Yo creo que sigue predominando la pandereta y la peineta y la guitarra española por desgracia, como imagen sigue predominando esa» (EP07-IU02).

«(...) Lo peor del tópico andaluz se asimila a lo peor del tópico español, pero a nadie se le ocurre poner de ejemplo a García Lorca a Antonio Machado, a toda esa cantidad de intelectuales de creadores y de gente emprendedora andaluza» (EP05-PSOE5).

«Sí yo creo que en otros sitios es folklore, —qué gracioso eres, cómo habláis, qué gracia tienes hablando— y eso, todavía ese tópico se sigue diciendo, a mí me lo dicen y me da coraje, me da coraje pues porque bueno, y los maños también tienen un deje muy gracioso y no... ellos siguen diciéndolo, pero es verdad que es que en Andalucía hay mucha gracia, somos distintos, España es distinta» (EP11-PSOE06).

«(...) Todo el mundo reconoce una cierta espontaneidad, a veces cuando se exagera es más patoso que nadie pero quizá ese sea un rasgo definitorio, el andaluz es un tópico pero en todos los tópicos siempre hay una parte de verdad hay otra de exageración» (EP03-PSOE3).

«Son parte fundamental elementos que han contribuido a la construcción de esa identidad y que siguen perfilándola y manteniéndola, aunque en algunos casos si hablamos solo de esos eventos, algunos de ellos también contribuyen a formar tópicos que desde mi punto de vista no nos benefician» (EP07-IU02).

«Yo creo que en general hay una imagen positiva en el sentido de que nos ven como gente cercana, gente próxima, quizá un poco superficial y nos ha hecho mucho daño el sobre tópico, el abuso de la simbología como te decía, eso también nos ha hecho mucho daño, pero en general yo creo que es una foto en positivo, aunque tenga luego zonas oscuras o zonas más delicadas, creo que no aparecemos como pueblo antipático ni zoquete yo creo que en general positivo» (EP03-PSOE3).

Pero para otros entrevistados/as, los tópicos no son elementos especialmente importantes y consideran que es necesario superarlos:

«Pues hay que luchar todavía contra tópicos y estereotipos que por ahí fuera de Andalucía están extendidos pero no menos del que podamos tener los andaluces respecto de otras comunidades, los estereotipos, los tópicos funcionan porque tienen sus raíces en siglos, pero tampoco le doy la mayor importancia, en el fondo me vuelvo a quedar con que Andalucía es la segunda en preferencia de todos los españoles, donde les gustaría vivir y con el que se identifican, luego los tópicos siempre se quedan más en la superficie de las cosas, en el fondo Andalucía no solo es simpática, Andalucía es querida» (EP02-PSOE02).

«Yo no le daría tanta importancia como muchas veces se le da porque considero que se alimentan demasiado los tópicos andaluces, Andalucía es mucho más que todo eso, es eso, pero es mucho más que todo eso y hay además una asimilación entre ese tópico andaluz y el tópico español que acaba por el camino de difuminar el concepto de Andalucía por tanto considero que tampoco sea lo más positivo del ser andaluz» (EP05-PSOE05).

Precisamente por la carga negativa del tópico y porque oculta una realidad que los entrevistados/as creen necesario emerger, el mensaje de los parlamentarios/as entrevistados es claro y contundente: «es necesario liberar la identidad de tópicos y estereotipos». Las entrevistas muestran la importancia de dar a conocer a una nueva Andalucía, resaltar una imagen de progreso y subrayar los avances de esta comunidad en desarrollo e investigación.

«Todavía hay tópicos de que estamos con las panderetas y la peineta, y no, yo creo que no sabemos vender lo que aquí hay, es decir, que seamos la primera comunidad autónoma en energías renovables, por ejemplo, en investigación biomédica, es que tenemos una gran investigación biomédica, es que tenemos un sistema sanitario en investigación de los mejores que hay en España y en Europa, pues no sabemos venderlo, es decir, el andaluz no sabe vender lo que es capaz de hacer y de lo que hemos sido capaces de hacer en esta Comunidad Autónoma» (EP06-PSOE06).

«Andalucía fuera de Andalucía creo que tiene una imagen positiva lo cual no nos debe satisfacer. La imagen que vemos es lo que somos y debemos tener aspiraciones a ser todavía mejores, a ser mucho más vanguardistas en lo cultural, en lo económico, en lo social y en lo que nos vaya viniendo, creo que tenemos que crecer, no obstante creo que Andalucía proyecta una imagen positiva a pesar de muchos defectos que tenemos o de muchos problemas que padecemos» (EP08-PP01).

«Creo que hace falta una política adecuada para Andalucía, donde entre otras cosas la identidad andaluza sea reivindicada y sea desde luego depurada de esos clichés a los que yo le he hecho referencia» (EP08-PP01).

«Yo creo que es bueno que haya políticas que contribuyan a fomentar a dar cauce de expresión a esas manifestaciones que expresan también la identidad andaluza, yo creo que rara vez desde la administración, desde las políticas públicas se ha acertado en ese sentido y que han sido más las

expresiones de creación artística que se hace de manera libre e individual, bueno individual, sin el patronazgo o el apoyo de la administración los que han fomentado más esa identidad» (EP07-IU02).

«Pues trabajar bien el tema de las escuelas, como te decía antes de la educación de la formación de la intervención de los medios de comunicación para deshacer tópicos y generar orgullo y generar conocimiento y sobre todo a nivel de la propia comunicación de las instituciones, a nivel del sistema educativo y a nivel de los medios de comunicación contribuir al conocimiento y al poner en valor nuestra propia historia y cultura» (EP02-PSOE02).

«Espero que podamos mejorarla, dentro de lo estupenda que sea, porque tiene muchas deficiencias» (EP10-PP03).

Las entrevistas a los representantes parlamentarios coinciden en la idea de que los tópicos negativos en torno a la cultura andaluza prevalecen sobre todo a nivel nacional, más que a nivel internacional. Manifiestan la importancia de abordar la difusión de estereotipos y tópicos desde las políticas públicas. Entendemos que el esfuerzo institucional para afrontar este problema tiene que ser colectivo, y centrado en la promoción de la pluralidad de la identidad andaluza.

A partir de los puntos de encuentro y desencuentro entre la identidad percibida y la proyectada, se plantea la necesidad de reevaluar tópicos y estereotipos. Éstos parecen dibujar una imagen de Andalucía festiva y colorista que tiene una buena acogida en el exterior pero que causa cierto descontento entre la población andaluza. Aunque muchos andaluces se identifican con estas manifestaciones festivas y culturales (toros, ferias, romerías), entienden que la identidad andaluza va más allá de una visión folklórica que no tiene en cuenta los avances y la evolución de un pueblo y sus tradiciones. Existe una nueva Andalucía, y todos coinciden en que ha llegado el momento de ponerla en valor. Los parlamentarios/as demandan por parte de la Administración fomentar la cultura, las tradiciones, así como los nuevos logros y avances del pueblo andaluz.

4.5. Identidades anidadas: Andalucía, España y Europa

Al inicio de este documento hacíamos referencia a la necesidad de comparar los elementos distintivos de la identidad andaluza respecto a otras identidades, en la constelación de la idea de «nosotros» versus «los demás» (Tafel, 1981). A lo largo de nuestro análisis, hemos observado el carácter integrador e incluyente de la identidad andaluza.

En este apartado se presenta el grado de inclusión de la identidad andaluza como parte de la identidad española y la europea:

«Andalucía nunca ha sido, nunca ha tenido una identificación excluyente, Andalucía ha sido siempre tierra abierta y eso forma parte de nuestra identidad(...) no hay más que ver el lema de nuestra bandera y de Blas Infante, Andalucía por sí para España y la Humanidad, pues estoy completamente de acuerdo con eso, con eso está dicho todo» (EP02-PSOE02).

«La virtud que tiene Andalucía y que yo le veo es que no hace exclusión de otras y si no hace exclusión pues a mí me parece que tú tienes que tener garantizado el conocimiento de abajo arriba de lo que tú formas parte y como resulta que yo formo parte de Bollullos, de mi provincia, de Andalucía, de España y de Europa» (EP06-IU01).

El grado de inclusión de la identidad andaluza no sólo se refiere a la multiculturalidad actual, sino a su compatibilidad con otras identidades como la española o la europea.

Díez Medrano y Gutiérrez (2001) explican que hay «identidades anidadas» como es el caso de la española y la andaluza, la valenciana o la navarra. Este proceso de anidamiento es factible porque muchos de los elementos que caracterizan la identidad andaluza también definen la identidad española. Para comprender este fenómeno, nos aproximamos a las semejanzas entre el universo simbólico de España y Andalucía. Cuando una persona extranjera piensa en España, muy probablemente la asocia con el flamenco o los toros. Esta imagen es coincidente con la imagen percibida de Andalucía (Sangrador 1981, 1996; Huici *et al.* 1997; Rodríguez y Moya 1998). La literatura existente confirma que existen muchos elementos comunes a la hora de definir a un andaluz y a un español. En esta dirección, Palacios (2008) enfatiza el valor universal de las características españolas en Andalucía. Según este autor: «podemos hablar de Andalucía como una interpretación de España, dado que España evoca las imágenes que surgen cuando hablamos de los andaluces» (Palacios, 2008: 38).

En los últimos años el reconocimiento de la identidad ha tomado diversos caminos. Mientras que la presencia de la lucha histórica por la independencia y reconocimiento de su identidad ha estado muy presente en comunidades como el País Vasco y Cataluña, en Andalucía este proceso ha sido menos prominente. Los entrevistados/as entienden que Andalucía es España, forma parte de la misma y se percibe como parte inseparable de ella.

«Andalucía no puede concebirse sin ser lo que es como parte además de España» (EP05-PSOE05).

«Es andaluz somos andaluces pero somos también como somos porque estamos dentro de España» (EP06-PSOE6).

«En Andalucía nunca se ha puesto en cuestión la pertenencia a España y nunca se pondrá, (...), es más si se piensa bien, los signos de identidad de España a miles de kilómetros de aquí casi todos son los signos de identidad de Andalucía, Andalucía siendo una tierra que tiene unos rasgos de identidad como pueblo más acusados dentro de España al mismo tiempo es la vanguardia de España, los símbolos identificativos de lo andaluz son los signos identificativos de lo español» (EP02-PSOE2).

«Yo me siento muy andaluza pero el que me sienta muy andaluza no significa que no me sienta española, yo creo que si hay alguien, por lo menos yo, que me identifique como ser español somos los andaluces (...) que Andalucía esta cohesionada vertebrada pero Andalucía no está con la bandera andaluza como yo veo a otras Comunidades Autónomas, no, no» (EP11-PSOE06).

«Pues por una parte un orgullo de pertenencia y por otra parte una manera de afirmarnos en España sin ir contra nadie (...). Yo creo que los andaluces nos sentimos muy andaluces pero muy españoles no somos andaluces sin dejar de ser españoles es casi indisoluble ambas cosas» (EP01-PSOE01).

«En la medida en que Andalucía es parte de España y que muy pocos andaluces conozco yo que se denominen andaluces y no españoles. Lo asumimos con naturalidad, con la naturalidad que da la realidad de nuestra historia» (EP07-IU02).

«Pero si es verdad que me siento andaluz, profundamente andaluz porque es también una manera de ser profundamente español que es al final también lo que me siento» (EP08-PP01).

La anidación de las identidades y la asimilación de tópicos, de la más pequeña a la más grande, ha generado también en algunos casos la percepción de un fenómeno de encapsulación inverso: la identidad regional (andaluza) se exporta como identidad española.

«Nosotros hemos acaparado demasiada identidad española, en fin que cuando se identifica España en el exterior casi todos los signos de identificación son andaluces (...) por poner un ejemplo pones un ejemplo de español en la publicidad en los estereotipos no pones a uno bailando la Jota, ponen a uno bailando flamenco con un sombrero cordobés» (EP03-PSOE03).

«Andalucía siendo el pueblo con más rasgos diferenciales dentro de España, al mismo tiempo es la más España por decirlo de alguna manera (...) Hasta el extremo de que los signos de identidad cuando a alguien a tres mil kilómetros de España le preguntas por un signo de identidad de España, todos van a ser los signos de identidad de Andalucía» (EP02-PSOE02).

Se percibe consenso respecto a la compatibilidad de la identidad andaluza y la española. Se conciben ambas identidades como inseparables: Los límites entre la identidad andaluza y española son borrosos. Nuestras entrevistas revelan que, en el caso de Andalucía, la identidad nacional y la regional son complementarias. Por este motivo, los parlamentarios/as andaluces piensan que la identidad andaluza es parte de su identidad española.

A partir de la integración política en la Unión Europea, nos parece importante examinar la relación entre la identidad europea y la andaluza. De acuerdo con Díez-Medrano y Gutiérrez (2001), observamos que la Unión Europea anida la identidad española dentro de una identidad supranacional de escala continental. En ese anidamiento, se percibe que la identidad Andaluza puede reforzarse, bien porque todavía hay recorrido para avanzar en Europa, en Andalucía o porque se percibe que es inevitable adherir la dimensión europea a la identidad andaluza.

«Yo creo que la ha beneficiado, que no la ha perjudicado, por lo tanto la ha beneficiado y creo que el futuro pasa por seguir abundando en esa integración, que tiene que ser algo más que formal, que tiene que ser algo más que política, que tendrá que ser fiscal cuando toque y que seguramente eso irá creando poco a poco una identidad europea que ahora mismo no existe más que como institución y como concepto geográfico, político y económico» (EP08-PP01).

«Andalucía, claro, es Europa, Andalucía hace siglos y siglos que dejó de mirar al sur, Andalucía mira al norte» (EP02-PSOE2).

«En Andalucía, y te hablo de mi conocimiento como maestra, se habla de Andalucía, se habla de España y menos se habla de Europa, pero en

Andalucía y en todos los sitios, es lo más lejano y se debería de hablar más porque además la historia nos está demostrando que sin Europa no somos nadie y que Europa marca muchas cosas» (EP11-PSOE06).

«Es que estamos dentro de Europa. Es que Andalucía sin España no es nada y sin Europa, ahora mismo, tampoco somos nada, es que formamos parte de un todo» (EP010-PP03).

«Yo soy de las que pienso que cuanto más global el mundo más fuertes son los nacionalismos pequeñitos, no sé si es así desde un punto de vista científico pero la sensación que tengo es que cuanto más se va globalizando el mundo más necesidad tienes tú de sentirte parte de un grupo, no creo, lo que sí creo que se ha hecho y es bueno es que se ve con un sentido mucho más amplio, menos chovinista de la identidad o del sentimiento de ser andaluz yo no creo que se haya difuminado, se ha fortalecido pero con un sentido mucho más abierto» (EP010-PP03).

Claro que también hay visiones críticas que perciben que la Unión Europea implica unas transformaciones que pueden tener efectos, también, sobre la vida de los andaluces y andaluzas y, por tanto, también sobre su forma de autorepresentarse:

«En la medida en que modifican nuestra agricultura, en la medida que modifican nuestra pesca, en la medida que modifican tantas cuestiones que al final afectan a nuestras vidas, pues sí. La Unión Europea es una unión fundamentalmente monetaria o económica no tienen en cuenta los elementos sociales, por lo menos hasta ahora y mucho menos las identidades culturales que se las pasa por el forro de la cartera» (EP07-IU02).

Las entrevistas con políticos apuntan a la compatibilidad de la identidad andaluza con la identidad española y la europea. De acuerdo con Díez-Medrano y Gutiérrez (2001), la identidad andaluza está anidada dentro de la identidad nacional y la continental. Frases tan significativas como: «En Andalucía nunca se ha puesto en cuestión la pertenencia a España», «Andalucía es España», «indisociable», «Perfectamente compatible», nos dan una idea del grado de identificación de la población andaluza con España. La imagen de España en el extranjero se asocia con el flamenco, los toros, la extroversión y alegría de su ciudadanía. Todos estos aspectos se derivan de la visión cultural de Andalucía. Palacios (2008: 38) alude a «el valor universal español de lo andaluz» y rescata una frase muy gráfica de Julián Marías: «la andalucidad se ha desparamado por toda España hasta el punto de que todo lo español considera suyo lo andaluz».

El análisis de nuestras entrevistas confirma el argumento de Julián Marías. No se puede entender España sin Andalucía ni Andalucía sin España. El carácter aperturista del andaluz parece no acabar en las fronteras de España; el andaluz se reconoce andaluz, pero también muy español y muy europeo. Por este motivo, los parlamentarios/as andaluces apuestan por la promoción de una identidad andaluza dentro de España y de la Unión Europea.

4.6. El papel de las Instituciones

Se percibe la existencia de una identidad colectiva asentada sobre algunos elementos (que serán matizados y ampliados en capítulos posteriores) que, en ocasiones, están vinculados a estereotipos, pero que en buena medida provienen de la interacción de la geografía, del clima y las tradiciones. Los diputados y diputadas perciben una identidad colectiva incluyente, anidada, no rival de otras, pero queda por explorar el papel que tienen ciertas instituciones en la construcción de la identidad. Las instituciones desempeñan un papel fundamental en la construcción, difusión, y mantenimiento de identidad. Costumbres y tradiciones culturales, constituyen un aspecto crucial en la formación de la identidad de un colectivo, y por este motivo, se suelen transmitir de generación en generación. La teoría de Benedict Anderson (1983) indica que a través de este proceso de intercambio de información y transmisión de valores, creencias y formas de expresión de cada comunidad, se genera una «comunidad imaginada». En parte, la experiencia de la Tercera República francesa (Weber, 1976) o, el fracaso parcial en la construcción de la identidad nacional española (Álvarez Junco, 2001), descansan en el papel de tres actores clave en la construcción de la identidad: los medios de comunicación, la escuela y las administraciones públicas.

Hemos querido indagar en lo que piensan nuestros entrevistados respecto de estos actores en el caso de Andalucía. ¿Qué papel asignan a estos actores?

4.6.1. Los medios de comunicación

Los medios de comunicación informan a la población, y en este proceso, ayudan a crear opiniones (Baum and Potter, 2008; Page *et al.*, 1987). De ahí derivamos su importancia en la definición de la identidad regional (Raagmaa, 2002). Los discursos de los parlamentarios/as para la promoción de identidad muestran amplias coincidencias: reducir la difusión de estereotipos y tópicos. Los medios de comunicación han de transmitir la pluralidad y diversidad de la identidad andaluza, resaltando tanto la constancia de algunos vectores como la incorporación de otros nuevos. Con esta idea

se refieren tanto al trabajo de la televisión andaluza como el del resto de medios de comunicación. Se trata de un poder que, canalizado de forma negativa, desvirtúa la imagen real de las señas de identidad. Esta es una queja habitual en los entrevistados, al igual que el reconocimiento del papel fundamental que deben tener los medios en el fomento de una identidad plural, moderna, acorde con los tiempos y la realidad de Andalucía, un papel que parece que Canal Sur no termina de cumplir en opinión de los entrevistados/as:

«Pues mira, yo creo que deben de tener una papel fundamental, no solo en el fomento de la identidad sino en evitar fomentar ciertas cuestiones que ayudan a fomentar tópicos,(...) no es necesario que Canal Sur esté todo el día haciendo un programa de coplas o de flamenco para reforzar la identidad andaluza, eso me parece una cosa más, vale, está bien pero creo que se deben poner en valor, formas de vida que conservan todavía una tradición (...) Andalucía es pionera, ahora mismo Andalucía ocupa lugares prominentes en el mundo entero, tiene empresas de primera magnitud sin embargo parece que reforzar la identidad andaluza es solo promover el flamenco o la Semana Santa» (EP01-PSOE01).

«Un servicio público que dé cobertura a toda Andalucía y a las cosas de Andalucía y que sea el primer altavoz y el primer divulgador de la cultura andaluza, de la historia andaluza, de la actualidad andaluza, de los problemas andaluces y también de las aspiraciones andaluzas, eso es lo que debe de ser un servicio público, una radio televisión pública y eso es lo que debe ser en los próximos años, que deberíamos estar todos, que deberíamos hacer una reforma para que la televisión andaluza, las televisiones públicas no compitan con las generalistas, no compitan con las televisiones comerciales, no compitan para entretener al espectador sino que sea un instrumento a favor de la sociedad» (EP08-PP01).

«Veo más el papel de la radiotelevisión pública como instrumento que ayude a superar los problemas provincialistas de las elites de las circunscripciones de las ocho provincias más que el afirmar una identidad que nadie pone en cuestión» (EP02-PSOE02).

«Habría que abrir ese medio (Canal Sur) a que las iniciativas creadoras tengan espacio en ese medio y primar por supuesto aquello que favorezca la identidad andaluza, la convivencia andaluza, nuestra identidad y nuestros derechos por así decirlo» (EP03-PSOE03).

«Canal Sur si es la nuestra, pero la de los andaluces no de la institución, es decir aunque los partidos políticos digan que la televisión pública sea del partido del gobierno, no (...) yo creo que Canal Sur está haciendo una buena labor» (EP06-PSOE06).

«Se está haciendo mucha propaganda entre comillas de Andalucía, pero creo que hay que hacer una identidad de Andalucía no una propaganda de Andalucía, que es lo que se ha hecho hasta ahora» (EP08-PP01).

En vista de la importancia de los medios de comunicación en la formación de la identidad andaluza, proponen establecer mecanismos para evaluar algunos de sus contenidos, y de esta forma prevenir la difusión de estereotipos y tópicos negativos:

«La televisión es uno de los medios que yo, si pudiera cambiar automáticamente, lo cambiaría radicalmente (...). La verdad es que estamos creando una televisión de muy poca cultura, muy poca información y mucho..., no sé cómo llamar la palabra. Canal Sur es uno de los medios que todo el mundo identifica a lo que está pasando, y yo creo que eso no es bueno, no es bueno, porque transmitimos algo que realmente no lo es. Yo creo que habría que cambiar bastante la televisión porque es un medio que tiene muchos seguidores, muchos» (EP09-PP02).

«Ya digo algunos programas que echan por ejemplo en Canal Sur lo único que parece es fomentar esas opiniones un tanto xenófobas de personajes que escuchamos por ahí sobre los andaluces más que de una identidad sana y abierta a los demás» (EP07-IU02).

Dada la capacidad de los medios de comunicación para influenciar en la opinión pública, los entrevistados resaltan la importancia de mostrar una imagen de Andalucía sin caer en estereotipos e incorporando nuevas señas de identidad regional.

4.6.2. La escuela

La escuela también tiene un papel esencial en la promoción de la identidad andaluza. Como institución y agente de socialización, el objetivo de la escuela consiste en transmitir conocimientos y pautas de conducta (Bourdieu, 2005). Todos los regímenes políticos (pero especialmente los no democráticos) han utilizado la escuela como elemento de construcción de identidades. (Eugene Weber). Los representantes del parlamento apuestan por utilizar el potencial de la escuela para mejorar el conocimiento

sobre Andalucía, aunque no todos están de acuerdo en que la escuela deba potenciar la identidad andaluza. Hay quien considera que la escuela debe limitarse a enseñar cultura e historia de Andalucía, sin fomentar la identidad.

«Ponerles a los estudiantes, a los alumnos y alumnas en primer lugar el conocimiento de la realidad, un niño que salga de Primaria e incluso de Secundaria no sabrá quién es Blas Infante, ni sabrá cuál ha sido básicamente la historia de Andalucía, como mucho le hablarán de la Edad Media y poco más, pero al final no tenemos esa formación básica sobre nuestra historia, la que ha contribuido a formar nuestra identidad y sobre los rasgos fundamentales de nuestra tierra ahí hemos exigido que en el Parlamento incluso los desarrollos curriculares se incluyan estos asuntos, que contribuyan, eso, pues a conocer sobre tu tierra y de tu propia identidad» (EP07-IU02).

«Pues..., no lo sé, yo creo que lo están haciendo. Lo que pasa es que no se puede promover la identidad andaluza quitando los símbolos que históricamente han estado en Andalucía. Los niños de las escuelas tienen que saber cuál ha sido la historia de Andalucía, conocerla todas, la buena, la mala y la regular. Tienen que conocer toda la historia de Andalucía para crear su propia identidad» (EP08-PP03).

«Lo que se enseña impregnarlo de Andalucía y si estudias geografía mete la geografía andaluza, si estudias lenguaje pues mete el lenguaje digamos en relación con Andalucía, si estudias naturaleza pues estudia la naturaleza andaluza es decir meter dentro de esos contenidos lo máximo posible de Andalucía insisto sin tener una mirada reductora, sin cantonalismos sino, entiendo que en el universo pero desde la particularidad, solo se puede mirar el universo cuando se sabe quiénes somos y dónde estamos» (EP03-PSOE03).

«La educación es importantísima, yo creo que cuando a una persona se le educa en sus raíces y que defienda siempre sus raíces, yo creo que conforme va creciendo te vas dando cuenta de la importancia que tiene esa cultura y esa educación que percibimos y recibimos de nuestro alrededor, de las personas que están conviviendo con nosotros» (EP09-PP02).

«Puedo decir que incluso ha habido veces que ni le hemos dado a los chavales lo que es la cultura andaluza y si no sabes tus orígenes y tus raíces (es) imposible saber quién eres, de dónde vienes y cómo puedo defenderlo, es clave, en la educación es clave» (EP06-PSOE06).

No siempre se concibe que las escuelas tengan una tarea de construcción de la identidad sino que deben circunscribirse a la construcción del individuo (educación). Así lo manifestó esta entrevistada:

«Yo creo que las escuelas tienen que aspirar a formar a los niños y a las niñas de forma integral en conocimientos, en educación y en valores y en principios, yo creo que la escuela es fundamental para toda la sociedad y además creo que tiene que estar al servicio de las personas y no de las identidades (...) Creo que las escuelas no tienen que fomentar ninguna identidad, creo que tienen que convivir con la sociedad en la que están pero que no tienen que aspirar a cambiarla» (EP08-PP01).

Los parlamentarios y parlamentarias reconocen la función esencial de la escuela en la promoción de la identidad. Sin embargo, se observa que el grado de satisfacción en cuanto al funcionamiento de la escuela actualmente y el papel que debería desempeñar, varía de unos a otros. Algunos apuestan por una escuela en la que haya una mayor promoción de Andalucía y de la identidad andaluza, mientras que otros proponen un modelo educativo en valores sin resaltar ninguna forma de identidad en particular.

4.6.3. La administración de políticas públicas

Otro de los instrumentos tradicionales de fomento de la identidad es el desarrollo por la administración de políticas públicas determinadas, ya sea en lo que respecta a símbolos colectivos (la bandera, el himno, el día de Andalucía), a cuestiones territoriales, al fomento de ciertos elementos colectivos.... El objetivo en este punto es desarrollar una mirada introspectiva de la función de los parlamentarios/as andaluces en la formación de la identidad regional. Preguntamos si es necesario que se fomente la identidad andaluza desde las administraciones públicas, y si es así, cuál es el papel de los políticos en esta dirección:

«Pues trabajar todos los días por Andalucía, hacer que Andalucía sea mejor (...) Una identidad que sea cosmopolita y que siga siendo abierta como es nuestro carácter colectivo, pero nunca contra otros y nunca contra España. Con el objetivo, primero de ser fieles a nosotros mismos y, segundo, porque a estas alturas del mundo, ¿dónde vamos con particularismos y con fronteras artificiales?» (EP01-PSOE01).

«Se está haciendo mucha propaganda entre comillas de Andalucía, pero creo que hay que hacer una identidad de Andalucía no una propaganda de Andalucía, que es lo que se ha hecho hasta ahora» (EP10-PP03).

«Creo que hace falta una política adecuada para Andalucía, donde entre otras cosas la identidad andaluza sea reivindicada y sea desde luego depurada de esos clichés a los que yo le he hecho referencia, no tanto por lo importante que es reivindicar lo que es una cuestión de personalidad de identidad andaluza, sino por lo importante que es para los andaluces la dignidad de que no nos califiquen sistemáticamente o automáticamente de una determinada manera (...)» (EP08-PP01).

Para algunos entrevistados/as, el objetivo es utilizar los elementos tradicionales como vectores de identidad en la Andalucía actual, teniendo en cuenta su evolución:

«Yo creo que una de las cosas que habría que hacer es eso, trabajar desde la apertura y desde la nueva realidad de Andalucía en seguir poniendo en valor a Andalucía, a los andaluces a la forma de vida de los andaluces que vienen, o sea no estancarnos en la identidad andaluza en lo que han sido los elementos que tradicionalmente desde un punto de vista de la tradición cultural nos ha dado de identidad» (EP01-PSOE01).

«Hombre la del folklore y la de la pandereta no, aunque mañana cantemos los villancicos, pero bueno eso es aparte. El Parlamento no sé yo como tal, yo creo que una de las cosas va unido más también a la vida democrática, yo creo que nos falta mucho también al ciudadano, no al andaluz, sino al ciudadano pedagogía política, hay que revalorizar la política, entonces yo creo que algo que tendría que hacer el Parlamento es como difundir todavía más, y se están dando pasos, lo que se hace aquí, (..) porque esta es una de nuestras señas de identidad, esta es la casa de todos los andaluces, el Parlamento» (EP06-PSOE06).

La Administración autonómica establece vías para la gestión y promoción de la identidad. Nos centramos en el grado de promoción de la identidad andaluza desde la Junta de Andalucía, y la tipología de la identidad que se ha promocionado:

«Hombre, yo creo que está haciendo, el hecho de que tenga una Consejería de Cultura específicamente, creo que es una apuesta importante por el tema andaluz» (EP06-PSOE06).

El énfasis de la administración autonómica consiste en presentar Andalucía como una región de oportunidades, en el contexto español y europeo:

«Insistir más en lo que hemos conseguido, insistir más en que por primera vez en la historia contemporánea Andalucía es una región de oportunidades y que ha superado los atrasos seculares» (EP02-PSOE02).

«Se proyecta una imagen que no es cierta, aquí no solamente estamos bailando y todo el día de juerga. Se trabaja, hay personas que tienen trabajos muy duros para sacar hacia adelante a su familia. Yo creo que hay que hablar de todo, hay que vender la guitarra y la gitana, muy bien, pero nuestro trabajo también es importante, eso también es un reclamo turístico. Y, sobre todo, el mundo empresarial que vea un escenario estupendo para crear y fomentar aquí empresas y, sobre todo, emprendedores, que eso es importantísimo» (EP09-PP02).

El resultado de nuestras entrevistas, apuntan al consenso de los parlamentarios/as respecto a la importancia de las instituciones en la constelación y promoción de la identidad andaluza. Los medios de comunicación influyen en la percepción de la identidad de forma incuestionable. Sin embargo, los políticos apuntan a la necesidad de evaluar la forma en la que se promueve la identidad, para limitar la simplificación de contenidos y sobre todo, los estereotipos de la identidad andaluza. La escuela como promotora de identidad no es algo que todas las personas entrevistadas vean de forma positiva, ya que hay quien considera que la escuela debe limitarse a formar, no a fomentar identidades. En lugar de fomentar la identidad, se pretende que se enseñe el pasado y el presente de Andalucía para que la ciudadanía tenga criterios suficientes para poder desarrollar su propia identidad como miembros de Andalucía. Para otros, la escuela tiene que ahondar más en los vectores de identidad andaluza, desde la enseñanza de la lengua y las ciencias sociales. Por último, preguntamos acerca de su propio trabajo para la promoción de la identidad andaluza desde las administraciones públicas. Se insiste en la necesidad de seguir trabajando por Andalucía desde España, con el objetivo de presentar y representar Andalucía como una tierra de oportunidades.

4.7. Conclusiones

Como se ha podido observar a lo largo del análisis, los parlamentarios han hablado como políticos pero se han expresado como andaluces, con un sentimiento de pertenencia a una tierra que independientemente del partido al que representan o al cargo que ocupan, le ha dado un sentido como personas. Los entrevistados/as se han identificado como andaluces antes que como políticos, dejando a un lado en algunos momentos del discurso su condición de político para hacer ver por encima de todo su condición de andaluz.

«Fomentar la identidad andaluza desde los criterios de cada uno, porque todos, gracias a Dios y gracias a la democracia y a la libertad, todos y cada uno, aunque formemos parte de partidos políticos, tenemos nuestra visión de Andalucía» (EP09-PP03).

Hemos observado que la identidad andaluza se entiende como un crisol de culturas, fruto de la coexistencia de civilizaciones distintas dentro de un mismo sistema político durante Al-Andalus, y los flujos migratorios que ha motivado y ha recibido durante el último siglo. La identidad andaluza está anidada dentro de la identidad española y la europea. Este proceso de anidamiento es posible, ya que muchos de los elementos que representan la identidad andaluza son los mismos que caracterizan la identidad española, como por ejemplo las corridas de toros y el cante y baile flamenco. Al mismo tiempo, los andaluces se sienten muy europeos y entienden que una de las riquezas de Europa es justamente la diversidad cultural de sus regiones.

La identidad andaluza se asocia a una forma de entender la vida jovial, incluyente, y unas manifestaciones culturales de ascendencia católica. A pesar de que muchas de las festividades actuales están asociadas al catolicismo, los parlamentarios/as apuntan a la poca religiosidad de la identidad andaluza fuera de estas festividades. Los entrevistados/as resaltan la importancia de las condiciones climáticas y geográficas en la definición de la forma de vida en Andalucía. También identifican la existencia de estereotipos y tópicos que afectan negativamente a los andaluces y a la identidad andaluza, como por ejemplo, la pereza o la incultura. En esta dirección, el papel de las instituciones es crucial para redefinir la identidad andaluza lejos de estereotipos y tópicos.

El sistema educativo, los medios de comunicación, y las administraciones públicas desempeñan un papel esencial en el desarrollo de la identidad andaluza. Los parlamentarios apuestan por una política educativa que dé más peso a las figuras más representativas de la historia y cultura de Andalucía, que evalúe contenidos de los medios de comunicación para reducir estereotipos y tópicos, y que mantenga el papel activo de las administraciones públicas.

5. La visión de algunos intelectuales

Xavier Collier y Jeff Miley

Diferentes teorías sobre los nacionalismos han puesto siempre de manifiesto el papel relevante que políticos (o emprendedores políticos) e intelectuales han desempeñado en la construcción de la identidad (Anderson, 1983; Hechter, 1989; Gellner, 1983; Hobsbawm, 1990). Se trata de unos actores sociales que interpretan y reinterpretan la historia y el presente, suelen tener un eco en la sociedad y aventuran propuestas de futuro que pueden llevar a cabo con mayor o menor éxito; es decir, definen la situación con la aspiración de que su diagnóstico sea dominante (Latin, 1986: 71). No es de extrañar que Rogowski (1985) ubique en estos grupos (y en las clases medias como actores políticos) la punta de lanza de los nacionalismos. El paso previo para la construcción de los nacionalismos es la generación de una identidad colectiva aceptada y compartida por los miembros de un grupo. De ahí que en este capítulo intentemos averiguar el marco cognitivo de un grupo de intelectuales a quienes se les interrogó acerca de la identidad andaluza.

Se trata de periodistas, escritores, catedráticos o investigadores que, de una manera u otra tienen un perfil público. Son personas que suelen tener un impacto (mayor o menor) sobre la población o sobre grupos (por ejemplo, alumnos universitarios/as) que, a su vez, tienen o tendrán un impacto también sobre otras personas o se convertirán también en referentes en el futuro. Por tanto, conviene prestar atención a sus discursos. Es de esperar que en los discursos de los intelectuales aparezcan matices múltiples y que, a diferencia de los políticos, las respuestas tengan una argumentación a veces larga. De ahí que las citas seleccionadas tengan una extensión mayor.

5.1. La identidad como conglomerado

La identidad andaluza es percibida por los intelectuales como un conglomerado o mosaico: es vista como el resultado de la superposición de una serie de sustratos cuya combinación arroja unos elementos distintivos que permiten, siquiera de manera borrosa y, a veces, circunstancial, identificar «lo andaluz». Estos sustratos han interactuado históricamente y configuran una identidad peculiar que, a diferencia de otras, es percibida con dos características: es borrosa por su naturaleza diversa y heterogénea y, al mismo tiempo, carece de una dimensión política.

Los elementos distintivos que según las personas entrevistadas interaccionan para producir una cierta identidad son los siguientes: el territorio, la historia y la naturaleza cultural.

El primero de ellos es el *territorio*. Se entiende como la plataforma física en la que han vivido (y convivido) personas de culturas diversas. El territorio tiene una dimensión geográfica en la que la orografía y el clima son percibidos como relevantes para explicar algunos de los elementos asociados a la identidad andaluza como la naturaleza sincrética (producto de la fusión cultural) y una cierta vocación universal. El segundo elemento es la *historia* en la medida en que la identidad se percibe como el resultado de contribuciones culturales diversas (romanización, islam, cristianismo) a lo largo del tiempo. El tercer elemento es de *naturaleza cultural* y se asienta en aspectos variados como la forma de hablar (vinculado, también, al nacimiento) o las tradiciones y fiestas. Interviene también aquí una dimensión de sociabilidad, reforzada por la dimensión geoclimática. En combinación con estos factores culturales aparece un elemento *cívico* y/o de elección que genera una cierta tensión en los discursos de la identidad y que complementa las visiones más primordialistas.

Uno de los fundamentos básicos de toda identidad es su anclaje a un territorio, a la visualización del mapa (Anderson, 1983) que fija límites geográficos que permiten identificar a un colectivo. Pero en el caso de los intelectuales entrevistados, el territorio tiene una relevancia relativa si se compara con la importancia que le dan a la cultura mestiza y heterogénea que se ha construido en la plataforma territorial a lo largo de los años. La primera característica de la identidad andaluza es que es percibida como el resultado de la acumulación histórica de elementos culturales que van sedimentando maneras de ser, formas de hablar, tradiciones locales que son percibidas hoy como elementos constitutivos de una identidad heterogénea y diversa. Varias culturas a lo largo de los siglos han ido depositando sus acervos de manera que la Andalucía de hoy se percibe como el resultado de la interacción de elementos culturales diversos en un territorio concreto.

Como consecuencia de la sedimentación por capas, la identidad andaluza es percibida como el resultado de una *fusión histórica* de elementos diversos que han ido dejando su poso. Como dijo uno de nuestros entrevistados, «esto es como Sicilia, es un lugar de paso y un lugar que ha atraído a mucha gente» (EI 06: 8). La fusión está en la base de la percepción de la naturaleza mestiza de la identidad y, sobre todo, de su naturaleza heterogénea y diversa. Se verá más adelante que la heterogeneidad y diversidad están en la base de una cierta desvertebración asociada a una cierta falta de cohesión cultural. La identidad andaluza, por tanto, es percibida como una combinación de sustratos diversos.

«Ser andaluz, pues, (es) tener conciencia de que tenemos elementos culturales desde hace más de tres mil años una cultura que no es una cultura cerrada, nacionalista, sino una cultura de valores universales que se manifiesta a veces de modo muy particular, con fuerza a través de fiestas tradiciones o formas de hablar, pero es una cultura de sedimentos, de capas, en la que están tres mil años de historia, no solo la de España, sino del mediterráneo, de Europa y de más allá» (EI 03:3).

«La identidad andaluza es o se sustenta sobre una cultura que es el producto de un larguísimo proceso en el que se han ido fundiendo, integrando, distintas aportaciones culturales de distintas procedencias que han dado como resultado un producto que es absolutamente singular o peculiar, digamos, no, específico (...) (hay una) personalidad muy marcada, pero en el caso de Andalucía es digamos, el resultado, la síntesis cultural que lo andaluz reúne unas peculiaridades que efectivamente no se encuentran en otro sitio y sobre todo no se encuentran articuladas de la manera tan original como lo ha sido aquí, Catolicismo y determinadas formas de percibir, de entender, de relacionarse con lo sobrenatural que algunos denominan paganas es algo aquí que es un fenómeno muy fuertemente específico de acá. La relación que se tiene entre la gente y la Virgen del Rocío, no tiene nada que ver con la relación que se tiene entre la gente y la Moreneta, por ejemplo, por poner solo un pequeño ejemplo, bueno pues eso es una pequeñísima muestra del tipo de síntesis cultural que se ha producido aquí como resultado de todo ese (...) larguísimo proceso de integración y fusión cultural que tienen que ver también mucho con la posición geoestratégica que ha tenido y sigue teniendo, para bien y para mal, el territorio andaluz en el marco en el que estamos. (Ha) propiciado, facilitado, atraído, la llegada de gente con culturas y con elementos y con aportaciones muy distintas. Y bueno yo diría que ahí se sustenta la

originalidad, la especificidad sobre la diversidad y la heterogeneidad y la riqueza de elementos y de aportaciones culturales» (EI11: 8).

«Andalucía tiene, como todos, una osmosis muy grande, muchísima gente de otros orígenes que hace modificar las cosas. (...) Entonces qué hicieron esa gente: ayudarnos a crear nuestra propia identidad. Mucho mejor. (...) Quiero decir con esto que Andalucía tiene identidad y articulación y forma de transmitir sus características culturales con suficiente potencia como para saber asumir, absorber y modificar otras influencias, y seguir siendo identificablemente Andalucía» (EI10: 9).

«Cuando una comunidad autónoma como la nuestra no tiene rasgos étnicos definidos, fuertes, sino que se basa en la pluralidad, obviamente la historia tiene o produce identidades. Está claro, el haber hecho un trayecto histórico en común, y haber ido produciéndose fenómenos culturales que han sido compartidos, entonces la historia tiene un papel básico» (EI 14: 7).

«Sí, efectivamente, hay una identidad andaluza pero quizá una identidad andaluza como la entiendan los de Jerez y como la entiendan los de Granada» (EI 01: 5).

La sedimentación de aportaciones culturales diversas se asienta en un territorio entendido como los límites geográficos en los que, históricamente, han vivido poblaciones heterogéneas. Como indicó un entrevistado, Andalucía es «una tierra abierta, con mucha costa con lo cual (se) favorece la comunicación, y la interrelación, (es) una tierra mestiza» (EI 03: 3). Ahora bien, a diferencia de casos como el vasco o el catalán, donde el territorio es relevante, lo que marca una de las diferencias percibidas en Andalucía respecto de otros pueblos no es el territorio en sí, sino las condiciones geográficas de este territorio: orografía, clima, etc.

Así, por ejemplo, el largo litoral ha favorecido históricamente la entrada de elementos culturales variados; el clima benigno ha promovido la vida en la calle, lo que ha generado una sociabilidad distintiva; las zonas montañosas han generado históricamente un cierto aislamiento y el desarrollo de formas culturales heterogéneas, lo que aporta diversidad a la cultura andaluza, etc. Es decir, se percibe una unidad territorial pero lo determinante son las características del territorio que generan una identidad. Ahora bien, también se percibe una cierta heterogeneidad interna a la que algunos de los entrevistados se refieren.

«El estar en un territorio con dos características fundamentales, (un) territorio en el que confluyen dos mares que se abren al mundo, el mar Mediterráneo y el océano Atlántico. Y segunda parte, el clima, el clima que hace que vivamos mucho por, para y en la calle» (EI13: 4).

«(...) Pero también yo creo que el ser andaluz es sentirse..., con la tierra, entonces la pertenencia a un espacio geográfico curiosamente tiene una importancia muy decisiva. A lo mejor cuando hablas con un catalán o un vasco te das cuenta que el ser vasco, por ejemplo, es sentirse parte de una comunidad. O si es una nacionalista catalán o vasco el sentirse miembro de una nación secular. (...) sin embargo posiblemente en el caso de un vasco, cuando hablas con ellos, es verdad que la tierra en sentido de espacio determinado configura también el ser. Pero yo tengo una impresión de que en Andalucía es como más definitorio. De hecho a veces se habla aquí de nuestra tierra, tiene una connotación más fuerte, me atrevería a pensar, que en otros sitios. Esta es nuestra tierra, quizás también por el pasado campesino, por el papel más fuerte de la agricultura» (EI 07: 4).

«Es un referente geográfico en cierta forma por las características que tiene Andalucía en cierta forma, tanto Andalucía interior como la Andalucía de costa, con sus componentes específicos, su diferenciación de Andalucía oriental y occidental, interior y costa etcétera, etcétera, pero también es una comunidad con sus características culturales propias como hemos dicho antes pero inicialmente fundamentado en esos rasgos que pueden ser muy equivalentes a los que ocurren en el resto de las comunidades españolas en el sentido de tener su propia cultura arraigada, su propia identidad cultural arraigada pero no desde el punto de vista político me refiero, no como comunidad política» (EI 09).

«Yo veo que entre alguien de Almería y alguien de Murcia, pues hay más cercanía que entre alguien de Almería y alguien de Huelva, por decir algo concreto, y entre alguien de Huelva y alguien de Portugal, de Villa Real de Santo Antonio y de Ayamonte pues hay más proximidad. A eso me refiero, quiero decir que es algo que se ha trazado y define una unidad que va cuajando pero que en el fondo es un territorio» (EI 01: 4).

Puede parecer baladí, pero el territorio es percibido como un referente fundamental para el desarrollo de una identidad, básico para el que la prueba del siete es un contra-factual: ¿podríamos desarrollar identidades no vinculadas al territorio? La respuesta es

negativa, lo que conduce a una conclusión clara apuntada con anterioridad: la identidad andaluza depende del territorio, pero entendido como una plataforma en la que, por la interacción de factores diversos (clima, orografía, sustratos culturales) aparecen formas de vivir, ver y entender el mundo que fijan las peculiaridades de la identidad y se convierten en dominios de identidad.

«La virtualidad de internet permitiría una identidad de fenómenos culturales de identidad sin un territorio localizado, pero para mí es fundamental que el territorio, porque me parece que es fundamental el territorio. Claro que es muy interesante hacer la reflexión de si Andalucía existiría si quitáramos el territorio andaluz. ¿Y dónde ponemos a los andaluces? ¿Los dispersamos por el mundo? ¿Mantendríamos la identidad andaluza? Es muy interesante eso, es un fenómeno de análisis. Desde luego, lo que me parece es que surge del territorio, porque la identidad geográfica es tacto, y, por tanto, no me imagino Andalucía sin Andalucía —¿Y lo considera más territorio o más comunidad cultural?— Yo creo que es una respuesta, no es por salirme de la tangente, es una identidad cultural asentada a un territorio. Si nos vamos todos los andaluces a Argentina, ¿seguiremos siendo Andalucía? Seguiremos siendo culturalmente Andalucía, pero es que Andalucía se desarrolla en el territorio andaluz (...) sin territorio puede haber identidad cultural andaluza pero no se producirá el encuentro y el desarrollo pleno de la identidad andaluza, que es los valores, las características culturales, tal, tal, tal, tal, y las relaciones interpersonales y todo lo que es la cultura en el territorio es evidente. Usted a un catalán le quita el Montseny y qué hacemos, qué putada. Eso creo» (EI 04: 7-8).

«(...) no existe identidad sin territorio y no existe territorio sin un grupo de personas que se identifique con el mismo, es decir el hecho de que exista un territorio que se identifique como Andalucía, no existiría si no hubiese un colectivo humano que presenta o tiene y al que se le reconoce unas determinadas características sino no tendría sentido, entonces son dos términos absolutamente indisolubles» (EI11: 4).

El resultado de la fusión cultural a lo largo de los siglos en un territorio con características geoclimáticas particulares es la percepción de una cierta *vocación universal* de la identidad andaluza que se percibe en dos aspectos. Por un lado, en el factor exportador de cultura que permite que ciertos elementos sean conocidos más allá de las fronteras de Andalucía (generalmente, elementos relacionados con las artes como el flamenco o la literatura, por ejemplo) y tengan también su reco-

nocimiento internacional (por ejemplo, la mención de patrimonio inmaterial de la humanidad). Por otro lado, en el factor de importación de elementos culturales diversos que está en la base del sincretismo. Este elemento importador tiene que ver con las culturas que históricamente han convivido en el territorio andaluz y de los residuos con que han contribuido a la forja de la identidad colectiva (fenicios, romanización, cristianismo, Al Andalus).

«En Andalucía ese universalismo supuesto puede tener que ver con la tradición, con que ha sido una tierra donde han anidado todas las culturas, desde la fenicia hasta la global pero que también nunca ha tenido, hasta ahora que han sido los últimos años de la democracia, no ha habido un proceso de digamos construcción consensuada por todas las clases sociales en presencia de una forma de ver la región, es una región escindida y eso creo que es interesante, al menos para mí es una clave para entender la identidad andaluza o las identidades andaluzas» (EI 02).

«Hemos sido un pueblo tradicionalmente universal. Cuando digo universal, me refiero a que hemos tenido contacto con muchísimas civilizaciones de las que nos hemos enriquecido muchísimo y también nos hemos enriquecido no solo cultural sino también económicamente y hemos podido abrir...» (EI13: 4).

Las personas entrevistadas entienden que Andalucía tiene una identidad propia que es el resultado de la interacción de elementos diversos (que se analizan más adelante) sobre un territorio definido con unas condiciones medioambientales también concretas. La evolución histórica ha producido una cultura abierta, sincrética, articulada pero heterogénea también y, en cierto sentido, universal o con proyección universal. La identidad andaluza es percibida como un conglomerado de sustratos culturales que se vehicula por una serie de vectores o elementos constitutivos que nuestros entrevistados discuten a continuación. Pero no se trata, decía uno de ellos, de una identidad que se sustente en factores robustos o fuertes, sino de aspectos relacionados con el habla y, sobre todo, con la forma de vida: «No creo que ser andaluz sea algo que venga dado por una pertenencia o un vínculo cultural como podría ser, por ejemplo, la pertenencia a una comunidad con tradición nacionalista, donde hubiera idioma, hubiera una experiencia algo más... cercana a tener tratamiento de mayor autonomía, de mayor autogobierno. Pero también influye el modo de vida, el modo de hablar, el modo de relacionarse con los demás» (EI 07: 4).

5.2. Dominios de identidad

Las identidades colectivas son fenómenos sociales y, por tanto, son construidas. En el proceso de construcción, se decantan (de manera directa o indirecta, consciente o inconsciente) ciertos trazos identificativos, distintivos, genuinos que permiten identificar quién es miembro de la comunidad, tanto para el endogrupo como para el exogrupo; esto es, el miembro de la comunidad o la persona que observa. Estos trazos tienen una función social doble: facilitan a los individuos el reconocimiento mutuo como miembros del grupo (cohesión interna) y, al mismo tiempo, permiten a los otros identificar al grupo (distinción grupal).

La tarea de construcción social de la identidad puede tener éxito o no en función de factores diversos entre los que se encuentran la fortaleza de los trazos, marcadores o vectores identitarios, su grado de aceptación por la población, la pujanza del emprendedor político o su grupo que construye esos trazos como dominios de identidad, y la extensión de las ideas a la población. No se trata de una construcción instantánea, ya que es un proceso que puede abarcar años, generaciones, como claramente explica el modelo en fases de Miroslav Hroch (1985). Tampoco está claro qué factores explican que unas características determinadas tengan éxito y se acepten como dominios de identidad y otros no, o que el mismo dominio de identidad haya tenido éxito para definir una comunidad y no otras similares (Hobsbawm, 1990).

Los marcadores no necesariamente tienen que ser genuinamente históricos aunque lo habitual es presentarlos como una tradición ancestral, ganando así legitimación histórica. Sin embargo, Hobsbawm (1983) ya alertó de la naturaleza inventada de muchas de estas tradiciones. Estos marcadores no son universales, sino particulares a cada caso identitario, aunque hay ciertos trazos más o menos comunes como el nacimiento (Geertz, 1973) o la lengua (Tejerina, 1992) que suelen usarse en casos de éxito como Quebec o Cataluña o el País Vasco. Para los intelectuales entrevistados, hay ciertos dominios de la identidad claros que desgranar en discursos ricos. Uno de ellos hacía la síntesis siguiente:

«Hay una parte, hay una parte que es el territorio, el hábitat. Es diferenciado y tiene unas características, no es solo una cuestión de clima ni de tal, es... ¿cómo va a ser igual la identidad de Argelia que la nuestra?, ¿cómo va a ser igual la identidad de un saharai que la nuestra? Es evidente que el territorio y su influencia con las personas produce o modifica comportamientos, (...). O sea, que hay una cosa que tiene que ver con el territorio, con todo lo que es el medioambiente. Después está lo que pu-

diéramos llamar el carácter, los elementos que distinguen una determinada forma de ser, que tiene que ver con el territorio. Un alemán no pasa las mismas horas en la calle, ni tiene la misma forma porque un alemán tiene que estar muchísimas más horas al año pensando en esconderse del frío. (...) En todos los países meridionales tienen una forma de ser diferente por veinte mil cosas. (...) Después están las manifestaciones culturales o de carácter o folclóricas, entiendo por folclórico folclor, como el “folklor” británico, entonces..., la producción artística, esa es una característica también. (...) La manifestación artística, me lo parece. Todo lo que es la producción artística. (...) Yo creo que identidad es todo eso. Identidad es la historia (...) es una historia la nuestra diferenciada, una historia muy de ósmosis y de afectación de influencias. Identidad también es una actitud, aquí hay una actitud de..., cómase cualquier cosa, esto es bueno y te lo comes, entendiendo por comer (que) lo asumes, lo asumes» (EI 04: 9-10).

En esta sección hemos querido recoger las reflexiones de las personas entrevistadas en función de varios aspectos que se ha considerado relevantes para el sustento de la identidad andaluza: nacimiento, habla, tradiciones populares (ferias, romerías, Semana Santa), religión, legado andalusí y un último factor que, para nuestros entrevistados, tiene una profundidad interesante: la forma de vida, la manera de enfrentarse al mundo, algo que se ha etiquetado con el título de «hedonismo».

5.3. Nacimiento y socialización

Las identidades colectivas son una construcción social en la que intervienen fenómenos complejos de relaciones entre individuos y, por tanto, sociales a lo largo del tiempo. Son, por tanto, artefactos contruidos históricamente. No obstante, palpita en los entrevistados, con intensidad diferente, la idea de que el nacimiento es en cierta medida relevante para aprender (y socializarse en) los elementos que delimitan la identidad cultural, sus marcadores. Esta dimensión puede hacer pensar en una identidad de tipo primordialista en la que factores como el nacimiento son percibidos como los más relevantes para poder sentirse identificado (individualmente y por los otros) como miembro de una comunidad. Generalmente, los nacionalismos periféricos suelen originarse en identidades primordialistas, aunque luego suelen evolucionar hacia concepciones más territorialistas (Linz, 1985). Sin embargo, se percibe también que el nacimiento hace referencia al aprendizaje, pero no excluye (y esto es lo relevante) la elección o la dimensión cívica que va asociada a la vecindad en un territorio. Así pues, parece que la identidad andaluza es percibida tanto desde una perspectiva primordial

como, sobre todo, cívica. En parte, dirá un entrevistado, por la avenida de inmigrantes que han aumentado la diversidad y han diluido la coherencia étnica de la sociedad andaluza.

Algunos entienden que la identidad andaluza se construye a través de la socialización en un territorio en el que conviven personas con tradiciones, maneras de hablar y relacionarse. No predomina la visión primordial clásica, sino una visión que descansa en la idea de que las personas aprenden lo que son a lo largo de su vida, pero este aprendizaje viene determinado por su existencia en un territorio determinado.

«Qué veo yo, con qué nazco yo. Con la referencia continua de Andalucía, con la costumbre, con el amor a la luz, a la música, a las manifestaciones, con el acento de mis padres, que siempre fue sevillano, viviéramos donde viviéramos. Siempre nos apoyaban, donde estábamos, los sevillanos, sobre todo a mis hermanas que eran tres chicas listas, lindas y muy abiertas, con la chispa esa de la gente del sur (...) Entonces qué he visto yo. Yo he visto, yo he *mamao* las costumbres, la forma de ser...» (EI 04: 5-6).

«Yo creo que el hecho de nacer en Andalucía, que es una tierra digamos amplia, con perfiles muy particulares, yo creo que imprime un cierto sentimiento de ser andaluz. Lo que pasa es que posiblemente ese sentimiento de ser andaluz no sea exactamente el mismo en todos los lugares de Andalucía. Por lo tanto, yo creo que se nace y se siente uno andaluz aunque también el transcurso de la experiencia vital cada uno matiza, al igual que puede ocurrir en otros sitios, consolida ese sentimiento» (EI 07: 2).

«Ser andaluz es una forma de identidad profunda (...) pero Andalucía tiene una referencia histórica, un marco geográfico, unos rasgos culturales, que la gente que aquí nace los acaba viviendo. La dimensión comunitaria de la existencia en Andalucía marca un poco a las personas, por lo de nacer lo digo. También la fuerza de la tradición en Andalucía es grande y eso acaba mezclado con el comunitarismo que se practica mucho en varias actividades de carácter lúdico religioso etc., Por lo tanto, el hecho de nacer acaba produciendo en los andaluces esa idea y por tanto, el “se hace” es más producto del resultado de crecer en Andalucía» (EI 02).

En otras instancias, el factor «nacimiento» es rechazado, redimensionando la identidad hacia un polo territorial o cívico o, si se prefiere, de identificación más o menos voluntaria a la que no es ajena la socialización o la forma de vida vía contagio o asi-

milación. En cierta medida, esta percepción de la identidad ubica a estas visiones a un paso por detrás del modelo postnacional que formula Soysal (1994).

«[E]so de que la identidad tenga una sustancia biológica que de alguna manera nos predetermine, pues no, creo que vivimos en una sociedad en la que cada vez más todos somos muy internacionales, hemos viajado mucho, nos sentimos muy a gusto en Nueva York o en París o donde sea, y esos resquicios identitarios no me parecen...» (EI 01: 3).

«Desde el punto de vista de acogida no hay como pasa en el País Vasco que hay una mayor cierta reticencia a los [no] nacidos y a los que vienen de fuera. En Andalucía no. En Andalucía hay un cierto acogimiento por parte de los que vienen, de todo el que viene a Andalucía, en ese sentido es un pueblo muy abierto y por lo tanto no es una cuestión de nacimiento es una cuestión más bien de adscripción desde el punto de vista voluntario de decir del estar a gusto con la gente, del trato con la gente» (EI 09).

«De hecho consideraríamos andaluz sin saber si ha nacido aquí a personas que se sienten como tal. Yo creo que consideramos andaluz al que se siente así. Normalmente ¿quién se siente así? Pues las personas que bien ha nacido aquí o ya se ha hecho a Andalucía y se sienta andaluz. Puede haber una persona que lleva 9 ó 10 años aquí, desde la infancia, y sin embargo no se sienta andaluz o al revés» (EI 07: 6)

«El andaluz nace en Andalucía territorialmente hablando pero puede nacer en cualquier otra parte. (...) El *ius solis*¹ digamos no tiene ninguna relevancia desde el punto de vista de político, que es lo que yo creo que tiene importancia en este fenómeno ¿no? No tiene ninguna, por tanto, andaluz es el que vive y trabaja en Andalucía» (EI 14: 1).

Al mismo tiempo que se entiende que el nacimiento no es relevante en términos identitarios pero sí lo es la socialización y la elección, se percibe también que no es importante como vector de la identidad en la medida en que se percibe la andaluza como una identidad abierta, con pocas restricciones de entrada y también como el resultado de la elección de la persona. Esta tensión entre el nacimiento y la elección es habitual entre los discursos esencialistas (primarios) e intelectualizados-modernizados.

1 Creemos que se refiere al *ius sanguinis*.

Así, existe una dimensión cívica de la identidad que se basa, por un lado, en los derechos de ciudadanía que se adquieren al vivir en una polis, pero por otro lado se basa en la elección del individuo que decide integrarse en o identificarse (o termina integrándose o identificándose) con la cultura andaluza. De esta manera, la identidad adquiere una dimensión doble: el nacimiento puede ser relevante para algunas personas pero también la elección o los derechos cívicos. Entre nuestros entrevistados, andaluz es quien nace y quien se hace, es una construcción sujeta a los vaivenes de la vida colectiva. Como dijo uno de ellos: «es andaluz el que puede votar en las elecciones al parlamento andaluz» (EI 01: 7).

«Vivir y trabajar aquí, es decir, tener estatus de ciudadano. El estatus de ciudadano, según el Estatuto que se reformó en 2007, simple y llanamente se refiere a eso, a una situación de estabilidad, de estar empadronado, tienes tu trabajo, aunque claro en esta situación de crisis es un sarcasmo hablar de esto, (...) pero en principio, todo aquel que desarrolla su trabajo y vive aquí debe tener derechos políticos, (...) si tiene derechos políticos evidentemente es andaluz» (EI 14: 5).

«Que quiera serlo, que quiera serlo. Solamente querer serlo, querer serlo. Porque vivir aquí, técnicamente y políticamente, viviendo en Andalucía se es andaluz. Trabajando en Andalucía se es andaluz, naciendo en Andalucía aunque no trabajes también eres andaluz. Yo creo que hay muchas maneras de ser andaluz» (EI 04: 14).

«Yo soy andaluz porque me da la gana y siento que soy andaluz, porque me siento partícipe, porque me gusta la gente y porque me siento igual que la gente que tengo alrededor aquí. Entonces es una cuestión primero de sentimiento, segundo de decisión, tercero me siento identificado con la gente, me considero igual a esa gente. (...) Entonces me siento identificado igual a la gente que hay. Y después me siento con una especie de compromiso de que esto es un proyecto, esto quizás sea ideológico, pero bueno en parte yo soy andaluz apoyado en una cuestión ideológica también. Entendiendo por ideológica, no ideología política sino ideología, conjunto de ideas. Yo me siento identificado con la tierra y siento que tengo algo que hacer que tiene ver con una colectividad y entonces..., trato de que eso que yo tengo que hacer encaje en un proyecto de mejora de un grupo» (EI 04: 4).

En términos históricos, se destaca una explicación que ha conducido a esta dimensión cívica de la identidad andaluza: el paso de una sociedad de emigración a una de in-

migración ha resultado en una incorporación de personas de otras culturas, con otros valores, que ha afectado la posible coherencia étnica de Andalucía y que ha conducido a percibir que la identidad colectiva no puede estar ya anclada en factores culturales sino a un territorio cuyos habitantes tienen derechos civiles y políticos. Esta transformación está en la base de la dimensión fluida de la identidad, algo que se construye y también cambia con el tiempo.

«Era una comunidad cultural claramente definida pero yo creo que es ahora un territorio. Fíjate una cosa de Andalucía durante muchísimo tiempo, bueno muchísimo tiempo, desde comienzos del siglo XIX hasta los años ochenta o mediados de los noventa para ser más precisos, fue una comunidad de emigración. Por tanto, la coherencia étnica, para entendernos, era bastante fuerte. Entonces era más que un territorio. Pero en los últimos quince o veinte años eso se ha invertido, es decir, esta comunidad como cualquier otra del Estado ha empezado a recibir emigración muy fuerte y, por tanto, la alteridad está dentro, los otros están dentro y consecuentemente ahora tiene que ser un territorio, no puede ser una comunidad cultural sólo sino que tiene que ser un territorio. Por eso te decía antes que quien vive y quien trabaja aquí es andaluz. Y consecuentemente hay que tener el respeto correspondiente por su identidad propia» (EI 14: 2).

Más que el nacimiento, para algunos entrevistados lo que es importante para la identidad andaluza es la socialización en una cultura, aunque para otros, lo relevante es la dimensión cívica o electiva. Visto así, la identidad andaluza, parece ser percibida como el resultado de una construcción, por un lado, y, por otro, como un elemento dado por el hecho de pertenencia a una polis. Esta dualidad no parece generar tensiones habida cuenta de que se resalta una dimensión electiva reforzada por el hecho percibido de la inclusión o, si se prefiere, apertura de la identidad.

5.4. Habla

Algunas identidades colectivas se nuclean alrededor de la lengua (Tejerina, 1992: 53; López Aranguren, 1995: 67; Moya, 1984: 20) porque se ha transmitido con éxito que esa lengua es la originaria (o propia) de la comunidad cuyo futuro depende de su mantenimiento como pilar fundamental. En el siglo XIX, las lenguas desempeñaron un papel crucial en la creación de naciones y estados. Sin embargo, otras identidades colectivas (probablemente de naturaleza diferente a las anteriores) se articulan sin

prestar demasiada atención a la lengua (Weber, 1978: 922; Hobsbawm, 1990: 59-63; Anderson, 1983: 74; Linz, 1975: 370; Ninyoles, 1971: 153 y ss.; Coller, 2000, 2006), posiblemente porque no se percibe que esté amenazada (caso de los Estados Unidos o España), porque esté respaldada por estructuras de estado con legitimidad internacional o porque sea hegemónica en un territorio.

En el caso de Andalucía nos encontramos con una comunidad que habla una de las lenguas más internacionales, no amenazada y respaldada por un estado, lo que le resta fuerza para vehicular la identidad. Sin embargo, las personas entrevistadas resaltan un aspecto aglutinador y distintivo. Por un lado, el habla, el acento, y, por otro, en menor medida, su uso. Adicionalmente, se observa que este uso está socialmente marcado, lo que origina un estereotipo negativo.

Uno de los elementos distintivos de la identidad andaluza, uno de los marcadores más salientes que perciben los entrevistados, es el habla, la forma de hablar. No hay una lengua diferente que aglutina a la población en su uso y la diferencia de otras, sino una manera de expresarse con unos acentos variados pero distintos de las poblaciones de otros territorios que permite realizar una identificación clara. Esta forma de expresión es percibida de una manera doble. Por un lado, se reconoce su diversidad territorial, pero por otro lado se reconoce su valor diferenciador respecto de formas de habla de otros territorios. En cualquier caso, es percibida casi siempre como un elemento nuclear de la identidad andaluza.

«El habla, la forma de hablar (...) yo creo que esa es la más definida, (...) yo creo que la forma de hablar, la forma de hablar es lo que más nos diferencia con respecto a extremeños, gallegos o madrileños o castellanos» (EI 09).

«[E]l habla, la forma de hablar aunque diferenciada, sí se diferencia con el resto de España, Castilla, Cataluña, Valencia, el País Vasco, yo creo que esa es la más definida» (EI 10).

«La lengua, el sentirse que se habla de una manera diferente a como se habla en el resto del país. No hay una lengua que se entienda como una lengua propia, pero el andaluz es consciente que habla de una manera diferente, el andaluz culto y el menos culto. Eso es un rasgo identitario objetivo (...)» (EI 07: 5).

«(H)ablar andaluz es un elemento importante en la identificación, incluso porque se pega. Efectivamente es un elemento que permite la identifica-

ción. Insisto si por eso entendemos que no nos produce efectos políticos, sino específicamente culturales. Y si es un elemento en el que se percibe la discriminación, creo que cada vez menos. El que Felipe González llegase al Gobierno en 1982 y estuviese tanto tiempo, lo que hizo fue socializar la idea o asociar la idea de que el gobierno, un gobierno más o menos eficaz, no estaba identificado con un acento, o dicho más crudamente, que no tenía por qué hablar el castellano de Valladolid, sino que podía hablar un castellano andaluz. Acabó dignificando el concepto» (EI 14: 7).

No obstante, el acento o el habla no siempre es percibido como un elemento identitario. O, como indicaba uno de nuestros entrevistados: el acento, la manera de hablar, es identificativa, pero no puede ser excluyente porque el «no acento» no significa «no andaluz». Así pues, al igual que con el nacimiento, se observa también un vector (el habla) que es complementado por su contrario para generar una identidad inclusiva.

«Hablar andaluz es como todos los acentos, el resultado de que se habla de una cierta manera, o sea el acento es indisociable de la lengua, la lengua en cada sitio se habla de una forma y creo que eso no tiene nada que ver con la identidad andaluza ni mucho menos» (EI 01: 8).

«Distintiva lo es, puesto que el acento y la forma de hablar de Andalucía es característica, por cierto con ocho mil matices, de la forma de ser y de expresarse de Andalucía, lo es. Pero vuelvo a lo mismo, los que no tenemos acento también. Y otra cosa, que no se le ocurra a nadie decir que lo andaluz es esto. Porque los de “Lusena” que hablan absolutamente diferente a los de “Los Palacios de Zevilla”, que es mi pueblo, hablan con la zeta, son acentos... (...) Es obvio que es un elemento de diferenciación, pero ni es unificado, ni hay normas de unificación, ni nadie puede abanderar. Conclusión, sí, es una forma de hablar pero también el no acento. (...) yo he llegado a ver hasta anuncios hechos en los medios de comunicación por gente que no son andaluces haciendo como que son andaluces y hasta campañas electorales. Esos locutores que salen diciendo... Dios mío que horror, ¿para qué?, ¿para caerme bien? Tú me vas a caer mejor porque estás haciendo... habla sin acento y déjate de leches. Que todo el mundo sabe que aunque yo pronuncie la ese yo soy andaluz. La gente se fijará en lo que digo y no en como lo digo, que cojones. ¿Por qué va a tener más valor como andaluz alguien que dice “illoooo”, que alguien que dice otra cosa? Pero no se puede negar que es un elemento distintivo, claro que sí, y bien está que sea, anda la hostia, pues claro. Yo no estoy dispuesto a que se quite el acento de Andalucía, para nada, para nada» (EI 04: 17-18).

Como parte sustancial (pero no excluyente) de la identidad andaluza, la forma de hablar ha sido motivo de controversias y ha entrado en el estereotipo de manera tal que a nuestros entrevistados se les pidió una reflexión acerca de si percibían desprecio por hablar de una manera determinada, con alguna variedad del acento andaluz. A la vez que se preocupan por combatir los estereotipos negativos sobre el carácter andaluz, a menudo los intelectuales se muestran propensos a defender la manera de hablar de los andaluces. Perciben que el habla de los habitantes de la región es tratada demasiadas veces con cierto desprecio entre el resto de los españoles, y responden con un discurso de agravio. La queja por el «menosprecio» hacia la forma de hablar de los andaluces, especialmente por la asociación entre el deje andaluz y «falta de cultura» y/o supuesta «degradación fonética», abunda entre los intelectuales. En palabras de algunos de ellos:

«Tanto como despreciar hoy, yo no diría tanto aunque todavía hay casos pero sí que hay un cierto, una actitud de (piensa) yo diría de superioridad, diríamos, frente a la utilización del andaluz o por lo menos de minusvaloración o de trivialización de la persona, de su capacidad, de su inteligencia, de su conocimiento si habla de una manera u otra, digamos, eso tanto desde fuera hacia dentro como desde dentro hacia fuera» (EI 11: 13).

«A veces sí se les desprecia, a veces sí, hay personas que tienen un acento muy cerrado y pueden causar un poquito de grima, pero también durante muchísimos años se han presentado a los españoles la imagen del andaluz en muchas series de televisión, programas, películas, como el chistoso, el gracioso, entre comillas, oficial, eso muchas veces me revienta, en fin que un criado, una mayordoma, una criada tienen que ser andaluces por fuerza en las series de televisión o en las películas, no pueden ser de La Rioja, ni de Pontevedra, ni de..., andaluz y hablar gracioso, Entonces ese es uno de los elementos que generan muchas veces cabreo entre los andaluces porque son tapones que se crean al conocimiento de que no somos así, hay personas que son así, pero poquitas, es como los personajes que sacan los Morancos, Omaña y la Chari, hay gente así. Pero no todo el mundo es así. No, eso es una minoría evidentemente, pero hay gente así» (EI 03: 7-8).

«[M]uchas veces se ha considerado que quien habla andaluz en realidad lo que hace es un castellano degradado gramaticalmente, fonéticamente...» (EI-10, p. 5).

«El tópico que se asienta hace muchos años, expresa o viene a significar un andaluz con un determinado acento, gracioso, en puestos de escasa responsabilidad, con actividades todas relacionadas con el cara al público, el portero, el camarero, la chacha...» (EI 04, p. 18).

«No solamente se desprecia, sino que una gran parte de los andaluces tienen complejo de hablar mal» (EI 07, p. 7).

«Sí que hay un[a] ciert[a]... actitud... de superioridad, diríamos, frente a la utilización del andaluz o por lo menos de minusvaloración o de trivialización de la persona, de su capacidad, de su inteligencia, de su conocimiento si habla de una manera u otra, digamos, eso tanto desde fuera hacia dentro como desde dentro hacia fuera...» (EI-11, pp. 13-14).

«[I]ncluso entre nosotros mismos cuando hablas con personas del interior que tienen un acento más cerrado y que no lo entiendes bien, pues dices: “hay que ver el cateto este que no se le entiende” es una especie de forma de expresión despreciativa ante personas, diríamos, de ámbito rural sobre todo que hablan de una forma...» (EI 09, pp. 9-10).

Algunos de nuestros entrevistados van más allá de la simple queja por el desprecio hacia el habla andaluz y registran una clara conciencia de orgullo por su particularidad lingüística. Representativo de esta tendencia es la siguiente afirmación:

«El habla con todas sus derivaciones de los jienenses, de los gaditanos o los cordobeses pero, ojo importante, no la pronunciación sino la riqueza léxica de los andaluces. Gonzalo Torrente Ballester, que era castellano, comentó muchas veces, era un experto de la lengua española, que donde mejor se hablaba español era en Andalucía porque siempre se asocia a Valladolid por el acento pero lo importante del lenguaje no es el acento, sino la capacidad de construir, frases, oraciones, imágenes, símbolos, metáforas, circunloquios, lo que sea, en fin, o frases o sentencias y los andaluces tienen una especial capacidad para crear desde el lenguaje...» (EI 03, p. 7).

En la misma línea de reivindicación y de orgullo, hasta aparece cierta llamada a la lealtad lingüística, que se vislumbra en críticas hacia los andaluces que «pierden» su acento, tales como: «No hay nada más ridículo que el andaluz intentando hablar madrileño en Madrid...» (EI 20, p.6). El empeño de «normalizar» la apreciación del habla

se extiende también a cierto esfuerzo de distinguir entre una forma «más culta» de hablar el andaluz y otra «rural» y «no culta»:

«[S]i en un acento se traslucen componentes digamos rurales o de alguna forma digámoslo así, no cultas, evidentemente eso produce un rechazo pero vamos eso no es problema del andaluz, el andaluz como el castellano, tiene formas que casi giran en torno al barrio de salamanca de Madrid que se consideran las formas más cultas de hablar el castellano y el acento andaluz también se puede hablar de una manera culta, es decir, uno oye a un intelectual sevillano o malagueño o granadino y eso no produce, no genera ningún rechazo si oye hablar, con todos los respetos, a gente de otra abstracción cultural pues sí puede producir rechazo pero lo puede producir aquí y en todas partes» (EI 01, p. 8).

Se trata de un elemento percibido como vehículo identitario pero con matices. Por un lado, distingue de otras comunidades culturales, pero por otro lado presenta una heterogeneidad elevada debido a la diversidad territorial de acentos. Algún entrevistado matizó el factor «accento» para recuperar la idea del *uso* del castellano como elemento cualitativamente diferenciador. Esta vía contrasta con la percepción de algunos entrevistados sobre el estereotipo negativo del habla, lo que generará, como se verá más adelante, una cierta necesidad de atacar la percepción negativa del andaluz o andaluza.

5.5. Tradiciones

Uno de los elementos más habituales que se configura como vector de la identidad son las manifestaciones culturales populares ya que aportan visibilidad y distinción; es decir, se convierten en lo que White (1992) identificaba como «repertorios culturales» que tienen un significado para los miembros de una comunidad y, por tanto, actúan como símbolos y /o dominios de identidad. En la medida en que se presentan como distintivas de un territorio, de unas tradiciones presentadas como históricas y genuinas, además de populares, se pueden presentar como dominios de la identidad colectiva.

Para que tengan éxito, estos fenómenos deben ser percibidos como distintivos y diferenciadores, además de genuinamente populares. De otra manera, los activistas culturales de la fase A y B del modelo de Hroch no pueden construir su llamada al pueblo para que se dé cuenta de su «verdadera identidad». El problema de la «distintividad» aparece cuando estas manifestaciones son comunes a otros territorios o poblaciones y

pierden capacidad estructuradora en términos culturales. El segundo problema es que se conoce poco el proceso histórico que conduce a que unas manifestaciones culturales y no otras se conviertan en dominios identitarios. Anderson (1983) resalta el factor procesual y constructivista y Hobsbawn (1983) el elemento de «invención». Ambos no son ajenos a la acción social de emprendedores políticos y asociaciones culturales que avanzan una cierta noción de la identidad. Conviene resaltar el fenómeno de una cierta encapsulación inversa: algo que es peculiar de un territorio se presenta como pilar identitario de una cultura más amplia (la española) a modo de sinécdoque social.

Así lo expresaba uno de nuestros entrevistados: Andalucía tiene tal potencia desde el punto de vista cultural, es tan fuerte su identidad que incluso ha impregnado desgraciadamente al del Estado. El Estado, cuándo tú sales fuera, el Estado-nación de España tiene desgraciadamente una parte muy importante de rango de la identidad propia de Andalucía (...) (EI 14: 2). A su vez, según otro intelectual entrevistado, el «abuso» en cuanto a la promoción deliberada de esta imagen por la industria de turismo ha llevado a una situación en que el tópico de lo andaluz se haya convertido fuera de España en el tópico de lo español: «[H]ay españoles que sienten que hay un peso excesivo entre comillas, de lo andaluz de la imagen que se da de España por el abuso que se ha hecho de ella» (EI 03, p. 12).

Los referentes básicos de manifestaciones culturales que pueden formar parte de la identidad colectiva de Andalucía como los toros, las ferias, la Semana Santa, las romerías o manifestaciones culturales populares, son percibidas como fenómenos no muy distintos de los que tienen lugar en el resto de España y, en algunos casos, sincréticos con la identidad española. Los toros, por ejemplo, son percibidos como algo típico de España y, por tanto, no son entendidos como elementos peculiares y exclusivos que puedan servir de plataforma para la articulación de una identidad. Uno de los entrevistados lo manifestaba de esta manera: «Los toros son una fiesta, la llamada fiesta nacional, que no es estrictamente andaluza. En Salamanca, en Madrid, en Bilbao, en Pamplona, en Valencia, (...) en fin está la Maestranza de Sevilla, pero está también la plaza de toros de Madrid de las Ventas que es también muy importante, las plazas del País Vasco concretamente son muy importantes en materia taurina (...)» (EI 02).

Pero hay otras manifestaciones de cultura popular que sí se perciben como vectores identitarios en la medida en que son capaces de cohesionar a la población cumpliendo con una función social. Estos fenómenos culturales son percibidos como una base material para el reconocimiento identitario en la medida en que vertebran y articulan a la población, aunque, como veremos más adelante, su diversidad y localismo debilita las bases de la construcción de una identidad colectiva. Existe un doble matiz relevante

que para algunos entrevistados explica la construcción de este vector de manifestaciones culturales. Por un lado, las fiestas populares tienen una dimensión asociativa relevante que ayuda a cohesionar a la población. Por otro lado, la propia naturaleza de estas tradiciones fomenta la vida social, estrecha lazos entre ciudadanos y vertebrando a la población. En un análisis durkheimiano estas manifestaciones culturales tienen la función social de la integración y se ubican en la base de la creación de identidad.

«Son fiestas populares que integran, que vertebran, que crean lazos. Yo no creo que el hecho de que sean unas u otras tenga una especial función. Supongo que los *castells* tienen la misma función que aquí otra cosa, crean esa tradición, vertebran, unen a la gente. Yo no creo que tenga un especial significado. Las romerías en otros sitios hay otras cosas que se llaman de otra manera, pero al final tienen la misma liturgia. Y si no son los toros son otras cosas. Quizás a lo mejor las cosas de carácter religioso pueden haber tenido aquí una mayor transcendencia, pero en otros sitios habrán tenido otros parecidos» (EI 07: 7).

«Algunos de esos elementos que podemos llamar de movilización cultural, en el sentido de movilización de la cultura nacional, son elementos de cohesión, no cabe la menor duda. Pero tienen significación diferente ya. El tema de las romerías y de las ferias y todo ese tipo sigue siendo aún un elemento central porque se ha redefinido o se ha adaptado a los tiempos. Sin embargo, hay otros como los referentes rurales que están perdiendo capacidad de identificación (...) hay elementos que sí que siguen funcionando pero, vamos, el elemento para explicar esto más claramente es la distinción o, mejor dicho, la pérdida de capacidad identificadora de comunicación nacionalitaria de determinados marcadores rurales y su sustitución por otros de carácter urbano» (EI 14: 6).

«La Semana Santa, pues ha tenido una connotación más folclórica si queremos, que en otras partes de España y por lo tanto todo lo que son las Hermandades, la Semana Santa y la tradición, digamos, de muchos años que pasan de padres a hijos etcétera, etcétera, ha tenido un cierto arraigo religioso, connotaciones en muchos casos folclórico y de costumbres y de ritos más que de propia vocación religiosa, desde el punto de vista espiritual me refiero, y por lo tanto es un elemento arraigado, un elemento más de las señas de identidad de ese reino de Taifas que estamos hablando de cada una de las provincias andaluzas y ha funcionado bastante bien y que bueno se ha transformado también en un referente turístico cultu-

ral a nivel internacional que sigue trayendo mucha gente de fuera, tanto extranjeros como nacionales y por lo tanto se ha consolidado como algo importante dentro del ámbito andaluz, un referente más de la cultura andaluza» (EI 09).

«Si hablamos de cultura desde el punto de vista cultural no antropológico o etnológico o de las costumbres si se refiere a cultura desde el punto de vista de lo que es, literatura, patrimonio, pensamiento, arte, unen más las tradiciones, las fiestas y modo de hacer las fiestas, las ferias, la Semana Santa, la vida en la calle todo el año, ese concepto lúdico que existe de tiempo libre, eso une más» (EI 03: 4).

«Hay elementos muy claros que por una parte dotan a la fiesta de Andalucía de una especial trascendencia desde todo punto de vista: económico, social, político, asociativo, es decir, el asociacionismo en Andalucía (...) el fenómeno del asociacionismo vinculado a la fiesta es tremendo, es decir, desde las hermandades, las cofradías, las agrupaciones de carnaval, las peñas rocieras, es decir hay un tejido social asociativo tremendo que articula, se puede entender o se puede considerar mejor, peor, más adecuado, menos adecuado, en cualquier caso articula de una manera que si no existiera la fiesta pues sería un elemento mucho menos o sería un déficit importante» (EI 11: 11).

«¿Qué elementos componen la identidad andaluza? Yo creo que todos los elementos de la sociedad barroca serían buenos, representativos, por ejemplo la cantidad de hermandades, cofradías que de alguna manera dan sentido a esto, algunos valores, la cultura popular. Yo creo que todos los elementos populares fundamentalmente son, y de *mass media*, toda la cultura popular andaluza se externaliza mucho a través de los medios. Sí que creo que sí, son elementos que podrían permitir hablar de una identidad andaluza. (...) Pero sí podríamos hablar de que hay identidad andaluza en la medida que hay unos polos de atracción que de alguna manera hacen que la gente en Andalucía miren en esa dirección, como las hermandades o las cofradías o la cultura popular, mezclada con los *mass media*, (...). Por ahí yo diría que sí, que hay una identidad andaluza, no sé si sumamente fuerte, pero sí» (EI 08: 6).

Sería un error asimilar la identidad andaluza a este vector de las tradiciones, especialmente en su dimensión religiosa. Al igual que se comentó con el vector del habla,

aquí es también importante hacer referencia al matiz discursivo que abre la identidad. Las tradiciones populares son vehículos importantes de reconocimiento, cohesión e identificación, pero para alguno de nuestros entrevistados no son únicos. Pueden ser percibidos como vectores relevantes, pero no excluyentes. Así, de nuevo, se percibe ese matiz que hace de la identidad percibida de Andalucía un constructo abierto.

«En Andalucía hay esas manifestaciones, pero Andalucía no es sólo esas manifestaciones. Yo tengo amigos que detestan que se identifique Andalucía con el Rocío nada más o la Semana Santa. Porque no son cristianos, ni católicos, ni rocieros, ni nada de eso. Yo pertenezco a una cofradía, te he dicho que soy cristiano, yo pertenezco a una cofradía. He salido mucho. Últimamente no voy a la cofradía, no voy al Rocío, no voy a los Carnavales de Cádiz, si voy a no sé qué. Quiero decir que..., esas manifestaciones son productos del acervo cultural y de las manifestaciones identitarias de nuestra tierra. Pero nuestra tierra no es solo eso. Los andaluces, hay muchos andaluces, que denostando que eso sea la bandera identitaria o folclórica de nuestra tierra, que muchas veces se convierte en un paradigma negativo o un cliché o un tópico, hay mucha gente que es andaluz por la tierra, por la cultura, por el sentimiento, por la identidad y por el proyecto digamos político de grupo de conjunto, pero que no se identifican con esos códigos» (EI 04: 14).

Muchas de estas tradiciones y fiestas populares tienen una naturaleza religiosa, lo que permite hacer un silogismo fácil que asimila la identidad andaluza al fenómeno religioso. Así, pues, la religión puede parecer un vector de la identidad y una mirada superficial así podría parecerlo. Pero en nuestros entrevistados aparece otro fenómeno subyacente: el hedonismo que recorre estas manifestaciones y que es percibido como un vector vehiculador de la identidad colectiva. Se trata de un fenómeno que sí es percibido como característico de la vida en Andalucía. Es decir, la religiosidad tiene un papel relevante en la identidad, pero hay que hacer dos matizaciones. En primer lugar, se trata de una religiosidad que tiene una dimensión antropomórfica rayana en el paganismo. En segundo lugar, se trata también de un epifenómeno por el que discurre paralelamente algo que también es percibido por algunos de nuestros entrevistados como un marcador identitario: la forma de vivir que, recordemos, era explicado como un producto de la combinación de factores medioambientales y la cultura.

«Yo creo que la religión es un hecho cultural, por lo tanto en la forma esta que habitualmente se le da a la identidad andaluza parece jugar un papel determinante pero eso es algo que el tiempo cambia y modula, es decir,

como a otro nivel, que España o Europa se ha pretendido fundamentalmente cristiana» (EI 01: 7).

«El contenido de denominación religiosa yo creo que pervive en gran parte. Y luego porque ha estado la Iglesia, más la Iglesia que la religión, ha estado presente en todas las esquinas. En los pueblos, en la vida cotidiano, en el trabajo de la gente. Es una presencia muy constante, permanente, e influye en la identidad como en todo. Porque ha sido una presencia especialmente permanente» (EI 07: 7).

«[La religión tiene] un papel muy importante, muy importante porque como ya le decía antes, el andaluz tiene capacidad para lo efímero para construir lo efímero y desarrollar castillos en el aire, las fiestas son algo efímero por naturaleza, entonces, el andaluz vuelca mucha energía e interés en eso porque forma parte de sus raíces hedonistas que arrancan desde Roma, desde Grecia, los Fenicios, los Cartagineses, es decir, las Semanas Santas andaluzas, son Semanas Santas sensuales, hedonistas, cuando más se liga en Sevilla, en Semana Santa, es en primavera es en Semana Santa, donde más se liga, donde los jóvenes descubren el amor, la pasión, ¿por qué? Porque viven en la calle aunque estén rodeados de capirotes, entonces (...) tiene las dos vertientes, para algunas personas es sobre todo religiosa y para otras es sobre todo folclórica y para otro sobre todo cultural. Ojo, no son solo dos matices, dos vertientes, hay muchos más, es muy poliédrica» (EI 03: 7).

«Hay algunos marcadores profundos que se han identificado desde hace ya un tiempo, que tienen que ver con determinadas maneras de estar, de pensar, de situarse, de percibir la realidad y el marco diríamos en el que se desenvuelve el conjunto de las relaciones sociales que tiene que ver, por ejemplo, con un fuerte antropocentrismo que la tendencia a personificar e incluso las entidades más abstractas en individuos concretos con características propias a las que, con las que se establece un diálogo diríamos personalizado, en el tratamiento de las imágenes sagradas por ejemplo, a nadie, muy poca gente funciona con el esquema Dios, La Virgen, Cristo, sino que funciona con el esquema, Virgen del Rocío, Macarena, Gran Poder, con el que se establece (y no vale cualquiera, es ese) una relación personalizada a nivel de lo sagrado (...)» (EI 11: 6).

«La religión aquí es una cosa tan pagana (...) si lo comparamos con Salamanca, por ejemplo, tan austera. Aquí la religiosidad es muy de consumo,

tengo la sensación de que la religión depende de cómo la enfoquemos. Si la vemos en clave, como decía Lutero, hay muchos católicos porque todos están bautizados. Efectivamente es así. La religiosidad aquí es una religiosidad cargada de elementos idolátricos con elementos paganos muy claros. Por ejemplo, yo he visto a alguien que hace..., un pregonero de Semana Santa que citaba que la Virgen iba al Rocío y cosas de esas. Era muy simpático porque decía que si hubiera podido habría parido a Jesucristo aquí. Es una religiosidad muy fácil de asimilar o consumir. Una religiosidad que no plantea grandes (dilemas) éticos o morales. (...), está basada en un arraigo tradicional fuerte y mezclada con la fiesta popular, entonces tiene una importancia en ese sentido» (EI 08: 9).

«La religión como práctica social es también un elemento de cohesión, desde la Semana Santa hasta las romerías o las patronas o tal, cualquiera que venga de fuera pensará que aquí hay un grado de cumplimiento religioso altísimo. Sin embargo, uno se asombra cuando los cánones que establece la iglesia católica para entender si alguien es practicante o no es practicante, el grado más bajo de práctica se produce en Andalucía, lo cual es un poco contradictorio. Pero es una forma de entender la religión, sí que es un elemento de cohesión, pero vamos no tanto en cuanto a creencia o a dogma o a definiciones religiosas sino en cuanto a práctica, práctica y tradición. Yo creo que quizás fuese más exacto hablar de tradición ¿no?» (EI 14: 6).

Al igual que ocurrió en otras ocasiones, hay que tener en cuenta los matices. El fenómeno religioso es relevante, pero también lo es la dimensión hedonista del fenómeno religioso en Andalucía cuando está asociada a fiestas populares tradicionales. Sin embargo, en algunas ocasiones aparece el matiz necesario que, aun reconociendo que el fenómeno religioso es relevante, indica que no es el único vector identitario.

«Hay en el tópico y en la imagen externa de Andalucía y sus manifestaciones culturales e identitarias hay un peso muy grande del fenómeno religioso. Porque está ligado a la diversión. Como te metas dentro notarás que cristianos, cristianos pare rezar en El Rocío hay... ¿cuántos, miles? Unos cuantos de miles, pero los demás van, a ser posible, a extralimitarse en el placer (...) yo creo que hay que asumir sin mayor historia que eso forma parte de nuestra (idiosincrasia), de los elementos culturales de Andalucía. Ahora, una cosa es eso y otra cosa es que usted me vaya a coger la bandera de eso y decir esto es Andalucía, no, eso es Andalucía, no. Andalucía también es mi niña, que estudia inglés, que ha ido a veinte mil sitios

del mundo y la estoy preparando para que sea una ciudadana cojonuda en el mundo y para que vaya diciendo por ahí que es andaluza. Y que es una tía listísima y es andaluza. Y andaluz es (...) el Parque Tecnológico de Málaga y andaluz es el Parque de la Salud de Granada y el Centro del Rocío donde (se está) investigando sobre lo que esté investigando, vamos a dejarnos de leches. Tan andaluz es esa gente como los demás. Lo que pasa es que..., ahí nos queda mucho trabajo (...). Porque después hay otra cosa que tiene que ver con nuestro carácter y que es el regodeo, nosotros dedicamos mucho tiempo a regodearnos» (EI 04: 15-16).

Lo sagrado, vinculado a ciertas tradiciones culturales, y lo profano, vinculado a la vida asociativa y social alrededor de estas mismas tradiciones, se perciben como las dos caras de una misma moneda que vehiculan la identidad percibida de Andalucía. Se trata de un fenómeno que caracteriza y que, al mismo tiempo, es percibido como algo que tiene una función social cohesionadora más allá de la heterogeneidad de estas manifestaciones. Los intelectuales entrevistados perciben la relevancia de algunas tradiciones en la construcción de la identidad colectiva de Andalucía como un fenómeno vehiculador.

5.6. El legado de Al Andalus

Una de las características más frecuentemente mencionadas en las entrevistas ha sido la naturaleza de «acumulación de sustratos» de la identidad andaluza que percibían los entrevistados. Probablemente, el sustrato más relevante (por diferente y por la referencia de Blas Infante) sea el legado andalusí. Uno de los entrevistados lo expreso de esta manera: «Desde el momento que nuestra tierra es imposible concebirla sin la Giralda y sin la Alhambra, porque es totalmente imposible que Andalucía... (...). Hasta qué punto yo creo que una de las grandes vetas de alimento histórico, porque identidad es historia, viene del pasado andalusí sin duda ninguna. Y si tú buscas herencia encontraras veinte mil cosas, en muchas cosas de la cultura, en cocina, en el modo de vivir, en el hábitat, sobre todo en el hábitat, y en las cuestiones monumentales» (EI 04: 19). Y aún otro de esta manera: «el pasado andalusí en Andalucía deja una huella y deja unas identidades, unos rasgos culturales patrimoniales y tal, diferentes del País Vasco que nunca estuvieron los árabes o ha pasado en Galicia que también estuvieron pero muy poquito» (EI 02).

La herencia andalusí es un sedimento histórico que, interpretado en clave actual, se puede convertir en elemento diferenciador pero que no es percibido como tal más allá de, como decía un entrevistado, los elementos estéticos, la arquitectura, cierta gastronomía y el reco-

nocimiento de un pasado que no marca el presente. El legado de Al Andalus está presente (sería absurdo negar las evidencias) pero no es percibido como un vector, sino como uno de los estratos culturales que han influido en el desarrollo de la sociedad andaluza.

«Hombre, en el sentido en que la historia toda influye, pero no el pasado andalusí, el pasado romano, los años del renacimiento, la reconquista et-cétera, todo eso está presente es un legado histórico que se va decantando en la realidad que hay hoy en día. Entonces, lo que yo nunca diría es que el pasado andalusí es el determinante de esa forma, es un factor más que ha influido en esta tierra que ha tenido una presencia de más de dos mil años y que bueno pues todo eso ha dejado un poso» (EI 01: 8).

«Es que fueron siete siglos de dominación árabe, marcó muchísimo desde la geografía, desde la arquitectura, el urbanismo, marcó muchísimo, incluso la gastronomía la ha marcado muchísimo. Ahora bien, entiendo que no nos sintamos árabes ni musulmanes pero ha marcado muchísimo. Pero como también marcaron otras civilizaciones como los americanos y marcaron también los romanos y los fenicios... nuestro carácter comercial nos (lo) dieron los fenicios, nuestro carácter universal nos (lo) dieron los romanos....Creo que ha habido una importante influencia de todas estas civilizaciones pero me hablas fundamentalmente de la más reciente y que estuvo siete siglos aquí» (EI 13: 6).

«Yo diría que quizá no de la misma manera como el pasado bético-romano, el pasado turdetano-tartésio, pero es un elemento importante, o el pasado castellano, es un elemento importante en la conformación de lo específicamente andaluz, no cabe duda de que lo andalusí es uno de los elementos que marcan la diferencia que fundido con lo bético-romano, con lo castellano, con lo leones, con lo cántabro, con lo africano pues es lo que produce Andalucía y que podríamos decir en un sentido positivo pero también en un sentido negativo (...) No cabe duda que la fase, el periodo la vigencia de una sociedad y una cultura como la que constituyó al-Ándalus el periodo Andalusí, ha tenido y tiene una parte muy importante en lo específico que tiene la cultura andaluza actual, no sería lo mismo la Andalucía que conocemos hoy ni siquiera su nombre, es evidente, si esa aportación fundamental» (EI 11: 14).

«Bueno, es uno de los principales sedimentos, de las principales raíces, pero yo creo que hoy en día influye más desde el punto de vista estético

que conceptualmente, el tema de lo arábigo-andaluz influye más como elemento estético no los contenidos ligados al mundo de la cultura islámica, no» (EI 03: 8).

«No creo yo que sea un referente identitario de Andalucía con respecto a la Andalucía musulmana del 1811, no yo creo que no, yo creo que es más bien un mito que podría ser extensible a toda España, sí, sí, porque ellos estuvieron aquí ocho siglos y efectivamente estuvieron mucho tiempo, [fue] un cruce muy importante de culturas pero (...) no le veo yo un referente claro actualmente, desde el punto de vista cultural o desde el punto de vista de identidad, tenemos todos los referentes culturales que quieras y ahí están los hemos asimilado, sabemos de dónde vienen, los hemos hecho nuestros pero no creo yo que, diríamos, el ámbito andalusí sea este referente» (EI 19).

«El trampolín de América, y ese ha sido el gran momento que ha tenido Andalucía, aparte de épocas gloriosas en el Califato en tiempos de San Isidoro también de los Visigodos y sobre todo la época romana que es una época sobre todo interesante y es que la Andalucía oriental está muy romanizada en cambio la oriental tiene la impronta árabe mucho más duradera que la nuestra incluso con todo el levante que llega hasta Aragón, la presencia de moriscos ha perdurado mucho allí, pero por ejemplo veo a Camps o al otro a Zaplana y estoy viendo a dos argelinos, son dos moros completamente, mucho más moros que nosotros los de Andalucía occidental aunque nosotros también tengamos nuestro rastro de lo que sea... y sobre todo yo en Andalucía he visto que es la bética, o sea lo grandioso de Andalucía es la herencia romana, el sustrato romano» (EI 06: 11).

El legado andalusí, en contra de lo abogado por Blas Infante, es percibido como un sustrato histórico que ha modelado en cierta medida la cultura andaluza, pero no se ha convertido en un vector de identidad actual. Los entrevistados o bien lo niegan como dominio de identidad o bien lo relativizan convirtiéndolo en un sustrato o raíz cultural equiparable a otros pero restándole relevancia. No ocurre lo mismo con otro elemento sobre el que hemos querido explorar tras emergerlo varios entrevistados: una manera de ver el mundo, de relacionarse con la vida que se percibe como algo común en Andalucía. De esto nos ocupamos en la sección siguiente.

5.7. La buena vida (hedonismo)

Un aspecto recurrente de las características percibidas sobre las que se asienta la identidad andaluza es el de una cierta manera de entender la vida, de enfrentarse a los problemas que, de una manera u otra, se percibe como algo común entre los andaluces. Se trata de la sociabilidad y la externalidad, dos aspectos sobre los que algunos entrevistados se han referido como hedonismo para situarlo frente al «senequismo». El hedonismo es una manera de relacionarse con el mundo caracterizado por el placer de los sentidos, la alegría, el disfrute de las cosas buenas de la vida, algo que suele ser presentado como el producto de la combinación de un clima benigno y de las contribuciones de culturas diversas que han convivido en el territorio andaluz. Se trata de un aspecto que algunos entrevistados perciben como común en Andalucía, como uno de los «elementos subyacentes principales de esa identidad» y que puede convertirse en una plataforma identitaria.

«En Andalucía anida un cierto concepto de la vida buena, la cultura andaluza que es esa mezcla entre relativismo, convivialidad, cierta alegría, tono disfrutón de la existencia, esa es una forma digamos de ser de la parte andaluza la que más trasciende hacia afuera gente alegre, divertida, extrovertida, amable, acogedora, en la imagen exterior de Andalucía sale mucho (...) ...y eso lo que nos falta es más que predicar la identidad, más que pregonar ninguna identidad es pregonar sobre cuáles son los elementos subyacentes principales de esa identidad, yo creo que hay eso, el concepto de una vida buena, (...) del concepto de la vida buena que subyace en la cultura andaluza que está ahí en el sustrato de la cultura andaluza y del ser andaluz cotidiano, del día a día» (EI 02: 6).

«Es un lugar donde la población tiende a ser más cigarra que hormiga, donde se rinde culto a la inteligencia vaporosa, se presume de chispa, de inventiva, de gracia, de espontaneidad, en fin, cosas que no dejan luego casi huella, cosas que no vertebran, que no estructuran. Es decir, es el reino de lo efímero, lo efímero como momento; es decir, el andaluz hace alarde del momento, lo que le cuesta es tener continuidad, el día a día, es decir, el andaluz triunfa en lo extraordinario sin embargo fracasa en lo ordinario, entendido por ordinario lo sistemático. (...) El andaluz tiene capacidad para lo efímero para construir lo efímero y desarrollar castillos en el aire, las fiestas son algo efímero por naturaleza, entonces, el andaluz vuelca mucha energía e interés en eso porque forma parte de sus raíces hedonistas que arrancan desde Roma, desde Grecia, los Fenicios, los Cartagineses» (EI 03: 6-7).

«[S]er andaluz es una mezcla dosificada entre senequismo y hedonismo (...) es una forma de entender la vida de volcarte la vida para vivir y para disfrutarla sin que eso signifique que aquí se trabaje menos, sin que eso signifique que aquí no se apueste por la modernidad sin que eso signifique que aquí no se apueste sobre todo por la vanguardia, por las nuevas inquietudes» (EI 13: 1).

«(...) Lo extrovertida que es la gente, el gusto por la vida en la calle, el respeto a las tradiciones de la ciudad o de la región en algunos casos, no existe tanta tradición regional como locales. La fiesta del Corpus en Granada o la Feria y la Semana Santa en Sevilla, todos esos elementos. Su externalismo, su gusto por la calle, por un modo de vida muy sociable. Por este tipo de cosas, son marcadores que el extranjero percibe rápidamente. Sería un modo de ratificar lo que la gente le dice con lo que está viendo en la propia calle» (EI 08: 7).

«Yo creo que es mucho más una unidad cultural evidentemente es muy distinta en muchas cosas las gentes que viven en la sierra de Cazorla de las que viven en la Bahía de Cádiz, pero ese sentimiento de saber vivir con cierta facilidad/felicidad, tenga uno mucho o poco dinero o muchas propiedades o pocas eso realmente es una de las cosas que más une a los andaluces..., ese sentido de relativizar los problemas, de vivir la calle, la luz, eso une más como elemento..., que la geografía, que los límites provinciales, que la administración» (EI 03: 4).

5.8. La imagen de Andalucía

Cualquier identidad colectiva de tamaño más amplio que la puramente local se puede considerar como una «comunidad imaginada» (Anderson, 1991). La andaluza, como toda identidad regional o nacional, se distingue por cómo se la imagina. Ahora bien, entre los intelectuales entrevistados existe cierta ambivalencia a la hora de identificarse con algunos de los acontecimientos culturales «típicos» o «característicos» de la región. Se preocupan por lo que perciben como una disyunción entre «la imagen» y «la realidad» de Andalucía. Esta preocupación se manifiesta de maneras múltiples.

Se percibe con especial claridad en las actitudes que registran hacia las demostraciones populares de contenido religioso, tales como las procesiones de la Semana Santa. En este sentido, varios de nuestros entrevistados intentaron relativizar la imagen religiosa

que tales procesiones proyectan de la región, minimizando el significado «sagrado» y ofreciendo a la vez una interpretación más bien «profana» de ellas, como, por ejemplo:

«Yo creo que la Semana Santa se ha secularizado completamente, no creo que llegue a ser ni folklore, ni siquiera cultura, es un atractivo turístico, debidamente promocionado que tiene, creo yo, poco sentimiento íntimo o popular, no creo que no, incluso que la gente vaya descalza, los sentimientos de expresión, eso se ha mercantilizado... No sé si la respuesta te resulta convincente, pero yo no creo que la religión sea un factor cultural o un factor que diferencie culturalmente cuanto, a mi juicio, un señuelo turístico» (EI-10, p. 4).

«[E]n Andalucía está ligado, tú lo sabrás ya, la primera vez que los padres dejan a los niños no volver a casa durante una noche, es la noche del Jueves al Viernes Santo cuando los niños tienen X edad. Excuso decirte que el despertar a las emociones sensuales y a la sexualidad se produce en muchos casos en esa permisividad. Por tanto, el disfrute de algo que tiene un origen y una apariencia religiosa sirve, porque no olvides la Semana Santa son las Fiestas de Primavera de Andalucía... Es un cachondeo de veinte mil cosas y de puro placer. Entonces va ligado todo eso. Hay que desacralizar... Un millón de personas, qué fanáticos ahí al Rocío, qué cojones! 873.000 están pensando en beber Cruzcampo y echar un polvo, con perdón, qué tontería, están pensando en pasarlo bien» (EI 04, pp. 14-15).

La ambivalencia registrada por los intelectuales va más allá del empeño por «secularizar» la imagen de Andalucía. Varios de nuestros entrevistados muestran una preocupación más general por lo que perciben como una visión «folclórica» o «folclorizante» de la región difundida fuera de sus fronteras, una visión que perpetua la asociación entre identidad andaluza y atraso o falta de modernidad, o por lo menos excluye los elementos más modernos del imaginario colectivo. Tal reticencia ante una imagen «folclórica» de la región se capta muy bien en las siguientes afirmaciones:

«Yo creo que la imagen que hay de Andalucía, la imagen que se ha promovido es el flamenco, la Semana Santa, el folklore, una persona dicharachera, este es el típico andaluz...» (EI-10, p. 10).

«Andalucía es mucho más que el folklore. Andalucía es mucho más que el vino, la feria, los toros, el flamenco, todo eso forma parte de nuestras señas de identidad y posiblemente... Andalucía contribuya a la imagen

de España en el mundo gracias a eso, pero Andalucía es mucho más que eso» (EI 05, p. 1).

«Son muy importantes pero durante mucho tiempo ha habido una exposición hiperbólica, desde mi punto de vista, de esas manifestaciones culturales que han distorsionado la imagen del andaluz. Insisto, yo no creo que un andaluz deba renunciarse a estas señas de identidad porque son suyas, son propias y no hay que avergonzarse ni mucho menos. Ahora, yo creo que ha habido una manifestación hiperbólica y nosotros mismos hemos convertido a veces el tópico... ya no podemos despotricar o desprendernos de ese tópico que nos ha dado muchos años de comer, pero, insisto, Andalucía es Semana Santa, es feria, es toro, es flamenco, es mundo rural, es romería pero es mucho más que eso» (EI 05, p. 5).

«[H]ay gente que considera al andaluz algo tópico, por ejemplo los toros, el flamenco. Se potencia eso y hay mucha gente que piensa que todos los andaluces somos toreros y solo a 10 % de los andaluces, perdón de los sevillanos, le interesan los toros solo el 10 % al 90 no, el 90 % si no hubiera plaza de toros en Sevilla no llorarían por las esquinas, les da igual...» (EI 03, p. 12).

A veces la reticencia ante el «folclorismo» se expresa como una preocupación por asegurar que se incluya mejor en la comunidad imaginada los miembros que se sienten enajenados por los «clichés» o «tópicos» que abundan sobre ella, como, por ejemplo:

«[H]a habido demasiado reduccionismo en Andalucía de que si no sabes flamenco no eras andaluz, si no sabes torear no eres andaluz, no, uno puede ser catedrático de física nuclear y ser andaluz como cualquiera... [S]e ha hecho un reduccionismo jibarizante durante décadas, en el franquismo y después del franquismo, con lo cual solo se consideraban identitarios los toros, el flamenco, el fútbol y cuatro cosas más, y no, la identidad andaluza hoy en día tiene que estar vista, tiene que incorporar, por fuerza, por inercia, lo que es los emprendedores, los científicos, la actividad solidaria las ONG, eso es identidad andaluza y muchas veces eso no se concibe así y eso es penoso, ahí es donde hay que hacer fuerza, ahí. Se puede ser cien por cien andaluz, sin bailar sevillanas, sin cantar coplas, ni saetas, sin salir de nazareno, sin ser feriante, se puede ser andaluz de primera, debemos ir a eso» (EI 03, p. 9).

«Hay que defender y hay que respetar a los andaluces que piensan que eso no es así, es más, yo creo que hay que desfolclorizar un poquito los elementos... de... la identidad de Andalucía» (EI 04, p. 14).

De la misma manera que encontramos cierta reticencia entre los intelectuales ante la imagen «folclórica» de Andalucía, a la vez se puede observar con frecuencia un rechazo de lo que se considera como «estereotipos injustos» que supuestamente abundan sobre la imagen de Andalucía. Tal rechazo está relacionado también con la preocupación por combatir la asociación entre «lo andaluz» y «atraso» o «falta de modernidad».

En algún caso, el peso de las connotaciones negativas de los estereotipos sobre el carácter andaluz lleva a uno de nuestros entrevistados a confesar que se siente hasta vergüenza por ser identificado como andaluz. En sus palabras:

«Yo creo que desgraciadamente la identidad andaluza tiene una connotación negativa, o sea no es una conciencia colectiva que se ha valorado positivamente sino que lo andaluz ha tenido una lectura negativa y mucha gente tiene prevenciones como para que lo identifiquen como tal, entonces hay una cierta, lo digo con toda sinceridad, con toda franqueza, yo tengo una cierta prevención a que mí identifiquen como andaluz» (EI 10, p. 1).

Pero mucho más común es una actitud de orgullo por ser andaluz y una disposición a combatir los estereotipos sobre el carácter tipificado de los andaluces. Lo cual no quiere decir que los intelectuales son reacios a afirmar cualquier estereotipo al respecto. Al contrario, muchos de ellos abrazan sin problematizar la idea de que los andaluces sean especialmente «abiertos», «alegres» y propensos a disfrutar de la vida. En palabras de uno de nuestros entrevistados, Andalucía es «una tierra donde la gente es relativamente más alegre y más abierta...» (EI 01, p. 16). O en palabras de otros:

«Como la parte, digamos más acogedora de España o acogedor desde el punto de vista de las personas al ser más abiertas, no más cosmopolitas pero sí más abiertas y también más cercanas diría yo en el trato con respecto a otro tipo de caracteres de otras provincias, digamos más retraídos, que el andaluz, en ese sentido se puede diferenciar en eso, como un pueblo más abierto quizás, como un pueblo» (EI 09, p. 6).

«Yo echo mucho de menos cuando estoy fuera de Andalucía el contacto diario con la gente, echaba muchísimo de menos la solidaridad, la humanidad, la tolerancia que aquí se practica y no se practica de boquilla...evidentemente

siempre hay extremos que no identifican a ninguna sociedad, pero yo creo que aquí hay un aperturismo... quizás esto se deba a la situación geográfica porque estamos entre dos mares, el mar Mediterráneo y el océano Atlántico, y por nuestra apertura siempre por el comercio a todos los territorios... pero también por nuestro clima y también porque hemos sido cuna de muchas civilizaciones que nos han conquistado. Todo eso nos ha dado una salida que hace que seamos un pueblo más solidario, más acogedor» (EI 05, p. 2).

No faltan intelectuales que incluso están dispuestos a resistir las caracterizaciones con connotaciones más positivas, como, por ejemplo, lo de la «alegría». Según uno de nuestros entrevistados: «[Y]o me resisto a utilizar los términos que utilizan ellos para describirnos, que si la alegría, que sí..., en realidad somos alegres pero no somos más alegres que en otros sitios, simplemente que es una alegría un poco diferente, que hemos formalizado la alegría en fiestas especiales como las ferias que tanto se prestan hacia el exterior» (EI 02, p. 11).

Aun así, los intelectuales se suelen preocupar por estereotipos con peores connotaciones, en especial por la percepción del andaluz como persona que carece de «ética del trabajo» —ética tan famosamente teorizada por Max Weber como nada menos que el «espíritu del capitalismo». Se quejan de la percepción de que Andalucía «no es un modelo de espíritu de trabajo», insistiendo que «están equivocados» los que piensan así (EI 01, p. 16). Se muestran disconformes con la perpetuación de tal percepción en términos a veces contundentes, como por ejemplo:

«En España se piensa que [Andalucía] es un lugar donde hay muchos vagos y gente en los bares sin trabajar, (EI 03, p. 13).

«[S]i hablamos de España el estereotipo del andaluz... siempre hemos sido vistos como el clásico pueblo... que no ha evolucionado porque es vago, porque no trabaja, porque está todo el día cantando, de juerga con la guitarra y el sombrero cordobés...» (EI 09, p. 20).

«Yo lamentablemente creo que sigue siendo una imagen todavía bastante tópica, donde predominan determinados clichés y estereotipos que... bueno no vamos a hacer la retahíla, pero que siguen haciendo que cuando se habla de Andalucía se habla digamos desde una perspectiva y un plano no precisamente favorable sino más bien como poco frívolo y crecientemente además casi despreciativo, con todo eso de que aquí la gente no quiere trabajar...» (EI 11, pp. 34-35).

«No aparecen las fábricas, la productividad, el trabajo, no, no aparece la parte esta que hemos conseguido a base de mucho esfuerzo durante muchos años que sea la imagen típica de Andalucía, hay fuera de Andalucía una imagen bastante típica de Andalucía que no se corresponde con la realidad...» (EI 02, p. 31).

«Recibimos continuos agravios que si la Andalucía es una tierra indolente, inculta, que si aquí únicamente sepamos sestear» (EI 20, p. 11).

«Coincidí con algunos profesores alemanes y tenían casualmente, me sorprendió mucho, una imagen del andaluz un poco frívola, del andaluz relajado en sus hábitos y en fin, uno que es aplicado y que intenta tener una constancia en el trabajo, me levantaba antes que él y le recordaba, ya me levanté y llevo algún tiempo estudiando... o sea, creo que hay una visión y una idea del andaluz verdaderamente negativa ante la cual mucha gente trata de marcar alguna distancia...» (EI 10, p. 1).

Los intelectuales son conscientes de que tanto la imagen excesivamente «folclórica» de Andalucía como los estereotipos que abundan sobre el carácter de los andaluces son en gran parte productos de una estrategia deliberada de promoción de la región por la industria de turismo, una estrategia que se remonta por lo menos a los años cincuenta, y que continúa hasta el día de hoy. Por eso hablan a veces de cierta «explotación» y hasta «sobre-explotación» y/o «abuso» de tal imagen —según uno de nuestros entrevistados, «hemos sobreexplotado la imagen del andaluz profesional apegado al chiste, a la frivolidad, al descanso, al ocio, a la fiesta». Por culpa de tal «sobre-explotación», se suele esconder una realidad muy distinta, bastante más conforme con las normas de una sociedad capitalista avanzada— por ejemplo, que «cuando tú te vas a 7 de la mañana a la rotonda y está lleno de coches y la gente trabajando...» (EI 05, p. 10).

5.9. Andalucía y sus otros

Dadas las evidencias que hemos visto sobre la disconformidad de los intelectuales andaluces con respecto a la imagen folclórica de la región, su rechazo a los estereotipos sobre el carácter de los andaluces y su sentimiento de agravio por el desprecio ante el habla andaluz, se podría esperar observar indicios de una «identidad reactiva»; es decir, una conciencia regional forjada en contraposición a una identidad española identificada con un Estado agresor y/o opresor. Sobre todo si tenemos en cuenta el marco teórico tan influyente en las ciencias sociales de Michael Hechter (1975), el modelo del

«colonialismo interno» y, sobre todo, la idea de que la «identidad colectiva afirma los intereses comunes de sus miembros en oposición a grupos dominantes (Taylor y Whittier 1992: 107). De hecho, no sería difícil demostrar que la trayectoria histórica de Andalucía dentro de España cumple mucho más con los requisitos señalados por Hechter como precondiciones para el despertar de tal tipo de identidad reactiva que Cataluña o el País Vasco, especialmente dada la situación privilegiada en cuanto estatus socio-económico de estas últimas. Sin embargo, como veremos, en términos generales, el ideario de los intelectuales que entrevistamos se caracteriza por la percepción de una plena compatibilidad y complementariedad entre lo andaluz y lo español.

Esto no quiere decir que el discurso de los intelectuales carece por completo de elementos de conciencia de agravio colectivo. Ante la pregunta de si Andalucía ha sido históricamente oprimida, varios contestaron afirmativamente, apenas sin ambages, a veces de forma bastante elocuente:

«[Y]o creo que en Andalucía ha podido generar algún sentimiento de identidad colectiva desde un punto de vista crítico y colectivo es el agravio, el agravio histórico de una población marginada, explotada en alguna medida, identificada con un carácter frívolo, es decir, casi todo es una identidad que surge probablemente por oposición o por reacción no tanto por el andalucismo sino por algo más elemental que es el carácter periférico de una tierra que se ha identificado con la explotación, en buena medida con la llegada de un capital o de unas gentes que en realidad lo que han hecho ha sido explotar, eso yo creo que si ha generado algún sentimiento de agravio pero no creo que se haya traducido en una identidad crítica» (EI-10, p. 3).

«[Y]o creo que más que explotado u oprimido, [Andalucía] ha sido agredida y minusvalorada y ha sido ridiculizada y no ha sido priorizada (...) es decir, los andaluces no queremos privilegios, pero hemos sido discriminados, eso sin duda» (EI 03, p. 11).

«Yo lo que diría es que Andalucía no ha salido especialmente bien parada de haber sido, de haber estado y de seguir estando dentro de esa estructura político administrativa [del Estado español], no, no se ha beneficiado, más bien al contrario, de manera colectiva, de la pertenencia o de la inserción en esa estructura político administrativa; muchos de los problemas estructurales que tiene Andalucía tienen que ver con la no acción en general y en algunas ocasiones con la acción del Estado que ha privilegiado,

que ha potenciado —que ha favorecido— unos intereses concretos dentro de Andalucía y también dentro de otros territorios, de otras zonas del Estado español» (EI-11, pp. 22-23).

Aun así, el legado del intenso conflicto entre las clases sociales dentro de Andalucía, sobre todo en las zonas latifundistas de la región, parece servir de obstáculo para el surgir de una conciencia de supuesto agravio colectivo enfrentando el pueblo andaluz contra un Estado opresor. Cuando se toca el tema de «opresión», en vez de un discurso de opresión regional o nacional, predomina entre los intelectuales andaluces un discurso de opresión de clase. En este sentido, más de uno de nuestros entrevistados se muestra crítico con el papel de las clases pudientes *andaluzas* en el «retraso intencionado» y/o en la «explotación» del campesino andaluz, o con «las desigualdades, la falta de equilibrio en la propiedad y las malas condiciones» que han sufrido la mayoría de la población (EI 02, p. 25).

De hecho, en los relatos de agravio, figura la explotación de la mano de obra andaluza por «las clases pudientes» no sólo andaluzas, sino también las vascas, las madrileñas y las catalanas, algo indicativo de la importancia del fenómeno de la emigración, recordada como trauma, en la memoria colectiva de los andaluces. En palabras de algunos de nuestros entrevistados:

«Ha habido mucho retraso en Andalucía, mucho retraso intencionado por parte de clases pudientes catalanas, madrileñas, vascas y también andaluzas para seguir aprovechándose de la mano de obra barata del andaluz... [S]omos hijos de generaciones de gente que trabajó con las manos marcadas por labranza en el campo y gente que tuvo que emigrar... Yo soy hijo de emigrantes andaluces que tuvieron que salir de aquí porque aquí no había oportunidad de vivir, no se podía vivir porque la tierra estaba en manos de unos pocos, de una burguesía que no era burguesía industrial. Mientras en Cataluña, en Madrid o en el País Vasco se vivía una revolución industrial, aquí no se vivía nada... [L]as clases pudientes tenían aquí grandes réditos económicos y necesitaban la mano de obra barata del andaluz para su industrialización otros territorios, de allí la emigración y, por otra parte, para seguir explotando el campo andaluz del que salían la mayor parte de la agricultura...» (EI 20, pp. 3-8).

«Hemos sido grandes suministradores de capital y fuerza de trabajo para el desarrollo español. Andalucía no solo ha contribuido con su mano de obra que emigró, esos dos millones de andaluces que entre los años 50 y 80 se

han ido de aquí a trabajar fuera, han nutrido las fábricas del País Vasco, de Madrid, de Cataluña, de tantos sitios. Entonces hemos contribuido mucho al desarrollo español, prestando lo más importante, la fuerza de trabajo» (EI 02).

El tema de la emigración nos acerca a la cuestión de la compleja relación entre la identidad andaluza y la identidad catalana (y en menor medida la vasca), ya que, como comenta uno de nuestros entrevistados, «antes se decía que Cataluña era la novena provincia andaluza» (EI 06, p. 9). Esto es un asunto que trataremos con cierto detalle en breve. Sin embargo, antes de abordar tal cuestión, toca terminar la discusión de la percepción de la relación entre lo andaluz y lo español según el discurso de los intelectuales andaluces. Como mencionamos ya, predomina una visión de plena compatibilidad y complementariedad entre ambas identidades.

La identidad andaluza así representa un clásico ejemplo de una «identidad anidada» (Herb y Kaplan 1999, Díez y Gutiérrez 2001), y se asemeja en este respecto a las pautas identitarias de otros lugares, como California en Estados Unidos, cuyos habitantes registran un fuerte sentimiento de identidad regional pero que en absoluto ponen en cuestión su arraigo, pertenencia y lealtad a una entidad o colectivo de escala más amplia. Se vislumbra el predominio de esta concepción de «identidades anidadas» entre los intelectuales andaluces en las siguientes afirmaciones:

«En Andalucía sabemos que casi las tres cuartas partes de los andaluces se sienten tan andaluces como españoles o tan españoles como andaluces y yo me identifico con ese tipo de opinión, por tanto, me siento andaluz pero me siento igualmente español... Si hay una identidad andaluza, no es explicable sin la identidad española que la acompaña, como decía antes, porque hay una cierta forma de habla y un cierto concepto de la vida buena, hay algunas pautas culturales que pueden ser digamos más específicas que de otros sitios. Ahora en el sentido que se habla de las identidades culturales y políticas en este momento como se habla de otros sitios, 'yo me siento por encima de todo andaluz y quiero un estado propio de Andalucía', este tipo de identidades excluyentes, identidades únicas, no. Yo no me siento así, ni los andaluces se sienten así... soy tan andaluz como español, no se explica una cosa sin la otra y viceversa» (EI 02, pp. 3, 9).

«Yo creo que el andaluz se siente profundamente andaluz y se siente profundamente español. Es una identidad nada excluyente. Andalucía forma parte del territorio que se llama España... El andaluz se siente profunda-

mente andaluz pero es uno de los territorios que se siente más español. No entendemos Andalucía sin España» (EI 20, pp. 7-10).

«Yo entiendo que ser andaluz es ser español, no tengo una diferenciación clara entre unos y otros, nosotros nos diferenciamos fundamentalmente por la forma de ser, por la geografía por las características idiosincrásicas de la población propiamente dicha, por la forma de hablar pero no hay una diferenciación clara desde el punto de vista de ser andaluz con respecto al ser español, son equivalentes» (EI 09, p. 4).

La concepción de «identidades anidadas» se extiende también a la escala supra-nacional, a nivel europeo, a veces de manera bien explícita, como indicó un entrevistado: «[N]o es una cultura cerrada, nacionalista, sino una cultura de valores universales (...) [E]s una cultura de sedimentos, de capas, en la que están tres mil años de historia, no solo la de España, sino del mediterráneo, de Europa y de más allá» (EI 03, p.3). O incluso otro que alerta del embate de la identidad globalizada: «[L]a gente con lo que se identifica es con su familia con su entorno próximo, con su ciudad, que es de alguna manera lo que se ha llamado siempre la patria chica, no, y entonces la identidad europea creará un marco transversal más fluido y aquí pues se seguirán manteniendo pues aquellas formas de identidad que resistan el embate (...)» (EI 01, pp. 15-16).

Eso sí, a veces se expresa la adhesión a una identidad europea de manera «desacralizada» —es decir, en términos más instrumentales que expresivas. Tal tendencia se hace notar especialmente cuando se destaca el papel positivo que ha tenido la Unión Europea para el bienestar de la población andaluza por los fondos estructurales, como se percibe en afirmaciones como la siguiente:

«[L]os andaluces nos ha venido bien de Europa, han sido los fondos europeos, los fondos estructurales. Realmente, Andalucía, después de recibir los fondos europeos, sus infraestructuras, sus equipamientos... eso ha mejorado enormemente [Andalucía] para bien... y creo que esto la gente lo ha valorado positivamente... la europeización en buena medida como repercusión en el bienestar, pero que vuelve a ser algo muy secularizado» (EI-10, p. 13).

Aunque los intelectuales andaluces conciben la identidad andaluza, la identidad española y la identidad europea predominantemente como «identidades anidadas», eso no quiere decir que su discurso carece por completo de elementos «reactivos». Con quizás sorprendente frecuencia, tales elementos subyacentes salen a la superficie cuando se toca el tema de Cataluña y de los catalanes.

Para empezar, algunos sugieren que la intensidad con que se siente la identidad andaluza está estrechamente relacionada con las dinámicas políticas en Cataluña (y el País Vasco e incluso Galicia) —como, por ejemplo, se vislumbra en la afirmación de que las aspiraciones de autogobierno en tiempos de la transición democrática y, más reciente, en la reforma del Estatuto de Andalucía en 2007 «tenía[n] algo de reactivo, es decir, el que otras Comunidades españolas la afirmasen, había un poco de, ‘yo no voy a ser menos’» (EI 01, pp. 3-4). Otros van incluso más allá. De hecho, uno de nuestros entrevistados llega a insistir de forma bastante tajante:

«[N]ormalmente una identidad funciona por oposición a otra y por diferencia de otra... [L]a identidad andaluza tiene mucho que ver con la identidad catalana, por la emigración de gente que aquí quedó sin trabajo, se fue a trabajar, sobre todo a la industria textil años 60 Cataluña, la identidad andaluza se pone casi siempre en relación con la identidad catalana» (EI-10, p. 4).

La mayoría de los intelectuales no registran opiniones tan extremas al respecto, pero a menudo los intelectuales hacen comparaciones donde se hace notar por lo menos un poco de resentimiento, como por ejemplo:

«Andalucía ha sido la región más rica de España posiblemente hasta el siglo XVIII-XIX por razones que los historiadores debaten, aquí, que se inició en Andalucía la revolución industrial pero no cuajó, porque los primeros altos hornos, toda la industria que hay en la provincia de Málaga etcétera, etcétera es realmente un mascarón de proa de la industrialización española, ahora por razones, insisto que no se pueden resumir aquí, ni probablemente yo sea el adecuado para hacerlo, parece que es un tema históricamente abierto, eso no cuajó aquí y sí cuajó en Cataluña, en Cataluña que parece que toda la vida han estado tejiendo cuando realmente descenden de los almogávares que eran unos bestias que iban por el mediterráneo matando gente» (EI 01, p. 11).

«[U]na de las claves de las identidades vascas y catalanas y andaluzas de hoy se remontan al siglo XIX cuando desde los gobiernos centrales se potencia a través de medidas autárquicas, los sectores textiles en Cataluña y siderúrgicos en el País Vasco y en Andalucía también tenían fuerza pero se potenciaron allí desgraciadamente y en otros sitios se vino a menos como Andalucía» (EI 03, p. 11).

En esta misma línea, es notable también la frecuencia con que se subraya «la apertura», «universalismo» y «moderación» de la identidad andaluza, contrastando tales virtudes con el supuesto «exclusivismo», «particularismo», «el extremismo», «insolidaridad» y hasta la «xenofobia» de los nacionalismos catalanes y vascos (EI-10, p. 10; EI 02, p. 26; EI 06, p. 14; EI 05, p. 11). La crítica del nacionalismo catalán (y en menor medida el nacionalismo vasco) constituye, parece ser, un lugar común entre los intelectuales andaluces, como se vislumbra en afirmaciones tales como:

«Cataluña en los años setenta era un foco, el boom latino americano florece en Cataluña y desde que han llegado los nacionalistas pues se observa una clara regresión, creo que todo lo que sea encerrarse y buscar esto es lo nuestro, esto es lo propio, de aquí no salimos, esto es un error» (EI 01, p. 9).

«[E]sta es una tierra mestiza y no se le puede adjudicar ningún RH como hace Arzalluz, los vascos son...» (EI 03, p. 3).

Es más, en más de una ocasión, nuestros entrevistados aprovecharon algún momento de la entrevista para lanzar una crítica explícita contra aspiraciones y/o políticas específicas de los nacionalistas en Cataluña (y también en el País Vasco), especialmente con referencia a los debates sobre las balanzas fiscales y sobre la política lingüística:

«Luego está el tópico prevaricador que nos llega de los nacionalismos más insolidarios y allí pongo CIU y Esquerra Republicana de Cataluña y no pongo a toda la organización sino a algunos de sus dirigentes...y apelan a las balanzas fiscales de que Cataluña aporta más de lo que recibe cuando aquí no cotizan los territorios, cotizan las personas, tú cotizas lo mismo aquí que en Cataluña yo pago aquí lo mismo que un catalán que tenga mi misma remuneración en Cataluña. Entonces, la balanza fiscal es una gran mentira. Por cierto, hablando de las balanzas fiscales al menos ocho autonomías aportan menos que Andalucía y reciben más que Andalucía porque se intenta minar la imagen de Andalucía para volver a recuperar la España simétrica» (EI 20, p. 11).

«Desde el punto de vista político, es una aberración que en otras comunidades se imponga la lengua como un elemento diferenciador, no tiene ningún sentido, es decir, son lenguas cooficiales por lo tanto no puede haber ningún tipo de preferencia por que un señor hable en catalán en unas oposiciones a cátedra o al grupo A de la administración, yo creo que ahí todos los españoles tendríamos que tener la misma igualdad de oportu-

tunidades y el lenguaje es un elemento diferenciador no un elemento integrador y si son cooficiales quiere decir que un señor se puede examinar tanto en español, como en catalán como en valenciano o en eusquera por lo tanto me parece una aberración» (EI 09, p. 13).

«[H]e conocido gente que por hablar muy bien euskera se le daba una plaza de profesor de Derecho Constitucional. Lo uno no implica lo otro y hay que tener cuidado a lo que se le da importancia, si usted le da más importancia al euskera que al conocimiento del Derecho Constitucional es toda una declaración de principios de a qué le está dando primacía, yo esto vamos yo conocí, por cierto, a un buen, a una buena persona que me cayó muy bien pero cuando apenas hablé con él, este tío no sabe nada, claro lo habían seleccionado por saber euskera, pero no sabía nada de Derecho Constitucional, qué podía hacer, pues hablarle en euskera a la gente, que está muy bien, pero llega un momento que no se le puede dar hegemonía a la lengua en detrimento de lo que realmente se pretende allí que no es tanto que la gente hable euskera, al menos en este caso, como que sepa Derecho Constitucional» (EI-10, p. 10).

Por supuesto, como pasa con cualquier generalización, habría que matizar nuestras conclusiones. Aunque predominan tales elementos «reactivos» y/o críticos en el discurso de los intelectuales andaluces cuando se toca el tema de Cataluña y de los catalanes, existen también excepciones a esta tendencia. Por ejemplo, el mismo entrevistado que lanzó la crítica específica sobre las aspiraciones del nacionalismo catalán respecto a la autonomía fiscal, en otro momento de la entrevista se esfuerza por defender a los catalanes de «tópicos infundados»: «Yo he vivido en Madrid y en Madrid no me he sentido acogido por la sociedad madrileña... y he vivido en Barcelona y Barcelona, sin embargo, la veo mucho más abierta. De hecho, tenía una novia durante los dos años en Cataluña, he vivido allí. No sé si también por la situación geográfica de Cataluña, por el clima, por sus características expansivas que siempre ha tenido Cataluña y por ser frontera con Francia y muy cerca de otros territorios, yo creo que la sociedad catalana por lo menos por mi experiencia la he podido identificar más con el andaluz y no lo digo por 2 millones de andaluces que viven allí, oriundos de Andalucía, sino incluso el catalán cerrado que habla el idioma... Para mí incluso el idioma no ha sido una cortapisa no ha sido un muro. Yo he hablado siempre el castellano, no he tenido ningún problema y hay muchos tópicos infundados sobre Cataluña igual que sobre Andalucía» (EI 05, p. 2).

5.10. Heterogeneidad y vertebración

La identidad andaluza es percibida como un conglomerado resultado de la superposición de estratos culturales diversos que se van depositando en un territorio con unas condiciones ambientales particulares que dejan su impronta en una manera de entender la vida y la relación del individuo con el mundo. Se trata de una identidad sincrética que, aunque activada en ciertos momentos históricos (como cuando el referéndum por el estatuto andaluz), es percibida como algo diverso, borroso, débil, quizá latente, no relevante para la vida cotidiana y la acción política². Se trata de una identidad con vectores diversos pero no lo suficientemente fuertes para vertebrar una sociedad. Pero se trata también de una identidad percibida como no excluyente, a pesar de algunos trazos discursivos que podrían hacer pensar en lo contrario durante el tratamiento del vector de nacimiento. Las identidades no excluyentes se perciben como carentes de fortaleza vertebradora puesto que difícilmente se convierten en reivindicativas, máxime en ausencia de una dimensión política clara.

«Yo no veo claro que existan, algo que pueda definirse netamente y que sea estrictamente distinto sino que efectivamente hay un conglomerado y que de alguna manera hay rasgos, uno va por ahí y se encuentra con alguien de Sevilla y no solo por su acento sino incluso por su manera de ser por su manera de afrontar las cosas pues ve inmediatamente, hombre este es sevillano, es una cosa muy borrosa, muy difícil de definir pero que efectivamente existe. (...) sí que hay una cierta identidad, pero de eso a definirla de una manera concreta y tajante yo creo que eso no, pero vamos no solo con respecto al andaluz, con respecto a nada» (EI 01: 5-6).

«Y ¿qué es ser andaluz? Entonces ahí ya habría más problemas. Sobre todo si le preguntas a un sevillano, a un almeriense, a uno de Jaén. Entonces yo creo que hay una identidad que está muy poco identificada. En gran parte porque no se ha cultivado, la identidad de un pueblo es el resultado de una voluntad de identificación. Y yo creo que la identidad andaluza es una especie de no identidad, es decir, la identidad andaluza es muy cosmopolita, ha sido siempre muy diversa, muy de mosaico, y claro eso hace que el construir una identidad que sea excluyente, como en realidad debe ser definitivamente una identidad, pues no se haya dado. Pero esa es la identidad de un andaluz» (EI 07: 5).

² Debe hacerse notar que el telón de fondo contra el que muchos entrevistados se posicionaban eran los casos vasco y catalán.

«Hay una identidad cultural sin duda, pero de límite borroso. Por ejemplo, yo siempre les pregunto a mis amigos, que son nacionalistas andaluces, qué hacemos con una localidad como Jerez de los Caballeros, Azuaga o Llerena, que están fuera de la comunidad andaluza y que sin embargo la arquitectura y la mentalidad de la gente es muy similar a la andaluza. Entonces, ¿el límite dónde está? El límite es un límite político y, desde luego, si tengo que decir que hay un núcleo..., si lo vemos en clave de teoría de conjuntos, conjuntos bien delimitados, yo diría más bien que sería una categoría borrosa» (EI 08: 4).

«Lo ha sido en algún momento decisivo, muchos momentos decisivos. Pero también yo creo que es evidente que hubiera habido más cohesión si la identidad hubiera sido más fuerte. Esta identidad *light*, porque al fin y al cabo es una identidad rebajada con agua, lógicamente yo creo que repercute en una menor cohesión. O al menos en una cohesión difusa, que es lo que existe en Andalucía, una cohesión que impide que haya la tensión social que a veces es necesaria para que una comunidad responda con cierta potencia ante las cosas» (EI 07: 5).

«No existe una identidad cultural andaluza única, existe una pluralidad de culturas andaluzas única que están digamos unidos por lo que (se) llamaba una aire de familia, tienen un aire de familia, pero no existe una unidad común. Eso ha sido un error que han cometido las instituciones andaluzas, promocionar una de esos, de esas identidades culturales, intentar que se generalicen. Por ejemplo, la que quizás haya tenido más fuerza, por qué no decirlo, que es la sevillana, ¿no? Que es la que está en torno a la cultura general en esta provincia, o más que en esta provincia en esta ciudad. Que a través de los medios de comunicación ha intentado socializarse y convertirse como un discurso único de identidad andaluza, pero eso no existe. Existe una pluralidad de culturas, entre un almeriense y una persona de Huelva hay identidad pero hay también mucha diferencia» (EI 14: 2-3).

Hay un consenso básico sobre un aspecto relevante: la identidad andaluza carece de una dimensión política. No ha servido con éxito de plataforma para que grupos de emprendedores (culturales y/o políticos) introduzcan (con éxito) la identidad en la arena política. En parte, esta carencia es percibida como el resultado de una cierta «debilidad» de la identidad que radica en su diversidad, heterogeneidad y su naturaleza «conglomerado». Lo diverso no unifica, y lo que no unifica tiene muchas dificultades

para ganar peso político, especialmente en ausencia de los elementos que habitualmente se identifican como catalizadores de la identidad: amenazas externas, enemigo común (real o imaginado), misión colectiva. No obstante, se verá en otro apartado que precisamente ese es el valor percibido de la identidad andaluza que, al igual que otras en España, es de naturaleza sincrética y que su fortaleza, en el contexto actual, es su capacidad integradora basada en su heterogeneidad.

«Existe una identidad digamos cultural muy arraigada por lo tanto el que nace en Andalucía tiene una identificación con Andalucía digamos muy fuerte. Desde el punto de vista político no creo que exista ningún tipo de identidad andaluza propiamente dicha (...) la identidad andaluza desde el punto de vista político yo creo que no existe. De hecho, los fracasos que ha habido, por ejemplo en el mismo partido nacionalista, entre comillas, que ha habido, pues es clarísimo, ya no estamos hablando de este partido andaluz desde hace dos legislaturas (...) eso fue algo ficticio que se creó por las circunstancias históricas de la plasmación de la creación del sistema autonómico que también caló en Andalucía pero que se ha visto que a lo largo del tiempo no ha sido un proyecto real sino un proyecto ficticio» (EI 09).

«Yo diría que al revés, se pretende crear una ideología política entorno a esa identidad. Aunque bueno como esto es anónimo lo puedo decir, pero yo creo que esto es una opción de mediocres, o sea, el que no puede jugar en primera, reivindica que la primera regional sea muy importante porque es solo donde él puede jugar al fútbol, pero vamos donde hay que jugar es en la primera, la Champions, etcétera, ese es el asunto» (EI 01: 10).

«Andalucía ha sido una identidad tirando a cultural, pero el concepto de pueblo, entendiendo pueblo-nación, pueblo-grupo articulado desde el punto de vista político, yo creo que no se ha visto tanto. Pero ha ayudado, en mi opinión mucho, el proceso de creación de la Constitución. Cuando se hace la España de las autonomías y viene la pelea por la autonomía plena a través del artículo 151. Ahí se produce un..., es verdad un enfrentamiento político, (...) se produce una especie de chispa y de, algunos le llaman epopeya, es exagerado, una chispa y una pelea ideológica que hace que nosotros, en la búsqueda de una autonomía como otras comunidades autónomas como Cataluña, País Vasco y Galicia, hacemos una pelea en la que Andalucía se convierte en una bandera realmente, como territorio y mira que nos falló el primer referéndum y no votó Almería.

¿Conoces la historia? (...) Pero cuando esa batalla se gana, desde mi punto de vista, eso es positivo para crear el sentimiento identitario y político de pueblo andaluz» (EI 04: 11-12).

«Es un sentimiento no es una convicción, a ver si me explico la diferencia; es decir, eso no opera políticamente (...). No opera políticamente (...) hay un cambio muy importante desde los noventa, como te decía antes, comienzos de siglo, que ha hecho inviable, digamos, inoperante el discurso identitario tradicional» (EI 14: 3).

La identidad andaluza se ha percibido como una identidad plural, diversa, en buena medida abierta y heterogénea. Para algunas de las personas entrevistadas, estos elementos no son óbice para percibir una cierta vertebración de la identidad o con una cierta capacidad aglutinadora en algunos aspectos.

«Sí, si por eso entendemos que los rasgos culturales que han sido propios de Andalucía y por tanto permanecen en buena medida, que siguen siendo hasta cierto punto mayoritarios, si están bien estructurados, sí evidentemente. Andalucía produce un tipo de identidad cultural o un tipo de cultura que no necesita apoyo, es decir, no es un nacionalismo, si quieres una identidad agónica como en el País Vasco o incluso en Cataluña. (...) la conformación de la cultura andaluza ha sido lo suficientemente potente como para no necesitar apoyos, incluso es mejor que no haya tenido apoyos, que ha conseguido subsistir. Es decir, o dicho más claramente, si alguien puede tener problemas de identidad no son los andaluces, está claro» (EI 14: 2).

«Sí y no, creo que culturalmente vertebrada si, depende en qué nivel de la cultura nos pongamos, si porque participamos de en fin algunos rasgos comunes, la lengua evidentemente, de cierta tradición, pero es verdad que luego hay también diferencias y es una región plural en este sentido, Andalucía en sí misma un pequeño mundo, un mundo por la variedad paisajística, tenemos desde los tres mil y pico metros de la sierra, hasta la costa tropical, pasando por climas continentales, valles, hay una variedad tan grande que también genera culturas un poco distintas» (EI 02).

«No como reivindicación, cohesiona para hacer más grata la convivencia, no sirve de catapultas, de plataforma o de base para afinar cotas mayores, es decir el localismo y el provincianismo y el aldeanismo es muy fuerte

en Andalucía, es decir, la gente puede compartir formas de vida pero a la hora de unirse para conquistar, para proponer, para construir, no, hay mucha desunión en Andalucía» (EI 03: 5).

Sin embargo, también existe la percepción de que la identidad andaluza es, en buena medida, desvertebrada y poco cohesionadora. Los entrevistados apuntan a la heterogeneidad de la identidad, su pluralidad, su borrosidad como causa principal de que la identidad andaluza no sea un factor de vertebración cultural. Los casos catalán (con la lengua como vector principal) y vasco (con la etnia como vector principal) planean como telón de fondo en el que se comparan varios entrevistados. No obstante, hay quienes confieren a la identidad andaluza una dimensión vertebradora en un contexto de mestizaje cultural, de multiculturalismo o transculturalismo en el que Andalucía se convierte también en territorio de avenida. Esta dimensión está sustentada en el valor de la pluralidad y la diversidad, lo que genera una visión territorialista-cívica de la identidad que distingue entre culturas (que puede haber varias en un territorio) y la condición de andaluz que se basa más en derechos y obligaciones ciudadanas que en la acumulación de rasgos identitarios.

«De manera que una sociedad vertebrada muy relativamente. Tiene una cierta apariencia de vertebración, porque las instituciones, yo vivo en una zona muy rociera, y las instituciones de esta pseudo sociedad social tapa esto, porque en cualquier mandao, en cualquier cofradía hay una cierta unidad. Pero no, el pobre va de costalero y el rico con la vara en la proce-sión. Entonces yo creo que es una sociedad menos vertebrada de lo que ya se cree que es» (EI 08: 5).

«En Andalucía ese universalismo supuesto puede tener ver con la tradición, con que ha sido una tierra donde han anidado todas las culturas, desde la fenicia hasta la global pero que también nunca ha tenido un hasta ahora que han sido los últimos años de la democracia, no ha habido un proceso de digamos construcción consensuada por todas las clases sociales en presencia de una forma de ver la región, es una región escindida y eso creo que es interesante, al menos para mí es una clave para entender la identidad andaluza o las identidades andaluzas» (EI 02).

«Es muy desvertebrada en muchos ámbitos. Posiblemente Andalucía sea el típico ejemplo de comunidad que tiene cierta unión, voy a decir algo que puede parecer un poco contradictorio, que está integrada, que es una comunidad, pero que tiene una gran desvertebración, tiene una gran

desvertebración territorial, física incluso. Tiene rupturas geográficas que han dificultado históricamente el contacto, o sea, entre Cádiz y Huelva, por ejemplo, hay una distancia extraordinaria a pesar de estar tan cerca. Almería o Huelva están, entre comillas, lejos. Hay una desvertebración espacial, hay una enorme desvertebración económica porque las actividades económicas no han logrado nunca a lo largo de la historia, ni tampoco ahora, generar un sistema productivo integrado, vertebrado, en donde las partes tienen sinergias entre ellas. Y yo creo que lo cultural tampoco tiene una vertebración. También en los últimos 30 años se ha avanzado mucho. Pero por ejemplo no hace tanto, en los años en los que ya la televisión tenía una presencia muy importante, en los años 80, la mitad de los 80, por ejemplo en Almería no se veía la televisión andaluza cuando empezó, pero ni siquiera las desconexiones de Andalucía de TVE, o sea que se veía las desconexiones de Murcia. Entonces yo creo que hay una desvertebración importante» (EI 07: 4-5).

«No, no, yo creo que inicialmente es un poco reino de Taifas, no, no tiene nada que ver Sevilla con Almería, Almería está mucho más cercano a la consideración diríamos murciana que incluso con el resto de Andalucía y eso se nota también un poco pues en la parte oriental, Granada, Jaén, por ejemplo Málaga es más cosmopolita y diferenciadora con respecto a la occidental, Huelva, Cádiz, Sevilla, y en cierta forma yo creo que cada uno tiene un referente identitario totalmente distinto incluso cotidianamente pues se hace ver esas diferenciaciones, no solo en el deje del acento de cada una de las provincias andaluzas, sino también en la percepción que tienen los almerienses, los granadinos, los jienenses o los sevillanos con respecto a lo que es Andalucía y a lo que es su propia cultura, su propia identidad y su propia forma de ser, hay diferencias» (EI 02).

La heterogeneidad cultural de Andalucía es vista como factor de no vertebración, pero existen otros elementos relevantes que la explican. El primero se superpone al vector cultural: Andalucía se percibe todavía como una sociedad donde las diferencias de clase son acusadas y marcadas, donde la distancia social ha impedido que el grupo socialmente hegemónico sea también hegemónico culturalmente y, por tanto, haya liderado una cierta vertebración. A diferencia de otros casos (y aquí el caso catalán es el que planea con más fuerza que el vasco), en Andalucía, las clases populares y los partidos que podrían representarlos no han enarbolado la bandera de la identidad andaluza. Ha habido, pues, una brecha ideológica (probablemente derivada de la brecha social) que ha impedido la articulación identitaria. En tercer lugar, la heterogeneidad

se ha interpretado como localismo o provincianismo, un fenómeno que habitualmente es entendido como una barrera para la construcción de identidades más amplias.

«La sociedad andaluza (...) ha sido una sociedad muy escindida socialmente hablando, con gran diferencia de clases, no hay que olvidar que hace 50 o 60 años era una sociedad de terratenientes y jornaleros con una conflictividad social (...) con una crisis bastante aguda que marcaba esta sociedad y de esa conflictividad social en los años 30 la Segunda República y los años, digamos, en torno a esa fecha ¿Qué sucedía? Que el conflicto era tan potente que las dos clases sociales en juego no miraban a Andalucía para resolver los problemas que había, miraban hacia el centro del poder español, los jornaleros pidiendo una reforma agraria, y los propietarios pidiendo al ejército para reprimir los conflictos sociales. Esto marca también la identidad, porque no se ha gestado una identidad de conciliación interna, una identidad de digamos consenso regional (...). La tradición nuestra es de un no consenso acerca de qué es Andalucía. [Es] una cosa para los terratenientes, y digo terratenientes en un sentido un poco metafórico, (...) toda esa clase dirigente que estaba asentada primero en la propiedad de la tierra luego comerciantes, negociantes, inversores en una zona; y luego esa gran masa de trabajadores sin tierra en fin con unas condiciones de trabajo, tu preguntabas a uno y otro y te decían cosas tan distintas que naturalmente te pueden llamar la atención» (EI 02: 4-5).

«Es muy importante el sentimiento de pertenencia de identidad en el contexto andaluz. En general lo que sucede es que en Andalucía particularmente hay un factor importante de bloqueo o que dificulta digamos la articulación de los distintos planos de identidad y es primero la segmentación, las grandes desigualdades sociales eso es evidente que han estado y siguen estando presentes y que hacen que sea difícil encontrar puntos de conexión, y después, también, la segmentación sobre todo territorial, es decir, la que ha contribuido muchísimo al localismo a la exacerbación de uno de los niveles de identidad, el nivel local, en Andalucía es otra de las características, de los marcadores clarísimos de la identidad andaluza compartida en general con las culturas mediterráneas y donde lo local, el sociocentrismo, digamos el compañerismo como algunos han llamado. Aquí en Andalucía ha tenido y sigue teniendo una fuerza grande que ha servido y sigue sirviendo toda vía para la manipulación por parte de algunos en contra de o introduciendo elementos de obstáculo para, bueno, que esa confluencia a nivel de la identidad global andaluza pues sea más

complicada y eso va desde cuestiones tan de las cosas de comer como el tema de las cajas. ¿Qué aquí no haya una gran caja andaluza? Tiene que ver entre otras cosas, yo diría de manera muy importante, con el localismo; Málaga, Sevilla, no sé qué, hasta el punto de que se va a acabar integrando unas cajas andaluzas en Caixa Bank por aquello de no dar el brazo a torcer y no darle pie a... y bueno la contestación permanente de la capitalidad andaluza, absolutamente falaz (...) son elementos claros donde se ve como se ha manipulado y se ha utilizado y se sigue utilizando y manipulando, la fuerza de la identidad del ámbito local de la identificación, en el caso concreto de Andalucía me parece que es una clave fundamental» (EI 11: 6-7).

«Es una cultura plural, y por tanto heterogénea, que se fundamenta básicamente en la fuerza de los antiguos reinos de Andalucía. Andalucía tenía el reino de Sevilla, el reino de Jaén, el reino de Córdoba, y el reino Granada, y eso luego devino en una estructura provincial muy fuerte. Quizás donde más éxito tuvo, no por casualidad, es que la estructura administrativa de este país era de Andalucía, se hizo sobre una estructura que aparentemente era de los departamentos franceses pero que escondía en el caso de Andalucía una fuerte atracción de la capital respecto a la estructura digamos urbana y rural de su entorno. Consecuentemente cada una de estas grandes capitales, que a su vez se convirtieron en provincias, generó tal impronta identitaria que generó una brutalidad muy importante desde el punto de vista cultural» (EI 14: 11).

Se ha detectado también la percepción de un solapamiento entre la brecha social y la ideológica de manera que los grupos políticos más próximos a las clases populares (la izquierda, habitualmente) en algunos momentos enarboló la bandera de la identidad andaluza pero de una manera que no consiguió articular o vertebrar una identidad que fuera referente y, por supuesto, plataforma política. Se trata de un movimiento casi exclusivamente español. Los partidos de izquierda se periferizan como reacción al franquismo, promueven identidades periféricas (allí donde hay sustratos culturales para hacerlo, como en Cataluña, Valencia, Navarra, País Vasco, Baleares) frente a una identidad central muy instrumentalizada por el franquismo, pero a partir de los 80 (excepto en Cataluña y en parte en el País Vasco) estos movimientos quedan o bien marginados o fracasan.

«No hay nacionalismo andaluz, nunca lo ha habido, lo que sí ha habido y si lo ha habido ha sido fundamentalmente a través de gente de izquier-

das del partido socialista, partido comunista, la inteligencia de esa rama era la que tenía como si dijéramos una mayor identidad en Andalucía pero no era desde el punto de vista nacionalista como lo podemos interpretar, las mentalidades del nacionalismo vasco, catalán o gallego, sería una mentalidad diríamos de identificar izquierda con Andalucía como un referente diríamos identitario casi equivalente, digamos. (...) Hubo a lo mejor en la época de la Transición, al principio cuando esa marea de cambios, de identidades, el País Vasco, Galicia, Cataluña, yo creo ahí hubo un momento de inflexión interesante, hubo una determinada conciencia por parte de determinados grupúsculos pero muy escorados, como te he dicho antes, a gentes de izquierdas no nacionalistas, es decir, eran gente de izquierdas que interpretaban esa identidad desde el punto de vista ideológico, más que desde el punto de vista nacionalista, es decir, ideológico de izquierdas frente al nacionalismo, por eso digo que no cuajó» (EI 09).

Este trabajo parte de una concepción constructivista de la identidad colectiva. Como tal, comparte la idea de que existen actores sociales que tienen un papel relevante en el proceso de construcción. Los intelectuales, las escuelas y las instituciones son tres de estos actores considerados como claves por la literatura especializada. Hemos querido también conocer la visión de los intelectuales entrevistados respecto de estos actores clave.

Las identidades culturales (colectivas) aparecen en la base de la mayor parte de modelos que explican el nacionalismo. En todos ellos, los intelectuales, la *intelligentzia*, desempeñan un papel relevante en el «descubrimiento» y posterior construcción de la identidad colectiva. Sin embargo, entre los intelectuales entrevistados se percibe una explicación basada en el «fracaso» de la intelectualidad para servir un mapa cognitivo coherente desde el que filtrar la identidad andaluza. Uno de los motivos que ha sido identificado por algunos de nuestros entrevistados es el papel poco articulador que ha desempeñado la intelectualidad, en parte por la distancia, la dispersión, la división ideológica y la falta de coherencia interna. En parte, este papel es el resultado de una debilidad integradora de los elementos «constitutivos» de la identidad, pero también es el resultado de una percepción «cívica» de la identidad que se aleja de los elementos «étnicos» y profundiza en la dimensión «ciudadana», como se verá más adelante.

«Yo creo que lo que no existe, voy a decirlo en términos políticos, (es) (...) lo que se llama una elite federal. ¿Que es una elite federal? Pues una elite federal es un grupo de personas que piensa más en la federación que en cada uno de los estados, esa elite federal se mueve por los estados tiene

una ubicación, (...) bueno pues en Andalucía no hay una elite en ese sentido, al menos yo echo en falta que exista una comunidad intelectual por ejemplo que se auto-identifique como tal, hay gente dispersa como si, pero las redes sociales están tejidas con debilidad hay cierta atomización de la actividad y yo creo que la articulación es bastante más escasa, más escasa, yo diría que como asignatura pendiente de la comunidad, también es verdad que aquí la pluralidad territorial, la extensión, la distancia y las diferencias hacen que esto sea más complicado, no es lo mismo Cataluña que tiene un centro que es Barcelona que está cerca de los demás, la pequeña corona que los rodea, no la ciudad solo, sino provincialmente y eso genera facilidad de articulación de la elite cultural del país, aquí sin embargo hay más dispersión, luego si nos ponemos en el terreno de la vida intelectual, lo veo, ocho universidades, cada una en un sitio con no demasiado contacto entre ellas, en fin ahí la articulación no la veo tan potente, sinceramente» (EI 02).

«Al final el nacionalismo quien lo forma, son la inteligencia, es decir, grupos de personas que empiezan a pensar y crear esas señas de identidad, ellos lo crean, ellos lo difunden y son las masas las que lo interiorizan y hacen factible lo que surge al nacionalismo en un momento determinado, en este caso pasa exactamente igual, si todo el mundo tuviera una connotación identitaria de que el andaluz es diferencial con... Yo creo que hubiera arraigado, ya llevamos treinta años, hubiera arraigado en la población cierta identidad andaluza diferenciadora incluso, pero es que inicialmente los propios intelectuales no han tenido esa percepción (...) pero desde el punto de vista ideológico yo creo que al no haber una conciencia previa eso se quedó muerto, entonces no hay transmisión, generalización de ideas o de interés» (EI 09).

«Yo intento (...) contrarrestar lo que desde mi punto de vista son tópicos, estereotipos, ideas falsas, tergiversaciones de lo que es y ha sido Andalucía desde el punto de vista social, cultural e histórico y yo creo que es el papel del intelectual (...) de intentar desvelar desde su buen entender y conocer (lo que) está velado, está tergiversado, está oculto, diríamos. Yo creo que ese es el papel, no dar lecciones a nadie, por su puesto ni marcar como mesías un camino yo creo que ese no es el papel del intelectual sino de poner sobre la mesa a disposición del que quiera pues su conocimiento y su análisis de la realidad» (EI11: 22).

«La derecha política nunca le interesó Andalucía, por motivos obvios. Es decir, si como hemos definido, como yo he dicho al principio, la identidad o la conciencia política, para ser más exactos del hecho diferencial andaluz, tiene en su base en un tratamiento asimétrico por parte del Estado, es decir, hay un problema fundamentalmente económico, parece obvio, no? (...) dado su carácter esencialmente económico, y con un sentimiento absolutamente democrático... vamos a ver, la manifestación política de la identidad cultural andaluza, concretamente cuando esto se hace más específico en el 1980 y 1981, en ese periodo del 1979 al 1982, es promocionado por partidos que son anti-franquistas, y por lo tanto vinculados a la democracia, y partidos de izquierda, vinculados a la igualdad territorial. Ese carácter nítidamente de izquierdas sigue subsistiendo en el imaginario andaluz. Aquí hay un problema y es que quien paga las asimetrías del Estado son los más pobres de Andalucía. Aquí el paro es tres veces superior a otras comunidades autónomas, aquí estamos mucho peor, y consecuentemente es un discurso propiamente de izquierda. Democracia e igualitarismo son dos discursos claramente asociados a la izquierda, y dos elementos íntimos que han llevado siempre a la manifestación política de la identidad andaluza y consecuentemente es difícil que esto vaya a cambiar» (EI 14: 9).

La enseñanza es uno de los elementos de socialización de la ciudadanía (junto a los grupos primarios como la familia o los círculos de amigos y actores secundarios como los medios de comunicación). Por tanto, es un instrumento clave de construcción de la identidad regional o nacional (e ideológica). Ahora bien, los entrevistados no perciben que las escuelas hayan desempeñado este papel ni que deban hacerlo con contadas excepciones. En buena medida esto es así porque predomina una concepción fundamentalmente «cívica» o ciudadana de la identidad que es la que, entienden, las escuelas podrían fomentar.

«Hay asignaturas, de hecho todos los colegios se han sumado a la celebración del día de Andalucía, el reforzamiento de los símbolos de la identidad andaluza, yo creo que es una labor también razonable la que se viene haciendo también en el sistema educativo, hay textos también sobre la historia de Andalucía en fin que yo creo que hoy no haría nada especial (...). Yo creo que es correcto, que se puede hacer todo mejor en este mundo, pero que es correcto» (EI 02).

«Desde el punto de vista escolar sería muy interesante que se forzara sobre todo una revalorización de lo que es la historia de España, también en

lo que es proporcional la historia de lo que es cada una de las Comunidades Autónomas porque también tienen su importancia y por su puesto lo que es también Europa o lo que ha sido España en Europa y en el mundo, eso no debemos olvidarlo» (EI 09).

«Es más formas de vida que principios y valores que provengan de una educación reglada, es decir, a través de la escuela, a través de la universidad eso no genera una identidad andaluza» (EI 03: 5).

«Yo creo que las escuelas tienen que educar buenos ciudadanos, buenas personas y gente culta y demás, no hacerles ver que por el hecho de ser andaluces tienen que odiar al extremeño y al murciano que están al lado, esto es lo que yo veo malo de esto de las identidades, es que de pronto (...) un río que atraviesa varias regiones resulta que ahora lo corta cada uno como si fuera una salchicha, a su gusto, eso ¿cómo es posible? Por eso no creo en esto de las identidades y por eso se ha llegado a los extremos que han llegado en las Vascongadas y Cataluña» (EI 06: 13).

«Creo que ahí es clave también en este trabajo yo diría de desmontaje de tópicos, de estereotipos, de ideas falsas (...). La escuela tiene una labor fundamental, darle a los estudiantes abrirle esa mirada, ponerle delante desde donde surgen, desde donde salen y desde donde se producen muchos de los elementos que hoy nos definen colectivamente y ahí claro, la escuela es clave. Entonces sería fundamental, no establecer la obligación digamos de aprender lo andaluz como si fuera un catecismo porque eso es absurdo pero si la información, pero si la apertura de miradas» (EI 11: 17-18).

En esta línea, creemos que sería conveniente desarrollar estudios acerca de lo que se enseña en las escuelas en relación a la identidad andaluza. ¿Se está promocionando algún tipo de identidad? ¿Cuál? ¿Se hace más énfasis en aspectos primordialistas o más cívicos? ¿Qué papel se destina a los derechos individuales y/o colectivos? ¿Qué aspectos de la historia de Andalucía se destacan y cuáles se ocultan?

Al igual que la escuela, los medios de comunicación tienen un potencial enorme de fomento de las identidades colectivas que destacan los estudios más relevantes. Estos actores ponen ante los ojos del público un espejo en el que reconocerse y, al mismo tiempo, transmiten una cierta idea (más o menos vaga, más o menos borrosa) acerca de la identidad. Son, pues elementos relevantes en todo proceso de construcción de la identidad y de vertebración cultural. Por encima de todos destaca Canal Sur que, como

televisión y radio autonómicas, tiene un potencial de fomento de la identidad que nuestros entrevistados no ven cumplido. Por otro lado, se apunta también la carencia de un medio escrito que cubra el territorio andaluz al estilo de lo que ocurre en otras comunidades. Así, se presupone que la existencia de un medio de ámbito autonómico (distribuido en las ocho provincias) puede tener efectos identitarios en la medida en que ayuda a construir lo que Benedict Anderson (1991) denominó la «comunidad imaginada».

Los medios son percibidos como agentes con una misión doble. Por un lado, fomentan la cultura autóctona, favoreciendo la construcción de la comunidad y la vertebración cultural. Por otro lado (y simultáneamente), ayudan a corregir lo que se percibe como problemas identitarios ocasionados por estereotipos diversos y, probablemente, complejos de inferioridad colectivos.

«Radio Televisión Andaluza es quizá la única institución que realmente, no digo que vertebre, pero que sí que llega a todos los sitios y efectivamente consigue tener, si no vertebrada, colgada del mismo sitio a una gran cantidad de gente que se suma a la audiencia que tiene esa cadena, que es importante y que además llega a un tipo de público que es sobre todo particularmente alejado de los centros urbanos y tal. Yo creo que nadie duda que es el papel que tiene que representar. Hay muchos debates acerca de si lo hace bien, lo hace mal, yo creo que lo hace de forma que es mejorable. Es mejorable lo que hacen para reforzar bien lo que es la cultura andaluza reforzar la identidad andaluza, reforzar los valores de esto que llamamos identidad andaluza» (EI 02).

«Sí hay una cosa bastante interesante de Andalucía respecto de los medios de comunicación y no de la televisión. Andalucía es curioso que carezca de un periódico de ámbito regional de cobertura digamos indiscutible. Yo no creo en los monopolios de la información obviamente, pero sí pienso que una comunidad... como existe La Vanguardia en Barcelona un periódico de Cataluña que tiene proyección nacional. En Andalucía no tenemos. Esto es una cosa que se ha estudiado y se ha explicado por el fraccionamiento provincial, también por los problemas empresariales, bueno hay un montón de problemas para explicarlo. Y eso es parecido a la carencia que tenemos de elites intelectuales de ámbito federal, de ámbito andaluz que no son de Sevilla ni de Córdoba sino que nos reconociéramos, me incluyo en el mundo de los intelectuales, nos reconociéramos como parte de esa intelectualidad que es andaluza (...)» (EI 02).

«Los medios de comunicación tenían que forzar en todo caso algo más desde el punto de vista cultural es decir, que la gente incluso conociera algo más su propia tierra. Eso pasa mucho en todos los lados. Normalmente si preguntas a la mayoría de los almerienses si han ido a la Alcazaba seguramente te dirán que no y eso que está ahí al lado y es el referente monumental y arqueológico más importante de la ciudad y lo mismo pasaría en Córdoba con la Mezquita etcétera, etcétera. Entonces yo creo que sí se podría fomentar algo más esa línea de conocimiento cultural de lo que es tu propia tierra, que es muy rica, no solamente de ciudad, también de provincia (...) y yo creo que por ahí sí podría ir, pero no desde el punto de vista identitario, desde el punto de vista político» (EI 09).

«[los medios de comunicación deben] ser transmisores, canales de expresión de las expresiones culturales de Andalucía. Es verdad, tanto los medios públicos de comunicación como la administración en general en el caso concreto de Andalucía sí que tienen particularmente, desde mi punto de vista, una labor de corrección de alguna de las cuestiones por ejemplo ese sentimiento o ese complejo de inferioridad lingüístico. Yo creo que ahí hay un campo tremendo y fundamental para desarrollar. Pero para mí no sería que a partir de mañana todos los presentadores de telediario hablen en perfecto sevillano sino que por ejemplo la promoción (de la diversidad lingüística) (...) ese papel sí creo que tienen que tenerlo las administraciones y muy particularmente los medios de comunicación porque no partimos de una situación de igualdad. Hay un sentimiento de inferioridad o unas carencia no desde el punto de vista del conocimiento de los andaluces, de nuestra propia realidad, nuestra propia historia tremendos (...) los medios de comunicación y la administración si deberíamos en ese sentido intervenir y aclarar determinados tipos de cuestiones, o bueno otras muchas cuestiones o aspectos que tienen que ver con una identidad en cierta manera (...) promoción en el sentido positivo del que hablábamos antes, es decir de reivindicar, poner en valor (...) la puesta en valor, la revalorización de determinado aspectos y cuestiones culturales que han sido durante mucho tiempo además consideradas, también despreciadas como algo de gente baja, ruin, bajos fondos, y ambientes sórdidos» (EI 11: 16).

Claro, que también hay discrepancias acerca del papel de los medios en la construcción de la identidad. Hay entrevistados que entienden que no debe haber fomento de la identidad y que, por tanto, los medios no deberían desempeñar ningún papel: «No

yo creo que no deben tener ningún [papel] y que además eso es provincianismo, el fomentar una identidad distinta, lo que tienen que hacer es abrir a la gente, impartir cultura, enriquecer la cultura en todos los órdenes, científica, histórica, etcétera» (EI 01: 9).

Uno de los instrumentos más potentes de construcción de la identidad colectiva en los estados federales donde se han transferido competencias cruciales como la educación o la creación de medios de comunicación autonómicos, es el papel de la administración, que puede poner en marcha políticas de desarrollo de la identidad regional. Reconocen los entrevistados que ha habido intentos de realizar esta construcción, especialmente vinculados a momentos históricos determinados (campana por el referéndum y participación del PA en el gobierno autonómico), pero también se reconoce que se trata o bien de intentos artificiales o bien innecesarios ya que no se considera que se necesite crear identidad sino potenciar el conocimiento de Andalucía, su cultura y tradiciones (lo que puede ser visto también como una forma de fomento de la identidad) y también la dimensión cívica de la identidad, la identificación con la comunidad política articulada alrededor de una serie de derechos y obligaciones de la ciudadanía. Se percibe un cierto rechazo a la construcción de la identidad «desde arriba» bien porque no se considera conveniente, bien porque ya se ha intentado hacer.

«Yo creo que se han hecho, bueno, intentos por fomentar ese tipo de identidad, yo creo ha sido muy forzado (...) ese esfuerzo de forzar, y valga la redundancia, de establecer criterios diferenciadores, pues no sirvió de nada. Por tanto, las políticas que han seguido los distintos gobiernos en la Junta de Andalucía han sido suficientes para que el pueblo andaluz siga identificado con lo suyo, con su historia, sus ritos, costumbres, su folklore, su religión etcétera, etcétera, y no ha necesitado digamos un empujón paralelo desde el punto de vista político para intentar abrir señas de identidad en el pueblo andaluz» (EI 09).

«No, no, no necesariamente la identidad andaluza es convenientemente, no hay que promover identidades a la fuerza, hay que dejar que la gente genere identidades y que la sociedad deje ver las identidades. Se pueden hacer cosas, de hecho hay regiones que se han esforzado mucho en promover la identidad a través de promover una lengua, obligar a todo el mundo a hablar. Yo no soy partidario de eso en absoluto, personalmente en ese tipo de planteamiento, yo creo que en Andalucía se ha hecho una política cultural razonablemente buena» (EI 02).

«Lo han hecho desde la época de la Transición y desde la época de la transición de la Junta de Andalucía, yo creo que se ha hecho inicialmente desde el partido socialista y el Partido Andalucista tuvo también responsabilidades de gobierno. Yo creo que se ha hecho y que por lo tanto no hay ningún tipo de necesidad. Además, yo creo que la gente lo tiene arraigado» (EI 09).

«Desde las administraciones lo que debería de haber, y digo bien, debería porque creo que no la hay es una actitud abierta y receptiva a las propuestas, a las aportaciones, a las iniciativas que partan desde la propia gente y que las administraciones deben de funcionar ahí como un equilibrador. Bueno, vale ya de sevillanas, vamos a potenciar un poco el verdial que se está... o viceversa, que es esto del verdial, ahora porque tiene que ser verdial cuando las sevillanas. En fin, ahí el papel de asesoramiento, de orientación, de la administración creo que es el más adecuado y el más interesante (...) Si eso se considera promoción, pues en ese sentido me parece que no solo es adecuado sino necesario pero insisto, siempre que tengamos claro que la promoción de una cultura si no la hace la propia gente que le da sentido, que le da cuerpo pues puede llegar a crear ficciones tremendas» (EI11: 16).

«Ese papel de promover, de promover la expresión, el crecimiento el desarrollo de la cultura y no tanto de establecer directrices o programas o líneas cerradas, diseñadas, desde la administración sobre lo que se entiende o se entienda, se considere que es mejor o lo que es más adecuado lo que es más apropiado, porque ese tiene como decíamos antes el riesgo de simplificación y de lesión de la diversidad y de la riqueza» (EI 11: 22).

«No creo que sea imprescindible, no. Prefiero que no la hagan porque el riesgo de que promocionen... es decir, habría que hacer una política cultural (...). Primero que sea respetuosa con todas las manifestaciones culturales, eso es lo primero, y segundo que promocionase la pluralidad y no una de las manifestaciones culturales. Si a mí me forzasen a... o si yo fuese consejero de Cultura, probablemente no promocionaría más que actos culturales, sin matiz. No creo que la identidad de Andalucía esté en peligro como para que haya una política específica al modelo catalán de la una política lingüística» (EI 14:7).

5.11. ¿Qué hacer?

La identidad andaluza, en la percepción de nuestros entrevistados, tiene una naturaleza de acumulación de sedimentos variados que cristalizan en un artefacto social borroso con poca capacidad vertebradora aparente pero que, precisamente por eso, permite desarrollar una dimensión cívica a la que se pueden incorporar elementos identitarios variados que no suelen ser analizados por la literatura dominante. Así, la idea de la solidaridad, un cierto hedonismo, el avance social, la virtud cívica, el progreso científico y otros factores son vistos como elementos vitales para el desarrollo de esa identidad inclusiva, cívica que algunos entrevistados apuntan. En el desarrollo de esta identidad tienen un papel relevante los intelectuales en la medida en que pueden deconstruir ciertos discursos identitarios tiznados de elementos étnicos, pero también las experiencias vitales de la ciudadanía como, por ejemplo, viajar, conocer otras culturas y relativizar la propia. Palpita en las entrevistas una dimensión abierta de la identidad en el sentido de que está liberada de tensiones étnicas y se centra en aspectos ciudadanos, inclusivos, contemporáneos. En cierto sentido, este modo de entender la identidad puede denominarse «post identitario».

«Yo reconozco que debe de haber algo, una especie de argamasa que genere solidaridades desde un punto de vista que estimule la formación de la ciudadanía o la construcción de la ciudadanía e incluso la virtud cívica. Sin eso no, no es posible. Entonces esa cultura nacional, digo cultura nacional en sentido teórico, en el caso de Andalucía, esa cultura nacional tiene que tener elementos cívicos, de digamos de función y tiene que tener su base digamos también cultural pero, resaltando algo que desde mi punto de vista es un hallazgo feliz de la cultura tradicional de los andaluces y es el sentimiento de mestizaje» (EI 14: 4).

«Desarrollar el conocimiento y el orgullo compartido de elementos que no son expresamente de las personas, de un colectivo, de una iniciativa, es decir, sentirnos orgullosos del Parque de las Ciencias de Granada, eso es lo que hay que potenciar, sentirnos orgullosos de la agricultura ecológica en la sierra de Cádiz aunque uno viva en Sevilla» (EI 03: 11).

«Yo creo que el andaluz lo que tiene que hacer es abrirse, viajar, como de hecho está sucediendo con los jóvenes, viajar, conocer, aquí en la escuela muchos chicos hacen los famosos Erasmus pero eso a nivel de estudiantes, a nivel de profesores los PostDoc, son gente que se enriquece enormemente con ese contacto con el exterior y todo eso lo contrasta con ese cúmulo histórico al que hemos aludido y entonces se crea un contraste» (EI 01: 8).

La heterogeneidad de la identidad andaluza, su característica borrosa o inconclusa, o su naturaleza de conglomerado donde confluyen diversos sedimentos históricos puede ser percibida como un lastre a la hora de construir la identidad si lo que se quiere es obtener una identidad clásica, distintiva, quizá excluyente, que sirva de plataforma política. Sin embargo, puede ser percibida también, como algunos de nuestros entrevistados, como un valor, como «el» elemento que asegura una convivencia pacífica de la ciudadanía de procedencias diversas (de dentro y fuera de Andalucía), que enriquece la convivencia colectiva.

«Todas las culturas, todos los pueblos, todos los colectivos digamos, son heterogéneos, son diversos internamente y en ese sentido Andalucía yo diría de manera particular dada su dimensión territorial, dadas sus peculiaridades desde el punto de vista, geográfico, geopolítico, histórico, medioambiental, etcétera, etcétera, etcétera, pues hacen que sea desde el punto de vista cultural una realidad múltiple, compleja y por eso precisamente rica, digamos, creo que lo que determina la riqueza de una cultura o un aspecto fundamental es la diversidad» (EI 11: 4).

«La mezcla, al modo de lo que ocurre ahora por ejemplo en los Estados Unidos se convierte en un valor, ¿no? En un valor que permite la multiculturalidad, la interculturalidad, la pluralidad en definitiva, ¿no? Entonces eso que ha sido una característica, como antes te decía, propia de la cultura andaluza. El andaluz de Almería es distinto pero al mismo tiempo también tiene cierto grado de identidad, me vuelvo a eso, es un valor. Mientras que otras comunidades étnicas se cierran en torno a rasgos muy definidos de, mientras otras comunidades autónomas por ejemplo o políticas se identifican con un ámbito muy cerrado desde el punto de vista étnico, en Andalucía afortunadamente eso puede no ocurrir» (EI 14: 4).

Esa mezcla heterogénea que está en la base de la identidad percibida se combina con otro elemento que perciben algunos entrevistados. Para combatir la imagen folclórica de Andalucía y el estereotipo del andaluz vago o indolente, algunos de los intelectuales se esfuerzan en proyectar imágenes que ponen énfasis en «la modernidad» y «la capacidad de iniciativa» de los andaluces. Se trata de un vector relevante sobre el que algunas de las personas entrevistadas proponen sedimentar también la identidad:

«Yo apelo a la metáfora del sur, la metáfora de la modernidad, la metáfora de la vanguardia investigadora, la metáfora de un territorio que siempre emprendió nuevos caminos frente al cliché barato del folklore de señas de

identidad que son nuestras, a las que no tenemos que renunciar pero que tampoco es todo Andalucía eso» (EI 05: 1).

«[L]a capacidad de iniciativa que hay en la gente que vive en municipios rurales andaluces es muy alta, yo creo que es un valor muy positivo, muy positivo, es decir, mujeres que han conseguido constituir una cooperativa para comercializar productos dermo-estéticos hechos con el aceite de oliva, que es una costumbre inmemorial que han transformado en un medio de vida, eso es muy elogiado y eso afortunadamente cada día se multiplica por exponente y eso en Andalucía es una realidad en esto» (EI 10: 10).

En esta función constructora, algunos de los entrevistados siguen reservando un papel relevante a los intelectuales, que son percibidos como un elemento importante en la esfera pública y que tienen una función en el desarrollo de la identidad, aunque, para algunos de ellos, es una identidad especial, abierta, cívica, incluyente, en cierta medida irrelevante en términos políticos porque se percibe que los problemas políticos importantes pueden ser otros.

«Lo que tienen que hacer los intelectuales es volver a jugar el papel [de] los intelectuales durante el siglo XIX y principios del XX que es implicarse en el debate, en el desarrollo de la sociedad, en denunciar lo que esté mal, en fomentar lo que esté bien y no solo en vivir del cuento y hoy en día nuestra intelectualidad está muy amordazada, muy medrosa, muy subvencionada, muy domesticada, porque es mucho más cómodo no meterse en problemas. Entonces, lo que ha de hacer la intelectualidad es estudiar, analizar, opinar, reflexionar y dar la cara y en una tierra que es donde está la cola del paro (más larga), en Andalucía y en España y buena parte de Europa, el silencio es vergonzoso» (EI 03: 10-11).

«Por lo pronto criticar el discurso de identidad que hay hasta ahora y que sigue siendo dominante, al que yo me refería hasta ahora, un relato sobre la identidad con contaminaciones étnicas fuertes, como ha sido el caso del PA, que lo ha llevado al fracaso, o bien por discursos de identidad que tienen referentes de parte, por ejemplo Sevilla. Entonces los intelectuales tienen una responsabilidad muy importante en la actualidad para intentar justamente redefinir esto en un sentido diferente, más incluyente, como te he estado diciendo hasta ahora» (EI 14: 9).

«...yo creo que hay que pensar en Andalucía como comunidad, hay que pensar en su progreso, hay que estar identificado con los problemas de Andalucía. Yo soy un ciudadano andaluz, hay que promover la ciudadanía andaluza, en el sentido de que todo el que lleve una comunidad que tiene un ámbito de decisión política, que afectan sus decisiones a lo que yo hago y que hacerlo bien es siempre mejor que hacerlo regular o mal. Pues uno debe estar comprometido en esa dirección y hacer que Andalucía progrese, ofrezca más empleo, ofrezca más servicios públicos, tenga mejor nivel de vida y a partir de ahí mejoremos todos. Y yo creo que eso es para mí la identidad andaluza más importante. Y lo que hay que promover, una cierta conciencia de que el que vive aquí tiene que hacer algo porque esta región, tener siempre la región en la cabeza, la comunidad en la cabeza, como parte de su actuación, entonces lo que tenemos que hacer, es simplemente preocuparnos por eso, tener una élite intelectual andaluza que por ejemplo supiese (...) opinar de forma colectiva si hubiese un debate, me da lo mismo, la posición de Andalucía en Europa en este momento, la posición de la industria en Andalucía en posición con la que pueda haber en otros lugares creo que lo que tenemos que hacer es eso, no promover identidades; es que tampoco sabría cómo hacerlo» (EI 02: 24).

6. Imaginando Andalucía. La identidad a través de entrevistas radiofónicas

Esteve Sanz

6.1. Introducción

El presente capítulo analiza las entrevistas contenidas en los libros *Ser Andaluces. Diálogos sobre Andalucía*, editado por la Cadena Ser en colaboración con Unicaja. Los libros transcriben a su vez las entrevistas radiofónicas a políticos y personajes ilustres de la cultura andaluza llevadas a cabo en las tres temporadas (2009, 2010 y 2011) del homónimo programa de la Cadena Ser Andalucía.

Estas entrevistas, que se estudian por primera vez mediante técnicas de codificación cualitativa, ofrecen una puerta de entrada privilegiada para el estudio de las construcción social de la cultura e identidad de Andalucía, contribuyendo así al objetivo general del estudio, que no es otro que detectar los vectores sobre los que se asienta tal identidad tanto en las elites políticas como en la ciudadanía. En palabras de José Gutiérrez Caro, quien fue director regional de la Cadena Ser Andalucía durante la primera temporada del programa, las entrevistas pretenden «abrir un espacio de análisis en el que nuestros invitados reflexionen, de manera sosegada y sin la espada de Damocles que supone casi siempre la limitación del tiempo en la radio, sobre las grandezas y miserias de Andalucía; sobre la pujanza de unos y los inmovilismos de otros; sobre el pasado y el presente, sobre lo que está hecho y lo que queda por hacer». (Ser, 2009).

Las entrevistas, llevadas a cabo en formato diálogo entre dos personas entrevistadas y el presentador, cubren aspectos como el concepto de Andalucía, los tópicos y pre-

juicios, la autonomía política, el futuro nacional... Desde un punto de vista científico, pueden ser consideradas como entrevistas semi-estructuradas sobre algunos de los conceptos clave de la investigación a personajes actuales fundamentales de la elite andaluza. Si bien no controlamos las preguntas de los entrevistadores, tanto el tema general como algunas preguntas coinciden con las que se han hecho en la serie de entrevistas cualitativas estructuradas a políticos e intelectuales andaluces realizadas también en el contexto del proyecto. Las entrevistas de *Ser Andaluces* son pues un complemento ideal del estudio, ya que permiten una codificación de vectores y conceptos menos ordenada pero más amplia, entrando en diálogo analítico (triangulación) con las otras dimensiones metodológicas del proyecto. Dado su carácter público en un medio popular, las entrevistas son a la vez expresión y construcción de la identidad andaluza, mostrando una clara intencionalidad en este último sentido. El examen de las entrevistas de la SER puede proceder identificando al personaje involucrado en la conversación, añadiendo de esta forma un plus analítico a todo el proyecto. La lista de entrevistas puede encontrarse en el anexo del capítulo.

Las entrevistas fueron inicialmente codificadas por Emilio Rodríguez, Manu Portillo, Alejandra Amaya, Alberto Lorenzo, Luis Carlos Pérez-Gironés, Pablo Domínguez e Irene Gómez, todos ellos estudiantes avanzados de Sociología de la Universidad Pablo de Olavide. Cada entrevista fue analizada por dos investigadores. En las dos lecturas se identificaron ideas clave y se extrajeron declaraciones que ilustraban el código detectado. Una vez analizadas, se mantuvieron diferentes sesiones de trabajo conjuntas con los investigadores principales del proyecto para perfilar el presente informe.

Benedict Anderson (1983) anima a un análisis del nacionalismo y el proceso de construcción nacional de base estilística. Más que como referencia a una comunidad «verdadera» que los discursos nacionalistas esconden o enmascaran, Anderson propone enfocar el estudio del nacionalismo a través de los diferentes estilos en que éste imagina la comunidad, una unidad de fraternidad dispuesta «no tanto a matar, si no a morir por un imaginario limitado» (1983: 8). Pero, ¿cómo proceder en tal estudio?

En la conclusión de este trabajo pondremos nuestros resultados en relación a las principales tesis contemporáneas sobre identidad y nacionalismo. En esta introducción proponemos un análisis sociológico cultural (Alexander, 2006) de base durkhemiana de los discursos de las elites, que ponga en evidencia los códigos binarios, sagrados y profanos, que tejen el discurso moral de construcción nacional. Tales tejidos culturales, de lo que es bueno y lo que es malo, de lo que hay que aspirar y lo que hay que aislar y evitar a toda costa, pueden considerarse como estructurales, en cuanto que permanecen relativamente tapados en su proceso de comunicación, pero tienen poder para

estructurar realidades dadas. Llevarlos a la luz implica no sólo poner en evidencia el espacio generalmente conflictivo y contradictorio donde se desarrollan sus narrativas, sino también identificar sus códigos binarios en relación a su campo específico.

En lo que sigue, presentamos un análisis sobre los códigos clave detectados en las entrevistas, un total de cuatro, que a su vez se subdividen en temas más específicos. Los cuatro vectores interrelacionados pero analíticamente distintos son (1) «una identidad abierta», (2) «un mito real», (3) «una modernidad estética» y (4) «una España andaluza». Son vectores que, mediante las estrategias discursivas, precisan aunar elementos que no mantienen una relación evidente, por no hablar de lógica, entre sí. El proceso de construcción de la identidad andaluza, como mínimo tal y como se ve representado en esta serie de entrevistas a las elites políticas y culturales, procede mediante una transcendentalización (por lo general secularizada, o sobre-secularizada, si nos atenemos a los datos de las otras secciones del estudio) de los diferentes elementos que constituyen las respuestas fundamentales a los cuatro enigmas. En el fondo, la identidad es abierta porque sí, el mito es real por qué lo es, la modernidad estética puede existir, y España es andaluza y ya. En la forma, tanto o más importante que el fondo, se van tejiendo en las respuestas asociaciones de lo sagrado y lo profano que acaban dando significado a lo que resulta verdaderamente distintivo del imaginario colectivo andaluz.

Esta proposición define los términos sobre los cuales cabe asentar la discusión analítica sobre el proceso específico de construcción de la identidad andaluza. En cuanto la construcción de la identidad está dominada por un discurso de superación de dualidades, más o menos apoyado en materiales históricos tangibles, explicar la identidad andaluza es exponer el estilo de tal narración, entendiendo tal discurso como generador de adhesiones significativas, más o menos conscientes, por parte de la ciudadanía andaluza.

En este sentido, la construcción de la identidad nacional es en principio más cercana a la ataraxia que a la violencia emocional contra el otro. El discurso identitario, analíticamente singular, pero construido a partir de una pluralidad de voces, es capaz de anular un sentimiento negativo e individualizado para así despertar un sentimiento positivo compartido, siempre bajo la condición de ser capaz de desarrollar una narrativa convincente, plausible, que deshaga nudos psicológicos en cada uno de los miembros de la sociedad, en un proceso no muy alejado del que identificado por Lévi-Strauss en la construcción del mito.

Ahora bien, el estilo del discurso identitario en el cual la colectividad se siente suficientemente identificada viene marcado por la intensidad y los usos de lo profano; por la necesidad más o menos ejercida de utilizar un punto de referencia negativo para solidificar la narración y sacralizar las cualidades positivas de la colectividad. La repre-

sentación de lo que «no somos» o de lo que «no hay que ser» adquiere en cada individuo y en la narración colectiva una intensidad que da el tono a la conciencia colectiva. Siguiendo diferentes referentes de la ciencia social, podemos a partir de aquí definir dos tipos estilísticos ideales de construcción social de la identidad: una identidad «resistencia», donde el acento discursivo se sitúa en lo profano, y una identidad «proyecto», donde la sacaralización de las ideas o códigos clave que conforman la identidad encuentra nuevas vías narrativas capaces de despertar un sentimiento colectivo.

Eso es precisamente lo que vamos a analizar en los siguientes párrafos a través de las entrevistas de la SER. A la contradicción narrativa de una identidad abierta, el discurso andaluz le añade una particular representación de lo cerrado relativamente tenue, consiguiendo de esta forma construir una narración histórica en positivo, celebrando el crisol cultural que dio pie a la nacionalidad. En la superación de las contradicciones del mito real, la intensidad de lo profano toma un tono mucho más poderoso, sugiriendo la necesidad de aislar y deplorar todo aquel que promueva una imagen estereotipada de un andaluz indolente. En el discurso sobre la modernidad estética, se vuelve de nuevo a celebrar el vitalismo como seña de identidad andaluza, atenuando aquellos elementos de contraste negativo que pueden potenciar la narración. En el discurso de la España Andaluza, vuelve el poder de lo profano como estructurador de la narrativa, y la identidad dual se solidifica en referencia a aquellas comunidades nacionales que no son capaces de asimilar la complejidad de tal dualidad. En suma, en el discurso identitario andaluz parece atisbarse un fuerte proyecto que, no obstante, mantiene importantes elementos de resistencia y referenciales negativos.

6.2. Una identidad abierta

Si hubiera que identificar una sola idea, un solo vector al que los entrevistados se refieren invariablemente para definir la identidad andaluza, este sería el de universalidad, el de apertura. Hay sin duda un elemento estratégicamente dirigido en este hecho cualitativo: las preguntas del periodista sobre el tema se plantea inicialmente con poco margen de disensión, puesto que el concepto en sí es complejo a la vez que cargado colectivamente de un tono positivo. Pero eso no debe oscurecer al elemento como algo verdaderamente remarcable en los discursos de los entrevistados, expresado de diferentes maneras y tomando diferentes referentes. Una universalidad general y positiva —«Andalucía es un pueblo muy abierto. Yo creo que es una de las principales virtudes que tenemos los andaluces y andaluzas» (Aído, 42)—, reflejada claramente en la actitud de la población: «Esa idea abierta de Andalucía, donde están las tradiciones pero (también) los ojos muy curiosos sobre cualquier nueva realidad, me parece que es

una buena definición de Andalucía» (Montero, 27); «Así que, el andaluz es universal, tiene una gran visión abierta, es capaz de oír» (Caparrós, 147); «Andalucía es un lugar muy abierto y curioso. Los andaluces son curiosos y por eso se abren a los demás. Y yo creo que sí, que hay una vocación de universalidad muy clara» (Grandes, 183); «Y ahora entramos, hemos entrado en un tiempo que yo llamaría el tiempo del andaluz universal. Y esto es lo que cuento: universal dentro de su propio mundo y universal en relación al exterior» (J. Saramago, 163).

La tendencia a la universalidad y a la apertura identitaria, siendo de naturaleza ambigua y poco definida, ha de elaborarse discursivamente tomando como referencia otros procesos más concretos. Así, en el discurso se distingue una tendencia hacia una voluntad de asociación de la identidad universal a aspectos gradualmente más materiales, llegando al que sea quizá el más interesante y repetido, el referente a la geografía y el clima, donde relucen sin duda elementos de una fuerte carga simbólica.

Entre los más abstractos, se destaca la percepción de la capacidad que tiene Andalucía de incorporar al otro: «Andalucía es una tierra que tiene para todos, para los andaluces pero también para la gente que vive fuera de Andalucía y que ha nacido fuera de Andalucía» (Chaves, 162); así como de la percepción que tiene el «otro» de tal capacidad de acogida: «Eso de llegar a un sitio, y sentirte en tu casa, absolutamente acogido, sin reserva ninguna. Ya de entrada te dan un margen de confianza. Eso es muy andaluz y por eso justamente es por lo que me parece que me siento andaluz adoptivo justamente por eso, porque estás en tu casa en cualquier lado» (Pérez-Reverte, 143); «Desde todos los rincones, llegan a Andalucía. Y llegan a sentirse de esta tierra, a empaparse de ella, y a vibrar, a sufrir y a sonreír, pero a ser partícipes de lo que hay aquí, de lo que ocurre aquí, de lo que pasa aquí» (Aguilar, 19), algo que también se aprecia en manifestaciones culturales: «Tú fíjate si el andaluz es universal, que somos capaces de traernos a Andalucía, y a una ciudad como Córdoba, a cientos y a miles de personas que durante 15 días, en el mes de julio, vienen con su guitarra, de todos los lugares del mundo, a sentir andaluz y a sentir Andalucía. O sea que, que es algo que nos lo muestran y nos lo demuestran: la gente de otros lugares del mundo» (Aguilar, 20).

Los elementos socio-culturales como el flamenco también se movilizan para sacralizar la idea de una identidad abierta y de su mestizaje: «Creo que la vocación universal la tenemos. Además, nos viene con la cultura. Es decir, nuestro máximo exponente musical, que es el flamenco, es una música que está basada justamente en la fusión de culturas diferentes: desde la música que se extrajo desde la India a través de toda Europa por la emigración de los gitanos, lo que los árabes dejaron en Andalucía, y lo que ya existía en España en esa conjunción de esas tres culturas» (Sanz, 14).

Así mismo, la base intelectual de la universalidad andaluza es un elemento común entre los entrevistados: «Blas Infante hablaba de que lo andaluz era universal. Es decir, que no se proyectaba exclusivamente en las ocho provincias que teníamos, sino que salía de aquí» (Arévalo, 87); «Andalucía tiene una capacidad de universalidad cogida de sus grandes hijos, cogida de sus grandes proyectos» (J. Anguita, 132); «Andalucía podría presentar un imponente catálogo de grandes personalidades de talla universal, cuyo andalucismo los impregna de la cabeza a los pies. Están absolutamente extendidos por todo el mundo como un valor fuera de toda duda» (Gabilondo, 74); «Yo creo que los andaluces somos tremendamente abiertos, porque además llevamos siéndolo mucho tiempo. Y a mí me encanta cuando (decimos) ¿quién es andaluz? Pues andaluz [es] quien vive con nosotros» (Pimentel, 15). Nótese aquí la universalidad abstracta de tal afirmación, tranquilizadora y estimulante pero a la vez sutilmente afirmando un nosotros y un ellos.

Ya encaminados hacia una tendencia materializadora, la identidad abierta se explica, según los entrevistados, por factores históricos que siguen marcando el carácter andaluz. El legado de la historia es percibido como una herencia patente en la actualidad y definitoria de la identidad colectiva. «La cultura andaluza es una cultura universal y es lo que le da la grandeza [...]. La universalidad, la aceptación de todas las culturas que han ido pasando por Andalucía es lo que le da a Andalucía una grandeza extraordinaria» (Guerra, 116); «Lo más importante que tiene Andalucía para triunfar en el futuro es la forma de ser de los andaluces. Los andaluces somos profundamente abiertos. Ahí está nuestro origen, en multitud de culturas que hemos ido asimilando» (Arenas, 149); «Es una región que tiene una historia muy característica, la historia le ha dado una gran universalidad» (Guerra, 115).

La materialización gradual de la universalidad se detecta también la importancia de los símbolos arquitectónicos en la configuración de tal identidad: «Y empezar a procurar establecer ese diálogo con la ciudad histórica, porque la ciudad histórica nos proporciona soluciones para problemas cotidianos ¿no? Va marcando una relación muy sutil, muy sutil, que hay que saber escuchar. Y yo creo que, quizás, debiéramos de intentar convencer a la gente que deben de intentar conseguirlo, procurar hacer esos recorridos por las calles históricas de estas ciudades andaluzas para ir escuchando lo que le dice el paso del tiempo. Recuperar esa memoria, en definitiva» (J. G. Calderón, 83). Se busca aquí asociar la identidad a una «conciencia icónica» (Alexander, 2006), donde los edificios y las calles de la ciudad significan valor social, y el contacto visual despierta significado sin necesidad de recurrir a lo profano.

El mestizaje de razas y culturas es también una expresión destacada de la vocación universal del discurso identitario andaluz de base histórica: «Probablemente, la mezcla de

culturas y de razas de Andalucía ha dado siempre una síntesis, a mi juicio, superior que tiene tendencia a universalizarse. Por eso, los valores... y la propia identidad es muy abierta» (González, 14); «Nos han invadido, nos han dejado raíces de todo y donde todas las culturas que suman, genéticamente, en los genes de los andaluces está la sabiduría ancestral de muchas culturas y de muchas culturas que han residido y han creado pensamientos universales» (Galiardo, 93); «Yo pienso que la identidad de Andalucía es la suma de identidades, el mestizaje, digamos, acomodado, acogido, recriado en un medio ambiente, en un medio natural determinado que es amable, más amable que otros, y que nos hace ser a nosotros más abiertos y más expansivos» (Borbolla 110); «Andalucía ha sido cualquier cosa menos un territorio cerrado, acorazado y, por lo tanto, aquí los cruces de sangre, de religiones y culturales han hecho una tierra con una variedad y con una gran hospitalidad y con una gran capacidad para absorber y para mezclar. Yo creo que eso no es un mito» (Méndez, 120); «Nos gusta influenciarnos de otras cosas pero llevarlo siempre al final al filtro de nuestra manera de sentir y vivir, y creo que Andalucía tiene la grandeza de ese mestizaje y esas puertas abiertas a la fusión» (Jean, 187); «Yo diría que es un país por el que ha pasado mucha gente en muchos siglos y todo eso ha dejado su huella, su sedimento acumulativo aquí. Y es justamente lo que le da el carácter a Andalucía. La hace especial y singular. También es una tierra que ha tenido muy mala suerte histórica» (Pérez-Reverte, 142); «[...] no hay sólo una diversidad geográfica o de forma de ser, es una diversidad histórica. Aquí, hay quien defiende que lo más representativo de Andalucía es la herencia romana, otros que la herencia árabe, otros que la castellana, pero todos, a su vez, nos identificamos con todas ellas. De tal manera que esa unidad no es incompatible con muchas diversidades» (Medel, 143); «Nuestro origen, en multitud de culturas que hemos ido asimilando» (Arenas 148); «Pero Andalucía, al final, es un mestizaje glorioso. Es la fusión de gente de todo tipo, procedente de todos los territorios del mundo» (Borbolla, 110); «Y lo bueno es que la gente viene y se queda y dejan ojos azules, dejan usos y dejan costumbre, y eso está bien. ¡Qué seamos tan abiertos!» (Rio, 110).

El mestizaje se refleja también en el concepto de «varias Andalucías». El legado histórico de la mezcla ha arrojado una superposición de sedimentos culturales cuyo conjunto es percibido también como un elemento configurador de la identidad colectiva andaluza que, a modo de caleidoscopio, no cristaliza en una unidad, sino en una multiplicidad de rasgos identitarios: «...yo creo que hay una Andalucía pero que se expresa de formas muy distintas y que le da mucha riqueza esa propia variabilidad interna que además hay que mantener» (Pimentel, 15). «Hay una Andalucía y hay muchas Andalucías. Hay una Andalucía histórica, geográfica, política y administrativa. Existió la bética, Al-Andalus, existe Andalucía y por tanto es una realidad histórica» (Herretero, 170); «Llega a haber tantas Andalucías casi como ciudadanos, porque en el fondo Andalucía es un sentimiento y el sentimiento que cada ciudadano tengamos de ella

constituye para nosotros una Andalucía» (Herrero, 170). «Yo creo que cualquiera que nos esté oyendo va a entender la palabra vertebración. Yo pienso que Andalucía es un país, una región muy extensa, mayor que algunas naciones europeas, y que hay diversidad de identidades: la misma variedad física, del llano a la montaña, o del mar a las cumbres, ha creado también una suerte de diversificación de personalidades» (Bonald, 116); «Yo quería decir antes con respecto a lo que decíamos, es que Andalucía es muy contrastada. Andalucía es el contraste puro, eso le da la riqueza...» (María Pagés, 63).

El legado histórico cristaliza en una percepción de la identidad colectiva no homogénea, no necesariamente unitaria, sino diversa y plural, salpicada de manifestaciones culturales diversas en un territorio definido, con unas condiciones medioambientales que también afectan a la generación de la identidad.

El clima o/y la geografía son dos factores a los que se los entrevistados se refieren para explicar tanto la identidad andaluza como su configuración abierta: «...hay diversidad de identidades: la misma variedad física, del llano a la montaña, o del mar a las cumbres, ha creado también una suerte de diversificación de personalidades, ¿no? Y, por lo tanto, yo creo que esa identidad es muy compleja» (Caballero, 115); «Todo el mundo podía tener otro tipo de materia prima, pero nosotros tenemos un elemento que es el clima, y eso, la verdad, que nos hace ser distintos» (Caparrós, 150); «Tenemos nuestras tradiciones, tenemos nuestras costumbres, somos gentes hechas para la conversación para el diálogo. En eso, ayuda muchísimo, muchísimo el clima. El clima, que marca la forma de ser de tantos pueblos y tantas tierras del mundo, y somos gente dispuesta siempre a oír» (Arenas, 149). El mar, y los diferentes accidentes geográficos que lo separan toman aquí una dimensión especial: «...su identidad se debe a la extraordinaria situación geográfica que tiene. Andalucía es la única parte de España, de Europa, que da a dos mares universales: el Atlántico y el Mediterráneo. Y, por los dos, nos han venido o hemos llevado culturas a otras partes del mundo. No se trata, por tanto, de una situación geográfica, sino de una situación geográfica que explica la manera de ser de los andaluces» (Clavero, 86); «Andalucía, como territorio del espacio y como territorio del alma, es perfectamente identificable y absolutamente indefinible, es un faldón del mundo, una llave del mundo... Yo la vinculo de una manera muy directa con el Estrecho, que sí que es una de las cerraduras del planeta, uno de los lugares básicos y esenciales para conocer el futuro que podamos tener ¿no?» (Calderón, 73); «Pocos pueden presumir de este bagaje cultural tan rico, tan hermoso, tan vasto y tan amplio. Yo siempre he mirado al Mediterráneo con pasión porque no en vano fue el *Mare Nostrum* donde nos vino toda la cultura clásica, pero quién no mira al Atlántico con verdadera vocación cuando hablamos de Iberoamérica. Por tanto, yo creo que Andalucía es una cultura universal» (Alonso, 78); «Andalucía es la única región europea que es, al mismo tiempo,

atlántica y mediterránea» (Griñan, 184). La frontera, como vemos en esta cita, es también un factor que diferencia Andalucía del resto: «[...] yo creo que somos gente que tiene una mirada más amplia, especialmente la gente que es de fronteras, y aquí tenemos dos de fronteras: él con Portugal y yo, del Campo de Gibraltar, con Gibraltar y con Marruecos. Es decir, la gente fronteriza tenemos una mirada más amplia del universo que puede tener una persona en Castilla-León» (Chamizo, 33); «Tenemos otra cosa, que no hablamos normalmente, pero que es fundamental, que es nuestra situación geográfica y nuestro clima, que ese, además no se puede comprar. Nuestro clima no se puede comprar ni expropiar por una multinacional, y esto nos da una ventaja comparativa importante en muchas cuestiones y también nos impone unas obligaciones y unas cargas: nuestra consideración de frontera sur de Europa» (Bueso, 61).

El río y el agua son también aspectos cósmicos que algunos entrevistados destacan: «Andalucía es una manera de estar en el mundo. (...) pero básicamente Andalucía es el producto del paisaje, por supuesto, y es producto... yo digo que el Guadalquivir es nuestro padre... es producto de la capacidad de contacto con otros mundos» (Borbolla, 110). El clima y la naturaleza andaluzas adquieren de esta forma un tinte sagrado, capaz de abarcar todas y cada una de las energías colectivas de los individuos que están en contacto con ellos, contribuyendo así a sacralizar aún más la idea de una identidad abierta en el centro del imaginario colectivo andaluz.

En efecto, la epítome simbólica de lo abierto bien podría llegar con las referencias al aire, la luz, y la atmósfera, elementos físicos que todo lo incluyen y que aparecen como fenómenos naturales evocadores que articulan también el discurso sobre lo que define Andalucía: «...y cuando entro en Andalucía y es que huele, el aire, ¿no? La claridad de la atmósfera, el cielo azul, es que huele a tierra mojada y a mí me encanta cuando huele a tierra mojada. Yo creo que Andalucía curiosamente inspira una enorme libertad, ¿no? Una enorme libertad. Yo creo que se huele en el ambiente» (Pacheco, 126); «Para mí Andalucía representa tiempo, para mí representa relax, representa luz, representa aire...» (Jean, 183); «Yo me siento, cuando estoy fuera de aquí, necesitado de dos cosas sobre todo: la luz y la atmósfera [...] Comprendo que cada uno es muy acendrado del lugar en el que vive, pero el mío es el andaluz, es el sevillano, y yo me siento Sevilla, Cádiz, Málaga... me siento falto siempre de esa luz, de esa atmósfera» (Guerra, 117); «Somos gente de la calle y disfrutamos más de la calle, disfrutamos, a Dios gracias, de un día largo, que tenemos un día largo, con una luz especial, con un ambiente, no sé, distinto, amigable, ¿no?, donde hay que disfrutar de la gente que tienes a tu lado, y hay que disfrutar» (Arcángel, 33); «La gente vive mucho el exterior. Las terrazas de los bares son un modo de encuentro, una forma de encuentro, y de charla y de conversación. Y es verdad que eso es lo que caracteriza a los andaluces: estar de una manera distinta en la vida» (Griñan, 175).

Pero más allá de este anclaje material-discursivo de la identidad andaluza, ¿qué constituye lo cerrado, lo profano sobre lo que se construye parte de la narrativa? Aquí encontramos referencias explícitas al «nacionalismo», entendido como ideología políticamente excluyente que, a juzgar por otras secciones de nuestro estudio, bien podría referirse implícitamente a la percepción que tienen los entrevistados de los procesos de construcción de la identidad en otras comunidades españolas: «El nacionalismo andaluz, y es el que predicó Blas Infante, clarísimamente es un nacionalismo no excluyente. Desde luego, por RH, aterra ¿no?» (Pimentel, 15); «En Andalucía hay un ejercicio de lo que podríamos llamar nacionalismo de la conciencia nacional, o de la conciencia propia, muy sano, muy poco excluyente ¿no?, muy incluyente» (Grandes, 183); «No, pero yo iba a hacer un uso de ese concepto que los nacionalismos usan para reafirmarse que es el hecho diferencial, y yo creo que el hecho diferencial andaluz consiste en no hacer diferencias. Es decir, en estar abiertos siempre, en ser realmente radicalmente universales, en no poner fronteras, en ser una tierra abierta y ser una tierra de gente que tiene una mente abierta. [...] Andalucía es eso, una tierra sin fronteras, una tierra de acogida» (Lobatón, 137); «Somos hoy 8 millones de habitantes, y somos una tierra que tiene una ubicación, una naturaleza y una forma de vivir, que también produce eso. Porque también es verdad que Picasso se va a Barcelona, pero no olvida el azul del cielo de Málaga. Se siente malagueño» (Gómez, 104); «Y, luego, Andalucía es una tierra, yo creo, muy, muy solidaria. Siempre estamos, aparte de toda esta política social... transversalmente se van creando otro tipo de ramas, de organizaciones no gubernamentales, de grupos de gente que se une de una forma solidaria ante las injusticias. Y creo que eso define mucho al pueblo andaluz...» (Vega, 45); «No somos, para nada, egoístas, sino que siempre estamos invitando a los demás: ¡venirse pa la playa! ¡Venirse pa nuestra feria! ¡pa nuestra Semana Santa!» (Vega, 43); «Lo que no es universal es el catetismo, es cerrarse en la propia frontera de uno mismo» (González, 14); «Una Andalucía solidaria, que lo ha sido siempre. O como decía Luis, aquí la monstruosidad no es muy fácil de ocultar, la convivencia es uno de los valores de esta sociedad» (Ríos, 34); «Es verdad que Andalucía, como dice nuestro himno, está mirando siempre a la universalidad, a la humanidad. En ese sentido, nosotros no queremos encontrar en nosotros mismos una identidad por un proceso de diferenciación, sino por un proceso inclusivo» (Griñan 183); «Lo que yo destaco más de Andalucía es que aquí existe lo que llamo patriotismo histórico, no patriotismo nacional, sino patriotismo histórico abierto y generoso. Aquí hay una conciencia de que ha pasado mucho tiempo y muchas cosas y todo en un patio de vecindad en el que todo el mundo era conocido. Y es abierto» (A. Pérez-Reverte, 143); «Y los que tratan de hacer una identidad cerrada se equivocan porque lo que nos refuerza es ser muy abiertos y muy universales, y con mucha capacidad para absorber cosas» (González, 14); «Lo más contrario de la universalidad es tener unas señas de identidad que se quieran afirmar

a base de exclusión de otras. Lo andaluz es precisamente todo lo contrario. Es una cultura que se ha hecho a base de incluir muchas culturas» (B. Medel, 143).

En suma, el discurso de la identidad abierta andaluza sacraliza sus elementos clave fundamentalmente mediante referencias históricas y materiales, pero sutilmente incorporando lo profano como contraste: «La cultura andaluza es una cultura universal y es lo que le da la grandeza, no tienen problemas identitarios, problemas de chocar con otras identidades. A mí me parece que la universalidad, la aceptación de todas las culturas que han ido pasando por Andalucía es lo que le da a Andalucía una grandeza extraordinaria» (Guerra, 115).

Es interesante observar como el elemento de «solidaridad», común por otra parte a todas las sociedades estructuradas culturalmente, se pone claramente de manifiesto en el discurso andaluz, algo que queda también ampliamente contrastado en las otras partes del estudio: «[...] te das cuenta que no, que en la gente hay palabras como caridad, compasión, solidaridad, lealtad, vecindad que siguen siendo válidas aquí. Y eso es lo que hace que a mí Andalucía me reconcilie mucho con la vida» (Pérez-Reverte, 143). «Andalucía ha sabido resistir, a su manera, los momentos malos de la dictadura. Hay un sentido de la solidaridad entre las familias, de la gente, del pueblo, y luego tienen una memoria maravillosa de la historia. Solo los que hablan en tópicos pueden ver una parte que no es la Andalucía real: Andalucía es alegre, pero es seria» (Gómez, 101). La idea de «solidaridad» parece aquí vehicularse hacia la plena superación de una identidad de resistencia, contribuyendo a consolidar el proyecto de una identidad abierta.

6.3. Un mito real

Lo profano, lo malo, lo que debe aislarse se sitúa en el centro del mito real, la dimensión de la construcción social de la identidad andaluza que más elementos de resistencia presenta. El mito real es un clamor colectivo reactiva al tópico —solo cuando tal clamor llega a su esplendor se propone una relectura en clave proyecto—. La génesis de la idea del mito real es sin duda lo profano, un rechazo frontal a una imagen esteotipada del andaluz que desemboca en la celebración de un mito más «real».

Los elementos de tal análisis emergen de inmediato: «...hay alguna forma superficial de entender o creer entender Andalucía que no la beneficia, porque la reduce [...], la reduce al tópico» (Chávez, 163); «...los tópicos caen como una piedra y te impiden ver la realidad... hay que combatir el tópico y hay que separar definitivamente a esta tierra del folclore barato» (Montero, 29); «Y, ¡claro!, se nos endosó ese típico de andaluz,

andaluza, gracioso, chistoso o chistosa, y poco más, se nos decía que no sabíamos trabajar, que éramos gente que no construíamos nuestra propia tierra, y durante muchos años, eso empapó a mucha gente, y caló en muchos lugares de España» (Aguilar, 21); «...el tópico ha sido una desgracia para Andalucía porque distorsiona la realidad con todos sus factores negativos y positivos» (Chaves, 163); «Quiero que nos quiten ya el *sanbenito* ese del folclore, del gracioso, del que trabaja poco, de esa historia tan fea que afortunadamente ya son menos» (Mercé, 126). Los elementos clave del tópico quedan apuntados en esta última cita.

¿Dónde aparece la idea tópica de Andalucía? ¿Quiénes son responsables? Hay aquí una variedad de respuestas, que pasan por identificar a los propios andaluces o a otras autonomías como responsables de tal discurso. Sin embargo, el régimen Franquista toma aquí de nuevo un tono profano prominente: «Aquí, hay que pensar que durante muchos, muchos, muchos años, a Andalucía se la expresó con un típico tópico, porque interesaba entonces al régimen que no desarrollara Andalucía y los andaluces y andaluzas, toda la capacidad de crear y de construir que tenemos en esta tierra. Y, ¡claro!, se nos endosó ese típico de andaluz, andaluza, gracioso, chistoso o chistosa, y poco más, se nos decía que no sabíamos trabajar, que éramos gente que no construíamos nuestra propia tierra, y durante muchos años, eso empapó a mucha gente, y caló en muchos lugares de España.» (Aguilar, 22).

Se percibe también que los discursos elaborados en otras autonomías del Estado están implicadas en la construcción del tópico: «...aquí ha habido un problema de autoestima muy fuerte [...] Y hay una baja autoestima, una baja autoestima que además se retroalimenta porque esa opinión la difunden y la amplifican aquellas otras regiones o medios de comunicación de otras regiones que tienen esos medios de comunicación de los que carece Andalucía» (Royo, 106); «No es por nada, yo me levanto todos los días... me acuesto tarde, pero no por trasnochar de fiesta, me acuesto porque no me puedo dormir bien, y me levanto muy temprano, y me pego trabajando todo el día... y no soy vasco ni catalán» (Amigo, 21); «Ese existe, existe fuera de Andalucía, es muy triste y entre unos y otros, lo hay. El de comunidad subsidiada es, en el ámbito político, muy fuerte y algunos importantísimos líderes catalanes continuamente lo han vuelto a sacar a escena con gran irritación» (Pimentel, 22); «Y esa imagen que, a veces, se proyecta de Andalucía en el exterior, incluso en otras provincias de nuestra España, a veces no coincide con mi propia visión de Andalucía» (Vega, 43).

También los propios andaluces son percibidos como los agentes activos de la creación y mantenimiento de ciertos tópicos que son unidos indisolublemente a la identidad andaluza: «Nosotros también somos creadores de tópicos. Nosotros, la ciudadanía an-

daluz también se ha apuntado a una especie de estereotipo» (Ríos, 30); «Bien, es un problema nuestro, que creamos nosotros. Esa es la imagen que nosotros exportamos... la imagen que damos...» (Becerril, 133); «Hemos tenido mucha culpa los andaluces en el tópico. Yo una de las cosas que más me subleva es cuando los demás nos imitan desde fuera, pero hay algo que lo supera que es cuando los andaluces nos imitamos a nosotros mismos. Esa realidad no es tal (...) Pretende ser gracioso sin serlo» (Herrero 172); «Nosotros también los andaluces, a veces, hemos podido fomentar esta imagen de pandereta que, en ocasiones, se puede tener fuera de Andalucía de nosotros mismos... pues a través de los chistes, a través también, yo que me dedico la música, de muchas temáticas de algunas canciones o algún tipo de canción. A veces no hemos cuidado el lenguaje, la forma de expresar las cosas, nuestra estética... por esto de que, bueno, parece que tenemos que estar cortadas todas por el mismo patrón las andaluzas... y hablamos con las manos, yo tengo mi acento andaluz, gesticulo, por supuesto, pero no...» (Vega, 43); «Intentamos salir de una imagen pero, sin embargo, la utilizamos como bandera» (Antiñolo, 52). Se detecta entonces una situación relevante: la identidad se percibe como un artefacto al que se le han apegado unos estereotipos desde fuera, pero también desde dentro se contribuye a mantenerlos. La combinación de estos dos elementos parece redundar en la permanencia de los estereotipos y, a medio y largo plazo pueden no ser eliminados como categorías analíticas para la población.

También encontramos reflexiones sobre la responsabilidad de los medios de comunicación, agentes fundamentales en la proyección y construcción simultánea de una imagen de la esfera civil andaluza: «Todavía vemos algunas de las desconexiones que se realizan por parte de los informativos nacionales cuando tratan algún tema de Andalucía y siempre tratan de situarse en el tópico, en el estereotipo, en el andaluz gracioso... en la Andalucía de la siesta, de la algarabía, de la guasa. Y creo que somos todo eso y además muchísimo más... sin renunciar a la manera de divertirnos que tenemos en Andalucía... (Aído, 43); «[...] yo estoy constantemente luchando en los medios en los que me desenvuelvo, tanto en televisión, como en teatro, como en el cine, por demostrar que los andaluces somos serios, somos trabajadores, somos puntuales y somos gente de la que se puede uno fiar muchísimo» (María Galiana, 89). Cabe remarcar aquí que el discurso mismo es parte de los medios de comunicación, ya que las entrevistas fueran registradas en un medio radiofónico.

Una vez culminado el rechazo frontal del tópico, lo que más caracteriza la identidad andaluza en este aspecto es la voluntad de retejer sus códigos culturales hacia la dirección opuesta. La intención de sacralizar un mito más «real» aparece articulada mediante diferentes estilos retóricos, siempre con referencia a lo que hay dejar en el

pasado, a lo profano: «A pesar de lo mucho que ha cambiado Andalucía en los últimos años, en las últimas décadas, sin embargo, siguen persistiendo estereotipos de una Andalucía que no tiene nada que ver con lo que fue en determinados momentos. Todavía se tiene una imagen muy diferente de los andaluces y no coincide con lo que somos en la actualidad. No se valora esa capacidad de superación» (Aído, 43). «Pero, ¿quién levanta la economía alemana, francesa o catalana? Son andaluces. No solamente tenemos la grandeza de la cultura, del saber y del hacer, del cantar y del arte, sino también la del trabajo. Es un tópico contra el que yo me rebelo, cuando me dicen: es que los andaluces cantáis... Digo ¡no!, es que sabemos hacer las cosas hasta cantando, el que puede cantar. Y es muy importante eso: la aportación de Andalucía» (Grandes, 104); «Afortunadamente, ya llevamos otros muchos, donde hemos podido demostrar que eso, sencillamente, era una mentira más de aquel régimen, y que Andalucía es grande, y que los andaluces y las andaluzas son capaces de llegar a lo más alto de la cima, que es crear, convivir y tender la mano a los demás» (Aguilar, 22); «Creo que hay que procurar ser típico sin caer nada en el tópico. Ser típico en el sentido de seguir nuestras costumbres, de nuestras tradiciones, de vivirlas y estar en ellas con la finalidad de lo andaluz» (Herrero, 172); «Creo que nos tenemos que rebelar con la gente que quiere hacerse el gracioso con los andaluces, y bueno, transmitirle que somos gente, que cuando tenemos que ser serios somos como el que más. Somos muy competitivos, muy profesionales y cuando tenemos que tocar las palmas, las tocamos, porque eso va en nuestro arte también» (Caparrós, 150); «Hemos tratado de identificar siempre a Andalucía con un folclore determinado, y con la gracia, la risa, la sal gorda. Yo no digo que Andalucía sea eso también. Puede serlo, pero eso no es Andalucía: Andalucía son muchas otras cosas» (Griñan, 178); «Nosotros no somos tan simpáticos, ni tan graciosos, como a veces nos quieren vender. Somos, a veces, yo creo que somos más trascendentales, más serios y no somos esa caricatura que muchas veces, intentan denostarnos intentan explotar de lo que es Andalucía» (Pacheco, 126); «Andalucía hoy en día está muy, muy, muy asentada ya y la gente sabe ya que el pueblo andaluz es un pueblo sobrio, serio y gente con una energía positiva y gente muy solidaria en todos los aspectos» (Mercé, 126); «[Hablando de Antoni Tàpies] Reconoció que él nunca había visitado Andalucía y que se quedó sorprendido cuando conoció Andalucía porque él todavía creía que la gente iba vestida de negro, que iba todavía con los burros por las calles, etc.» (Saramago, 164); «El andaluz auténtico no es el dicharachero, el gracioso, el extrovertido, en cierta manera, el holgazán, sino que el andaluz verdadero es el andaluz de Antonio Machado y de Luis Cernuda: un hombre ensimismado, ciertamente melancólico, como yo lo soy en el fondo» (C. Bonald, 119). Dentro de la diversidad de las nuevas imágenes del mito real, lo que caracteriza los diferentes discursos es el rechazo frontal al mito antiguo.

Sin embargo, hay una voluntad explícita y bastante unitaria de situar la imagen del andaluz trabajador en el centro del nuevo mito real, al que se llega precisamente por resistencia al tópico: «El andaluz es, en general, un pueblo culto y trabajador... yo nunca he visto trabajar más, en condiciones más difíciles que he visto trabajar a los andaluces. Y este lo decía mi padre, un cántabro» (F. González, 18); «No hay nada que me irrite más que el topicazo absurdo de la pereza andaluza. Son blocajes de una pseudo identidad que no tiene nada que ver con la realidad» (Lledó, 70); «En Alemania, las primeras oleadas de trabajadores españoles, en su mayoría andaluces, trabajaron como los mejores trabajadores alemanes ¡Qué pereza! ¿Verdad? ¡Qué pueblo tan perezoso!» (E. Lledó, 72); «Los andaluces somos profundos amantes del trabajo, del trabajo bien hecho, le unimos la improvisación, la capacidad de la respuesta rápida...» (J. Arenas, 147); «La imagen de España cuando hablamos de tradición es el toro y el flamenco, pero la imagen de España cuando hablamos de tecnología suelen ser El País Vasco o Cataluña» (Antñolo, 51); «Es un buen momento para que los andaluces podamos derribar todas esas etiquetas que nos han puesto; quizás ahora hay que empezar de cero, auto reinventarse, a cobrar energía, a arrimar el hombro todos y yo espero que Andalucía responda y ojalá que de aquí a cinco o diez años, esos datos históricos del vago, de la fiesta, del fiestero, del andaluz, queden como una leyenda olvidada» (María, 189); «Los tópicos hacen mucho daño, contante y sonante. No solamente lo que nos podamos sentir los andaluces ofendidos por estas cuestiones típicas de si es una tierra donde se trabaja poco, la tierra subsidiada, la tierra indolente, analfabeta... o sea, eso no es solamente un insulto que no se corresponde con la Andalucía de hoy, sino que al final eso hace un daño a las inversiones y al atractivo que pueda tener Andalucía para que pueda venir gente para que nuestra capacidad de atraer empresas o de atraer cualquier proyecto empresarial potente» (Moreno, 122); «La situación de retraso de Andalucía es el resultado de una alianza entre grupos dominantes de Madrid, Cataluña, El País Vasco y Andalucía, alianza mediante la cual Andalucía proporcionaba, por así decirlo, productos agrarios y mano de obra barata, y los otros proporcionaban la industrialización y los servicios, digamos, de alto nivel» (Borbolla, 115); «Yó creo que ese es un tema que a mí me molesta y sobre todo cuando ves que precisamente los embajadores de Andalucía en el mundo son los trabajadores andaluces. Están muy bien considerados» (Méndez, 122). El andaluz trabajador aspira pues a ser un agente de proyección exterior del mito real.

Además, para construir el nuevo mito real, hay que volver a la historia más temprana, la de las pinturas rupestres y los primeros pobladores, y proseguir hasta la contemporánea, dando una nueva continuidad narrativa a la biografía de la nación: «...como pueblo somos, probablemente, y si nos atenemos puramente a la ciencia arqueológica, ¿no? de los primeros reinos de la antigüedad y se remonta desde entonces, y ese pueblo cultural ha

ido teniendo una serie de características comunes a lo largo de la historia [...] configura, pues, una corriente cultural que ha sido más o menos constante a lo largo de los siglos» (Pimentel, 13); «En Andalucía tenemos el mayor número de manifestaciones de arte rupestre de España» (Aído, 46). «Coincido con Javier en que Andalucía es un referente. Dentro de la historia de España, inevitable. Es decir, no puedes excluirlo, está en todo momento de la historia... Y luego, tiene todo el arte. Es una tierra con unas señas de identidad que le vienen de antiguo, unas señas que no son por acumulación, sino por integración» (Gómez, 101); «Andalucía, su historia es también su cultura, su literatura, su arte, sus pintores» (Chaves, 163); «Y en los momentos más importantes, en los que se ha estado afirmando España como unidad política, Andalucía ha sido una pieza clave. En primer lugar en su idioma, el español, el castellano. Si no llega a ser por la conquista de Andalucía, evidentemente, se habría quedado como un idioma anquilosado, parado, que realmente no sería el que es. Es la conquista de Andalucía, lo que supone el enriquecimiento de Castilla, la pauta sevillana, andaluza, y que es el idioma que luego se lleva a Canarias, y de allí va a América... Eso es lo que ha hecho que el español sea lo que es» (Royo, 102); «Y hemos tenido todos los momentos. No digamos lo que fue en el momento de la invasión napoleónica y en la afirmación de la España contemporánea, el papel que juega y que se hace desde Andalucía: la Constitución, no por casualidad, es de Cádiz, pero se fabrica básicamente en Sevilla» (Royo, 103); «Yo pienso que la clave de Andalucía está en su patrimonio histórico. [...] para mí, esa mirada hacia lo que ha supuesto Andalucía, lo que ha sido esa encrucijada de culturas [...], el patrimonio que tenemos, yo creo que no hay una región en el mundo, ni siquiera la Toscana, que tenga el patrimonio andaluz, porque la diversidad que ofrece no se ofrece en ningún otro lugar del mundo» (Calderón, 82); «Desde el final del siglo XVIII, que empieza un declive, que pierde población a raudales... que se convierte en una tierra en la que hay unas elites fantásticas, pero, al mismo tiempo, hay una enorme cantidad de jornaleros y de gente que vive en una situación muy miserable» (Royo, 106); «La historia de Andalucía ha sido muy difícil. Hemos vivido en unas condiciones económicas y de miseria muy duras. Hay muchas comunidades que reclaman la factura del franquismo» (Montero, 28). De nuevo, el franquismo entra a colación, vinculado a lo profano.

Hay también que repensar el folclore, las manifestaciones y rituales colectivos que definen lo andaluz, y su posición «real» en la estructura cultural de Andalucía. «...yo entiendo que las exhibiciones de nuestro folclore, que son interesantes: la Semana Santa sevillana, la cordobesa, y el Rocío... pues es importante, pero usted coge los medios de comunicación y es superabundante, excesivo, ¿eh?, hiperbólico, exagerado, y contraproducente para la imagen de Andalucía» (Anguita, 133); «La fiesta es creatividad, es arte, es alegría, es expresión de todo lo que significa esa inteligencia natural que tiene el pueblo andaluz. Y en ese sentido, yo creo que Andalucía se ha ganado a pulso el que

ahora nos miren de otra forma y nos vean de otra manera» (Aguilar, 18); «¿Qué idea se tiene de Andalucía, de la gracia andaluza? Pues siempre se tiene, se habla como del chiste del señorito, cuando, por ejemplo, están las chirigotas que son una cosa de una finura y de una sutileza... El carnaval en Andalucía, específicamente en Cádiz, genera una cantidad de ingenio todos los años de una calidad extraordinaria, ¿no? Pero eso pesa menos que el chiste fácil y barato de la flamenca y el señorito, y es una pena» (A. Grandes, 181); «Entonces, yo creo que el pecado de Andalucía muchas veces y en eso Sevilla es un ejemplo clarísimo, Sevilla como ciudad quiero decir, que es mirarse el ombligo, ¿no? Limitarse a ser de la Feria de Abril al Rocío y con la Semana Santa y ahí estamos todos metidos dentro y estamos encantados de conocernos pero fuera de aquí no nos importa nada el mundo, ¿no?» (Pérez-Reverte, 150); «Lo que es irritante, incluso nocivo para Andalucía, no es que se transmita una imagen que tenga que ver con el folclore, con la fiesta, con una forma específica de diversión, sino que siempre se hace con insistencia en una variedad especialmente vulgar y barata de eso» (Grandes, 181); «Tiene un folclore tan singular, tan propio y con tanta fuerza que ha trascendido nuestras fronteras: no ya desde el tema del turismo sol y playa, sino nuestros monumentos, nuestras tradiciones» (Escuredo, 60).

Y volver a los autores que verdaderamente captaron la esencia de Andalucía: «...representa una metáfora: la Andalucía que yo he leído en escritores como Rafael Alberti, Federico García Lorca, Luis Cernuda...» (Montero, 27); «Se entiende mejor Andalucía por la lectura de Antonio Machado» (Saramago, 163); «[...] y debo decir con tristeza que la mala imagen de Andalucía, en gran parte, ha venido de los viajeros clásicos que vinieron por aquí y no vieron más que el baile, o los toros, o la gracia, el chiste... pero es que se fueron sin haber comprendido la esencia de Andalucía, verdad? Y una de las cosas que más me han dolido a mí también ha sido los que nos califican de indolentes» (Manuel Clavero Arévalo, 91).

El inicio del proceso de construcción del mito real de Andalucía no deja lugar a ambigüedades: acontece mediante un discurso que asocia al tópico y a sus propagadores con lo profano; una idea que hay que aislar y sustituir. El fuerte componente de identidad de resistencia se puede trazarse de nuevo a las heridas abiertas por el Franquismo, al que las elites andaluzas responsabilizan de la propagación del estereotipo andaluz. Un resultado más delicado, por lo que puede comportar de división entre el pueblo y sus elites, es cuando las elites entrevistadas identifican un elemento interno en el proceso de apego de los estereotipos a la identidad. Entonces, manifestaciones empíricamente masivas de la cultura andaluza como la Semana Santa se expresan en términos racionales, bordeando de esta manera lo profano y debilitando en cierta manera el proyecto de un nuevo mito real.

6.4. Una modernidad estética

Sin embargo, la sustancia cultural del nuevo mito real propuesto por las elites andaluzas, de una identidad proyecto, aún relativamente tenue pero con creciente relevancia, bien podría caracterizarse como el de una «modernidad estética», que aúne valores ilustrados de trabajo, ciencia y razón con una dimensión hedonista, creativa, emocional y artística que se percibe como fundamental de la identidad de los andaluces y andaluzas. Se trata de una reivindicación extendida que combina los elementos característicos de la fábula de la hormiga y la cigarra: una identidad, un nuevo mito real que sume los aspectos de la modernidad (trabajo, esfuerzo, ciencia, razón) a los fenómenos creativos que se perciben como abundantes y definitorios.

«Sustituir el tópico del retraso y del folclore barato por una metáfora que sea de una modernidad profunda» (García Montero, 33); «Andalucía debe caminar hacia la modernidad sin perder su esencia, sin perder sus claves, sus raíces» (Vega, 49); «...y la gente, además, en eso también se confunde porque quiere hacer racional la identidad, y la identidad y la identidad es un elemento fundamentalmente irracional» (González, 15); «No solamente tenemos la grandeza de la cultura, del saber y del hacer, del cantar y del arte, sino también la del trabajo» (Gómez, 104); «Hacia la modernidad sin perder su esencia, sin perder sus claves, sus raíces. Yo creo que estamos caminando bien. Somos una tierra abierta al mundo, pero que conservamos, sabemos conservar nuestra identidad o, por lo menos, estamos luchando por conservar nuestra identidad» (Aído, 46); «...hay unas raíces en la historia, y en las personas cuentan también los sentimientos [...] mi tierra, también aparte de la racionalidad, era el sentimiento y la cultura que había mamado. Y eso también forma parte de mí, de mi bagaje... eso me une también a mi tierra» (Anguita, 132-133); «Yo, por eso, digo que los andaluces que he conocido [...] se han encontrado de pronto con que en su tierra tienen que sudar su progreso más que en otros sitios han de sudar el suyo porque tienen que luchar contra quienes les dicen que, en ocasiones, pueden poner en peligro la tradición» (Gabilondo, 72); «Fíjate si es irracional la identidad que yo nací en Madrid y, sin embargo, me siento profundamente andaluz» (Sanz, 15); «Andalucía es luz y color, pero también es mucha nobleza y sabiduría» (R. Aguilar, 18); «Andalucía tiene que evolucionar hacia la construcción de un modelo que incorpore todas las virtudes milenarias de la civilización meridional, de las civilizaciones del mediterráneo, sin renunciar al progreso y sin renunciar a ninguna herramienta del futuro» (A. Grandes, 187); «Andalucía debería utilizar su capacidad de creatividad, de innovar, de trabajar y de abrir nuevos espacios para ser cada día más una región justa, próspera, creativa» (González, 22); «Esa esencia de andaluz, esa esencia que nuestra tierra tiene, no se puede perder. Evidentemente, en el progreso se pierden cosas en el camino. Hay que defender nuestra identidad,

nunca como arma arrojadiza contra el progreso, sino, al revés, dándole la mano pero siendo conscientes de lo que... Lo que tenemos, es que yo creo mucho» (Arcángel, 37); «Y es que determinada clase social andaluza asocia cualquier tipo de progreso a una amenaza a su esencia. Y de pronto resulta que para defender lo andaluz tienes que convertirte en un reaccionario. Yo, inmediatamente, me opuse a eso. No estoy dispuesto a aceptar que Andalucía tenga que optar entre su manera de entender la vida y el progreso» (Gabilondo, 70).

En la dimensión moderna, la ciencia y el progreso social son destacados casi unánimemente por los entrevistados. Se convierten en el anverso y reverso de la moneda de la identificación de Andalucía, donde se destaca el avance en la ciencia y la tecnología, pero también en derechos sociales y solidaridad, dos aspectos inmateriales que son percibidos como elementos constitutivos de la identidad: «Andalucía es hoy la Andalucía de la modernidad, y es vanguardia en muchas cosas. Y esto conviene decirlo porque siempre están los agoreros que te van a venir con una estadística y te van a decir que Andalucía es lo peor del mundo» (Escuredo, 62); «Podemos decir que Andalucía ahora está desde investigaciones científicas, de alta tecnología y, desde luego, de mejoras sociales que ya para sí quisieran trabajadores» (Borbolla 111); «Tenemos, aquí en Andalucía, luces tan brillantes como, por ejemplo, que somos la comunidad autónoma más desarrollada, donde más se ha avanzado en todo lo que es la investigación biomédica, en células madre, en biotecnología aplicada a la agricultura... es decir, hay ámbitos en que somos de excelencia, y hay muchos sectores, al mismo tiempo, donde, por supuesto siempre lo hemos sido en literatura y en la creación...» (Griñan, 176); «(Refiriéndose a los avances médicos) Creo que también eso ha sido para mí una frontera, un techo de cristal que hemos ido rompiendo y un valor añadido en una comunidad como la nuestra» (Antíñolo, 46); «Hay gente todavía en España que no se ha enterado que la Biomedicina o los trasplantes o la genética son industrias punteras, y que tenemos empresas punteras de 3D en Andalucía» (Rios, 117); «...pero hay muchos síntomas de una ciudadanía moderna que tiene que ver con la investigación y que no es noticia cuando se da en Andalucía» (Monteros, 29); «Más evidentes y con mucho más peso en la ciencia, en la cultura, y en el desarrollo del pensamiento que en muchas otras regiones. Pero, sin embargo, los tópicos que precisamente nosotros creamos por tanta romerización de la actualidad andaluza, hace que eso que puede ser traído de una forma anecdótica, se convierta en categoría de, digamos, personalidad» (Rios, 30); «Somos la comunidad autónoma que tiene más kilómetros de Alta Velocidad de este país y la que investiga mejor ante células madre» (Alonso, 81); «Lo que tenemos es que tener horizontes más amplios de libertad, horizontes más amplios de igualdad. Vamos en el buen camino, vamos en el camino adecuado. Una Andalucía pionera en cuanto a la investigación en células madre; una Andalucía vanguardista en cuanto a las

políticas sociales; una Andalucía que apuesta por la creación de empresas, que apuesta por la igualdad de oportunidades. Creo que vamos en el camino idóneo» (Aído, 48); «Y vemos que Andalucía es pionera en muchísimas cuestiones. Por ejemplo, en todo lo relativo a las políticas sociales. Yo, que ahora llevo las cuestiones relacionadas con igualdad a nivel nacional, veo que Andalucía es un referente. Andalucía fue la primera comunidad autónoma que, por ejemplo, aprobó un plan contra la violencia de género en el año 98. Andalucía tiene un Estatuto de Autonomía donde la perspectiva de género está de una manera transversal, en todo el texto» (Aído, 45); «Siempre ha ido un poco por delante en estas políticas con respecto al resto de España. Reconocer eso, y el estar orgullosos también de eso, para poder mirar hacia delante precisamente, no para quedarnos parados, para saber que nos queda todavía mucho por hacer... pero es importante reconocer lo que hemos sido capaces de hacer en tan poco tiempo» (Aído, 45); «Andalucía es, quizás, una de las tierras que más ha avanzado en la igualdad entre hombres y mujeres, es decir, que más esfuerzos ha hecho» (Griñan, 183).

Igualmente, la empresa y la cultura emprendedora andaluzas constituyen vectores del discurso racionalista y modernizador que se erige como un frente identitario opuesto al mito (estereotipo) de la holgazanería, desidia, despreocupación: «Y hemos levantado empresas, y hemos levantado lo que haya que levantar» (Vega, 44); «A nosotros se nos achaca una realidad de poca capacidad emprendedora y resulta que tenemos una historia empresarial muy densa, muy rica y muy importante» (Herrero, 174); «Abengoa es nombrada por el presidente Obama... ¡Señores! ¿Es que eso no es una realidad empresarial andaluza? ¿A quién se la atribuimos?, ¿Dónde la ponemos? Es una realidad empresarial andaluza. No se quiere reconocer esa circunstancia» (Herrero, 174). «Yo sueño con una Andalucía que supere todas sus ratios que en estos momentos la clasifican en los últimos lugares y me gustaría ver una Andalucía con muchas empresas, con mucho empleo, con un gran desarrollo económico, con un gran desarrollo tecnológico y con la misma capacidad de convertir en arte los sentimientos como ha tenido siempre» (Herrero, 177).

No obstante, hay también un elemento crítico en el discurso sobre la empresa y Andalucía basado en la percepción de una cierta aversión al emprendimiento cuyas causas pueden ser variadas: «Necesitamos gente joven que se dedique a ser empresario. La sociedad no valora el éxito empresarial. Ningún joven se va a dedicar a una actividad que la sociedad no valore» (Herrero, 175); «Falta lo más importante que tiene esta tierra, que es el capital humano que es el que aporta todo eso, ¿no? Toda esa grandeza, todo ese arte, toda esa manera de entregarse, de expresarse...» (Aguilar, 18); «Nos falta ser emprendedores. Hay que ser más emprendedor, porque lo tenemos todo» (Caparrós, 152). «En Andalucía, desgraciadamente y por motivos históricos, en fin,

sería muy largo, pues ha habido como un clima anti-empresa: el empresario era malo, era explotador [...] seguimos estando en iniciativa empresarial muy por detrás de los demás» (Pimentel, 18).

La idea de encontrar lo estético en lo moderno se articula, en primer lugar, a partir de lo bello, y de la sensibilidad andaluza para percibirlo: «Yo creo que Andalucía es una comunidad que reúne tantas características de belleza, en primer lugar, porque la belleza es algo que también hace felices a la gente ¿no?, y por lo tanto, eso encuadra muy bien el marco» (de la Calle, 13); «Esa sensibilidad, ese gusto por la belleza, por reclamar tiempo para ver un atardecer, por vivir sin ir con la lengua fuera, vivir para atender a los demás, para ser solidarios con los vecinos. En Andalucía...» (Monteros, 29); «A todo el mundo le gusta Andalucía. Andalucía está hecha para el disfrute. Andalucía se caracteriza por un tempo distinto. Los relojes pasan de otra manera en Andalucía. La convivencia es grata, indudablemente grata» (Alcántara, 158).

También en este sentido encontramos (menos de las esperadas) referencias a la tradicional dicotomía campo/ciudad como forma de articular la idea de una modernidad estética: «Yo creo mucho en la cultura popular, en la cultura de la gente que está... del campesino, de la gente del pueblo, por decirlo así. Me parece que ahí está enraizada la verdadera savia del sentir andaluz» (Caballero, 123); «...por síntesis de todas las culturas que han pasado, que es una sensación de antigüedad en el buen sentido de la palabra de cultura ancestral asimilada, pero no por los que hemos estudiado... estoy hablando de la gente del campo, de la gente del pueblo, de la gente con la que uno se trata todos los días...» (Galiana, 85); «...yo creo que, durante mucho tiempo, la burguesía andaluza, sobre todo la burguesía de las grandes ciudades [...], se ha estado mirando durante mucho tiempo el ombligo, el ombligo sin lógicamente tratar de proyectarse hacia el exterior y de proyectar Andalucía hacia el exterior.» (Chávez, 164); «Incluso cuando esta parte de España tenía un gran número de analfabetos, pero había una cultura en el campo, que no venía de los libros, sino que yo creo que del suelo... porque hay que hablar con la gente del campo para comprender la sabiduría que tienen» (Galiana, 86); «A mi me impresionaban mucho las conversaciones, que para mi eran deliciosas, con los guardas de Doñana. Contrastaba la apreciación que ellos tenían de lo que pasaba, cómo evaluaban los acontecimientos en relación con ese parque fantástico, y lo contrastaba con gente que sabía realmente, que tenía muchos conocimientos científicos, pero... desde el punto de vista del conocimiento, de la cultura profunda, la de los guardas era absolutamente insustituible» (González, 19).

Todo ello genera «inspiración», una idea fuerza de los discursos sobre identidad andaluza: «Para mí Andalucía es un regalo de inspiración continua: de tiempo personal

y de inspiración» (María, 183); «Me genera una inspiración especial y me genera uno ocio en mi mente y eso es lo más maravilloso que le puede pasar a una tierra, para mí» (Jean, 184); «Y, para mí, es mi fuente de inspiración. (...) Creo que es una tierra que se supera, una tierra alegre, una tierra con una enorme capacidad de creatividad... y con una enorme capacidad de hacer felices a los demás y de vivir la vida de una manera, con una visión muy específica y muy diferente» (Vega, 45); «[...] es la fuente de música más grande que existe, y es el lugar, o uno de los lugares, porque el mundo es muy ancho, pero es uno de los lugares más amables para vivir...» (Amigo, 18); «Andalucía es el mundo al alcance de nuestra mano; el universo más profundo, más triste y más alegre para poder inventarse algo hermoso» (Amigo, 18); «...Andalucía es mi fuente de inspiración, es mi fuente de todo. Yo creo que sin Andalucía no sabría vivir» (Mercé, 126); «De todas formas, es gente muy creativa y muy rápida, muy creativa. Entonces, esa creación rápida y esa cabeza rápida, esa rapidez de respuesta, esa rapidez de juicio y de percepción hace al andaluz muy singular y esa parte también a mí me encanta muchísimo» (A. Pérez-Reverte, 145).

Asimismo, tal inspiración propia de la modernidad estética se encuentra en las tradiciones populares y artísticas de Andalucía: «Los carnavales de Cádiz son los únicos carnavales del mundo dedicados al ingenio, cien por cien. No solo en la parte más humorística de lo que representan los carnavales, sino en la parte más social y más de denuncia... es impresionante la capacidad que tienen los escritores carnavalescos para llegarte al corazón de mil maneras diferentes» (Sanz, 16); «Porque el flamenco es un... tiene una identidad, es un arte con mayúsculas, no es algo subcultural, no es algo... ¡Es lo que más nos representa!» (Pagés, 68). «Es decir, se ha ido un poco a reivindicar lo que ya existía, como a incrementar el interés por algo que forma parte de nuestra tradición y, en muchos casos, nuestra tradición folklórica, y no se ha incrementado un estímulo hacia la cultura expansiva, es decir, a que los andaluces de todo tipo nos llenáramos de nuevas inquietudes. [...] Se ha estimulado mucho más la exaltación de lo que ya era una cosa habitual entre nosotros: nuestras fiestas, nuestras cosas...» (Ruibal, 138); «Probablemente, en el rock independiente, poniéndolo como paradigma de la modernidad, Andalucía tiene muchos más representantes que el resto» (Ríos, 31).

Pero es quizá en un vitalismo casi ortegiano donde encontramos una expresión más clara de la modernidad estética a la que aspiran las elites andaluzas: «Un territorio en el que me he educado y en el que vivo con comodidad. Pero, además, representa una metáfora: era la metáfora del sur, de la plenitud, de la libertad, del diálogo profundo con la vida» (L. G. Montero, 27); «Soy español y andaluz por los cuatro costaos (...) porque Andalucía en sí tiene una filosofía de vida tan extraordinaria y tan sabia (...) Hay que saber vivir y en Andalucía saben vivir. Comen para vivir, en una palabra.

Andalucía es así. Andalucía ha dado tantos genios. Andalucía, para mí, es todo, todo» (Romero, 171); «Ser andaluz es una cosa muy seria, lo que pasa es que sabemos vivir la vida de una manera, con una mezcla de senequismo y hedonismo, pero en unas dosis muy acertadas» (Gómez, 107); «Lo que pasa es que da coraje que, además de trabajar y de ser tan trabajadores, tengamos tiempo libre y de ocio, y sepamos disfrutarlo. Y tengamos horas de sol, horas de luz para poder compartirlo con nuestros amigos y nuestras familias» (Vega, 45); «El grado de comunicación interpersonal es mucho más intenso que en otros lugares de España y de Europa, y eso le da una capacidad de entender lo que es la vida de los otros. Aquí la gente se interesa por conocer... Lo que, en algunos lugares, puede ser considerado cotilleo, aquí es un interés real por conocer qué está pasando con los vecinos, qué pasa con las familias» (Guerra, 122); «El andaluz abre la ventana por la mañana, y encuentra una oportunidad para vivir» (Alonso, 79); «Pues bueno, el cuidado de los demás, que no es cotilleo sino que es atención a los demás; la lentitud para aprovechar la vida, que no es pereza ni falta de ganas de trabajar, sino querer vivir en seriedad y aprovechando las cosas, la sensibilidad, la sensualidad...» (Montero, 29); «...donde puedes encontrarte a la persona más grande en cualquier momento, en cualquier lugar, y regalarte un verso, regalarte su arte, su música, un cante... y vivir momentos que no se pueden vivir en otro lugar del mundo» (Aguilar, 18); «Efectivamente se añora y se siente una nostalgia muy profunda de este territorio, sobre todo por esa capacidad innata para diseñar el arte de vivir ¿no?, que es la gran aportación de Andalucía a la historia.» (García Calderón, 75); «[...] cuando se dice de nosotros que no nos gusta trabajar se dice una gran mentira, pero lo que no se percibe por el que usa ese tópico de nuestra falta de deseo de trabajar o de amor al trabajo, es que va acompañado de un enorme deseo de vivir. Entonces, hacia el exterior, preferimos mostrar la imagen de que nos gusta mucho vivir» (Pérez Vera, 76).

6.5. Una España andaluza

Si nos atenemos al discurso de los entrevistados, la identidad andaluza no solo no entra en contradicción con la identidad Española, sino que además es en gran medida una de sus partes fundamentales. Sin embargo, la fusión de tales realidades emocionales necesita, como demuestran de hecho los discursos aquí analizados, de un desarrollo narrativo donde la retórica, la ambivalencia y el uso de lo profano como contraste están lejos de ausentarse. La sacralización de una España andaluza dentro del imaginario andaluz es mayormente celebrativa, pero la exclusión no sólo sigue presente si no que se intuye necesaria, dando un evidente tono de resistencia a la dimensión discursiva más aparentemente cercana a una proyecto nacional compartido.

La convicción con la que son formuladas las siguientes citas nos da una primera pista sobre lo que queda fuera en el proceso de sacralización de la España andaluza: «Si se piensa en la representación simbólica de España, siempre la identifican con algo que es de esencia andaluz» (González, 14); «...nosotros importamos (cultura), cómo no, estamos en el mundo, pero seguimos fluyendo ¿no? y hace que España fuera sea conocida precisamente por nuestros símbolos y por nuestros rasgos culturales y artísticos» (Pimentel, 15); «Andalucía es, aparte de ser mi tierra, creo que es la comunidad autónoma que mejor ha contribuido a hacer España como país, y a la proyección de España hacia fuera» (Pérez Royo, 101); «España no se entiende sin Andalucía. Andalucía juega un papel clave y fundamental en España, es una comunidad que sabemos incorporar valores, y que sabemos incorporar elementos de equilibrio en todo lo que es el desarrollo del Estado, que son claves y fundamentales. O sea, ya, sin nosotros, no se concibe ni se entiende España: hemos sido capaces de construir todo eso los andaluces y las andaluzas» (Aguilar, 24); «Andalucía, ha sido y es... es España, es ¡la imagen de España!» (Soledad Becerril, 115); «Andalucía sigue siendo acreedora de España. Andalucía... España le debe a Andalucía muchas cosas. La deuda que tiene España respecto a Andalucía no se paga con esta deuda histórica» (P. Pacheco, 134); «Me siento identificada con esa frase que decía Anselmo Climent: «ser andaluz es una de las formas más prácticas y luminosas de ser español». [...] Andalucía contribuye mucho a esa idea de la unidad de España en la diversidad...» (Gómez, 101); «Sin embargo, muchas de las cosas durante épocas han representado a España, el ser español y se ha identificado a España desde el exterior con cosas que identificaban lo andaluz» (Herrero, 172); «Yo creo que Andalucía ha sido, es y será una parte fundamental de esto que llamamos España (...) lo está diciendo y yo creo que, en el futuro, esto que denominamos España va a estar conformado por una presencia importantísima de Andalucía» (Pacheco, 126).

Ello repercute en el sentimiento andaluz en relación al español: «La universalidad empieza también por España, es decir, ningún andaluz, yo creo, se plantea jamás la dicotomía entre si soy más español que andaluz o soy más andaluz que español» (Ojeda, 95); «Los andaluces nos sentimos andaluces, queremos mejorar como andaluces, nos sentimos integrados también en un proyecto común que es ser españoles y ser europeos y ser universales» (Ojeda, 102); «Creo que se nos reconoce, creo que se nos valora y no se puede entender el Estado español sin Andalucía» (Alonso, 80); «[...] para mí lo más importante es que esta autonomía andaluza no la ha separado psicológicamente del resto de España y eso creo que en el contexto español es muy importante de subrayar. Ni siquiera esa reducción, esa localización geográfica y administrativa ha hecho al andaluz sentirse insolidario con el resto de España y en otras regiones si ha ocurrido. Creo que es un rasgo muy importante, a destacar aquí» (Pérez-Reverte, 147).

La España andaluza tiene una representación clara en el mundo de las artes: «En Literatura, por ejemplo, si se le quitara Andalucía a España... quiero decir la contribución andaluza, se quedaría, no en nada, por supuesto, pero sí en mucho menos. En poesía, absolutamente. Se nota» (Alcántara, 158); «Hay que resaltar mucho a los andaluces universales, que los tenemos en la cultura, los tenemos en la literatura, los tenemos en el mundo del fútbol... en todos los escenarios» (Arenas, 150); «Todas esas cosas están ahí. Y luego, no digamos, la historia de la literatura, de la pintura o de cualquiera de las artes. Como es comprensible lo más universal de lo más universal que se pueda haber hecho, se ha hecho desde aquí. Es que nosotros tenemos desde Juan Ramón Jiménez a Federico García Lorca, Picasso, Velázquez...» (Royo, 103); «Casi todas las improntas en la poesía española tienen un origen en Andalucía» (Griñan, 186); «Yo creo que soy de los que piensan que Andalucía es el país de la cultura porque creo que afortunadamente tenemos la gran suerte de que ha dado grandes escritorios, grandes poetas, grandes políticos, grandes artistas...» (Mercé, 126).

No obstante, ¿cómo afecta políticamente esta especial relación entre las identidades andaluza y españolas? La articulación de la diferencia parece en este sentido enmarcarse, mediante diferentes discursos, en una cierta ambivalencia hacia el centralismo del Estado como tal y, sobre todo, en una referencia relevante: el referéndum por el estatuto y la campaña previa para optar por la autonomía por la vía del artículo 151 de la Constitución. Este hecho es percibido como el elemento vertebrador (aunque lejano) de una cierta conciencia política del andalucismo: «...hay algo que une a los andaluces, que es el propio sentido, la propia conciencia de pertenecer a una región unitaria enfrentada al centralismo y que, en este sentido, sí hay una conciencia de ser andaluz, pero nada más» (Caballero, 115); «...nosotros tenemos valores que son totalmente inimitables para el resto de las autonomías» (Ríos, 33); «Yo creo que el andaluz se siente muy orgulloso de serlo, pero se siente con naturalidad, no con chovinismo, no con regusto frente a otras maneras de ser...» (A. Guerra, 122); «Andalucía existe por el estatuto de autonomía, ¿eh? Andalucía preexistía, es decir, había una realidad preexistente, y un sustrato sobre el cual se construye, pero ¡Andalucía no existía! Andalucía existe políticamente desde el Estatuto de autonomía. Andalucía siempre habían existido dos, y había una separación entre la Andalucía oriental y occidental (...) Y eso, con el Estatuto de autonomía se acaba. Y Andalucía empieza a ser una comunidad autónoma única. Tiene una presencia política y, ¡bueno!, los efectos han sido extraordinarios, extraordinarios. (Royo, 107); «Ganar la autonomía plena cuando el gobierno de Madrid estaba en contra de ello... salvar todos esos obstáculos... porque a Andalucía nada nos ha sido fácil, ni nada nos han regalado: todo lo hemos conquistado y todo lo hemos luchado. Ganar todo eso, creo que fue el momento de mayor reafirmación de los andaluces y de las andaluzas como pueblo. Y de decir: ¡juntos podemos! Y podemos llegar hasta donde queramos, y podemos saltar los

obstáculos, de manera que vamos a romper barreras, vamos a tirar las mordazas que nos han querido poner y vamos a mostrarnos tal como somos.» (Aguilar, 24); «Andalucía ha conseguido un autogobierno pleno, que es capaz de dirigir y orientar, planificar y decidir el destino de los andaluces y de las andaluzas, y es una pasión personal, al tiempo» (Escuredo, 59); «Es una unidad, con una gran diversidad, donde yo creo que, hoy por hoy, la Junta de Andalucía es un instrumento de integración política de primera magnitud, de cohesión y de elemento de socialización para hacer comunidad autónoma» (Bueso, 60); «Tenemos que luchar probablemente los andaluces contra estos nuevos aires, contra este vendaval conservador que se quiere llevar por delante el Estado autonómico, prácticamente todo ello que le incomoda o que no le sirve a sus intereses, a veces, espurios» (Escuredo, 63); «Fue una explosión de voluntad de los andaluces y una eclosión de vocación de ponerse de pie y de ser ellos por sí mismos. (...) El Estado de las autonomías es lo que es porque en Andalucía dimos un paso adelante» (Borbolla, 114).

Parte de esta ambivalencia es también la cuestión lingüística y del acento andaluz, sin duda involucrada en el proceso de construcción social de un nuevo mito real para Andalucía : «...los andaluces tratábamos de disimular que éramos andaluces. Había como una especie de complejo de tal manera que si una persona se subía en un taxi trataba de hablar lo más fino posible, para que no se diera cuenta el taxista» (Galiana, 91); «Yo creo que [...] nuestra singularidad lingüística se ha dado también en los medios de comunicación. Incluso por los andaluces, en la radio, sobre todo en la televisión, en donde parece que para que lo tomaran (por) más culto tenían que abandonar la pronunciación andaluza. Esto me parece que lo que debía ser para nosotros un orgullo, parece que se convierte en una vergüenza, en algo que hay que disimular» (Clavero, 92); «Cuando se iba a Madrid y tenía que trabajar de cara al público en lo que fuera trataba de corregir el acento, de pronunciar como si fuera castellano (...) eso se ha superado mucho, la gente ya lleva su personalidad y su acento con cierta dignidad y un cierto orgullo» (González, 14); «Pero es que lo que yo creo que tenemos que hacer precisamente es defender nuestro acento andaluz, es nuestro seña de identidad» (Aído, 43). Aunque con rasgos de identidad de resistencia, los entrevistados parecen aquí reservar para el acento un papel central en el proyecto de identidad andaluza.

Los discursos sobre la aportación de la inmigración andaluza a España y Europa también vienen marcados por un tono ambivalente: «Se es andaluz, muy andaluz, se quiere mucho a la tierra, cuando se tiene uno forzadamente que marchar. Se mantiene ese apego a pesar de la distancia, y, al mismo tiempo, una tiene su mente abierta a otras cosas, a otros campos, a otros países, a otras imágenes... es el andaluz universal» (Becerril, 130); «Por cierto, la zona menos favorecida por el franquismo en cuanto a la industria y, sin embargo, fíjate la mano de obra andaluza levanta otros territorios de

Europa y de España. Eso es muy importante» (Gómez, 104); «La gente que estamos fuera, tenemos que rebelarnos, y decir aquí estamos, y hacer tripas corazón y hacer nuestro trabajo, y hacer ver que somos competitivos, que somos gente emprendedora y sobre todo trabajadora» (Caparrós, 150); «Por desgracia, también ha formado parte de nuestra historia... se produce una gran diáspora de andaluces emigrando por razones de trabajo en tantos sitios que también ha terminado por reforzar nuestra presencia en el mundo y por reforzar nuestra personalidad» (Moreno, 121). El discurso de resistencia de la España andaluza sale aquí a relucir con claridad. La inmigración andaluza hacia el resto de España toma matices trágicos, y se identifican razones que ponen en evidencia las heridas emocionales colectivas que siguen limitando el tonoproyecto de la narración identitaria. Lo profano es intenso en un discurso dónde por otra parte se atisba un sólido e interesante proyecto compartido en un contexto global.

6.6. Discusión final

Tal y como sugieren estas entrevistas, tanto sus elementos clave como el proceso de construcción de la identidad andaluza vienen marcados por una intención explícita de aunar dualidades que se presentan como incoherentes en el contexto de una cultura racionalista. Hay siempre un elemento sólido, casi material u obvio, al que es preciso asociarle una entidad emocional dada. De ello surge una noción o vector clave de la identidad andaluza, que a su vez se subdivide en componentes más tangibles como el acento, el clima, el folclore o el territorio.

A la obiedad del sentimiento individual se la desdibuja individualizando el concepto de lo abierto, de la universal, y se solidifica tal unión en referencia a lo cerrado. Henri Bergson (1935) se presenta aquí como el teórico clave para comprender la relación de la sociedad cerrada y la abierta tal y como se contemplan las elites andaluzas y también en la construcción de otros nacionalismos contemporáneos. La sociedad cerrada, argumenta Bergson, «es aquella en que sus miembros se mantienen juntos, sin importarles el resto de la humanidad, siempre en alerta de ataque o defensa, unidos, de hecho, por la perpetua preparación para la batalla» (1935: 255). Por otro lado, «la sociedad abierta es una sociedad que se considera, en principio, capaz de abrazar a toda la humanidad. Un sueño soñado, de vez en cuando, por almas elegidas, que encarna en todas las ocasiones algo de sí mismo en sí mismo en sus creaciones, cada una de ellas, a través de una transformación más o menos profunda del hombre, capaz de conquistar dificultades invencibles hasta ahora (1935: 255)». La fuente de una sociedad abierta es para Bergson no la razón sino una emoción creativa y vitalista que las elites andaluzas detectan en su pueblo.

Relacionado con lo anterior, al mito tópico de Andalucía, que las elites deploran, se lo derriba no con la desmitificación, sino convirtiendo al mito antiguo en un enemigo de lo sagrado, y sacralizando un mito más «real». En efecto, la «comunidad imaginada» andaluza no se construye enmascarando la comunidad verdaderamente existente, a pesar de que tales aforismos existen en los discursos de La Ser. En su primordial estudio del nacionalismo Benedict Anderson (1983) diagnosticó que las comunidades deben ser distinguidas no por su falsedad o verosimilitud, sino por el estilo en que son imaginadas o creadas, precisamente por los tonos de sus discursos, que aúnan los hilos de una conciencia compartida con fuerza variable y fluctuante, pero siempre limitados a una idea del territorio.

La modernidad estética es el mito pretendido por las elites para Andalucía. Aquí, razón y emoción dejan de ser una dualidad para convertirse en un dualismo operativo, que permite crear riqueza sin renunciar a un vitalismo desbordado de la colectividad. La relación intrínseca entre nacionalismo y modernidad teorizada por Gellner (1983) parece tomar, en los discursos de las elites andaluzas, un camino particular, menos funcionalista y con una irracionalidad más vitalista y más conscientemente integrada en la identidad colectiva.

Estado ya no es estado-nación: y cuando lo es, es porque España es Andalucía; la representación simbólica de la nación española se dibuja principalmente mediante las tradiciones andaluzas. Las elites andaluzas entrevistadas por la Cadena Ser reflejan así la dificultad, detectada y ampliamente analizada por Juan Linz (1985, 1993), de construir la nación como estado, y el estado como nación. Las elites andaluzas parecen por una parte sentirse cómodas con una identidad dual y un estado multinacional que, no obstante, identifican simbólicamente con las cualidades civiles de su propia cultura y no otra. Sin ser planamente evidente en estas entrevistas, quizá más comedidas en sus expresiones por ser mediáticas, nuestro análisis parece confirmar las impresiones de otras partes del trabajo, que identifican a Cataluña como el territorio geográfico que delimita lo profano en la construcción de la identidad andaluza —dentro de la multinacionalidad de España, el Andaluz es capaz de apertura, civilidad y democracia, pero la bifurcación territorial del carisma cívico del estado restringe el universalismo patrio de tales cualidades (Alexander, 2006: 196)—.

La superación de las cuatro dualidades es una cuestión principalmente discursiva, que las elites, que normalmente tienen un mayor acceso a los instrumentos de producción simbólica, elaboran, con mayor o menor habilidad, pero nunca en exclusividad, mediante la movilización de narrativas con fuerte carga emocional. La identidad andaluza bien podría caracterizarse por una especial destreza en este aspecto: «Y yo creo que

en Andalucía se da mucho esto: el discurso tiene cambios de ritmo y estamos entre el amor y el humor» (Galiardo, 96). Y, a pesar de todo, el ejercicio que subyace es en el fondo único: el de suspender los contrasentidos mediante la aniquilación del discurso que los sustenta: «...aunque algunos crean que es un contrasentido hablar de un andalucismo, o de una Andalucía, mejor dicho, universal, yo creo que es también una identidad andaluza que nos diferencia de los demás» (Clavero, 87).

Pero más allá de tal destreza, es en el proceso discursivo de sacralización de las cuatro nociones identificadas donde hay que buscar pistas analíticas sobre lo que resulta distintivo de la Andalucía imaginada. El discurso tiene sin duda un fuerte componente de proyecto, pero el uso de lo malo-sagrado (o lo profano) como contraste pone de relieve una serie de heridas emocionales colectivas que no parecen haber sanado en la conciencia colectiva andaluza. El síntoma más evidente de tales heridas es el discurso del mito real: la voluntad de aniquilar lo que se percibe como un estereotipo negativo del andaluz y su asociación a determinados varemos de desarrollo contruidos por los imperturbables agentes de las sociedades modernas, y que la modernidad estética a la que aspira el proyecto identitario andaluz reclama aceptar como legítimos. Como hemos mencionado anteriormente, otras regiones de España, especialmente Cataluña, se perciben como agentes interesados en la difusión del mito irreal andaluz. Queda aquí un paso para utilizar implícitamente a Cataluña en el proceso de sacralización de la España andaluza, aportador clave de ataraxia colectiva y encaje identitario.

Sin embargo, es quizá el Franquismo, o sus estructuras culturales, excluyentes e incluyentes, el elemento causal más prominente, al que se detecta como propagador del tópico andaluz, y causante de su situación económica. ¿Están curadas las heridas emocionales del Franquismo? Esta es una pregunta valiente y clave, que subyace y emerge en los procesos de sacralización de las nociones que constituyen la identidad andaluza.

A pesar de los tópicos y las heridas emocionales, la identidad andaluza parece estar asentándose sólidamente en el contexto contemporáneo. Si, como han destacado diferentes teóricos (Giddens, 1991; Castells, 2003) uno de los procesos sociológicos clave en el contexto de la globalización es la capacidad que las culturas tienen de aunar lo local y lo global, Andalucía presenta un formidable caso de estudio, como mínimo en su aspecto discursivo: «Cuando yo hablo del andaluz universal [...]. Una mirada que va desde dentro hacia fuera para volver hacia dentro con más conciencia del hecho de su lugar no sólo en España y en Europa sino en el mundo» (Chaves, 162). El análisis discursivo de la identidad andaluza puede revelar aspectos clave al que aspiran las sociedades contemporáneas y hacia donde parecen dirigirse en términos identitarios.

7. Conclusiones

Thomas Jeffrey Miley y Xavier Coller

En este estudio nos hemos aproximado al complejo fenómeno de la identidad andaluza desde la perspectiva de las ciencias sociales. Siguiendo el amplio consenso entre los estudiosos de las identidades colectivas, hemos tomado como punto de partida un marco teórico «constructivista». Es decir, concebimos la identidad colectiva andaluza como una «comunidad imaginada» y nos esforzamos para esclarecer el estilo en que se la imagina. Para hacerlo, empleamos distintas herramientas metodológicas.

En el primer capítulo, hemos empleado encuestas de opinión pública. Como todo sentimiento subjetivo, la identidad colectiva se puede captar y medir a través del método de encuesta. Obviamente, la operacionalización de algo tan multifacético como la identidad colectiva requiere una simplificación, lo cual siempre conlleva cierta distorsión. Pero las ventajas del uso de las encuestas para estudiar la identidad colectiva pesan mucho más que cualquier desventaja, ya que esta metodología nos permite situar con un alto grado de precisión la difusión de distintas maneras de sentir (y percibir) la identidad colectiva a través de distintos sectores y/o capas de la sociedad. También nos permite describir la relación entre estas distintas identidades y otras actitudes, preferencias y pautas de comportamiento político. A su vez, nos permite interrogar y explicar con rigor estadístico cuestiones sobre las causas y las consecuencias de estas distintas maneras de sentir (y percibir) la identidad colectiva.

Afortunadamente, desde la transición a la democracia, en España abundan las encuestas que incluyen preguntas sobre las identidades colectivas. Esto es, en gran medida, gracias a la agenda de investigación de Juan J. Linz y sus colaboradores en la empresa sociológica DATA, que empezaron a indagar sobre las identidades colectivas en sus estudios pioneros de opinión pública españolas llevados a cabo durante la Transición. Estos estudios serían publicados por primera vez en el famoso *Informe FOESSA*. Desde entonces, distintas instituciones gubernamentales, universitarias y privadas —sobre todo el Centro de Investigaciones Sociológicas— han seguido produciendo una cantidad enorme de encuestas de opinión que incluyen preguntas sobre las identidades colectivas. Como consecuencia de tanto empeño sociológico, España es, sin lugar a dudas, el país con más datos de encuesta sobre estos temas a nivel de la población general.

Para este estudio, hemos aprovechado los datos de una encuesta del año 2010 llevada a cabo por el Centro de Investigaciones Sociológicas. Se trata del *Barómetro Autonómico II* (E2829), una encuesta que dedica buena parte de sus preguntas a temas relacionados con las identidades colectivas en las distintas comunidades autónomas. La encuesta incluye una muestra impresionante de unos 10.409 ciudadanos al conjunto de toda España, 952 de los cuales residen en Andalucía. En su capítulo, Martínez y Paradés analizan de modo sistemático y prácticamente exhaustivo los indicadores de encuesta más relevantes para captar el peso relativo de distintas identidades colectivas, diversas formas de entender lo que es España y las preferencias de organización territorial del Estado en Andalucía.

El análisis que llevan a cabo Martínez y Paradés pone de manifiesto la fuerza de la identidad regional andaluza, entendida como una identidad «anidada» y por lo tanto perfectamente compatible con la española, que existe entre la población. A su vez, demuestran la escasa identidad «andalucista», entendida como una identidad «reactiva» y por lo tanto en contradicción con la identidad española, que existe entre la población. Tanto el porcentaje de personas que se consideran más españolas que andaluzas como el porcentaje de personas que se consideran más andaluzas que españolas son minoritarias. La identidad dual indistinta de «tan andaluz como español» es la opción escogida por una abrumadora mayoría de los andaluces, 7 de cada 10.

En segundo lugar, Martínez y Paradés destacan el alto grado de apoyo entre la población andaluza por el Estado de las Autonomías. Demuestran que en 2010, cuando les ofrecen varias formas posibles de dividir los poderes entre el gobierno central y el gobierno andaluz, la mitad de los andaluces optan por el *statu quo*, mientras tan sólo 2 de 10 registran una preferencia por menos autonomía y otros 2 de 10 registran una prefe-

rencia por un mayor autogobierno con o sin el derecho de la secesión. Curiosamente, como también señalan, en los últimos dos años, como también ocurre en muchas otras partes de España, el apoyo a preferencias recentralizadoras ha subido significativamente, hasta 1 de 3 andaluces, aunque la preferencia mayoritaria sigue siendo la del *statu quo*. En tercer lugar, Martínez y Paradés resaltan el alto grado de afectividad con que se considera España. Cuando se les pregunta por su manera de concebir España, una abrumadora mayoría de los andaluces considera que es su país o su nación, siendo poco comunes expresiones con menor carga sentimental.

El capítulo de Martínez y Paradés tiene la adicional virtud de comparar y contrastar estos resultados interesantes de por sí de la opinión pública andaluza con los resultados de otra encuesta, hecha a la elite parlamentaria autonómica. La encuesta, llevada a cabo en 2010 por un equipo de investigadores reunidos en el grupo PAIDI «Democracia y Autonomías: Sociedad y Política» (DASP) y publicado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (E2827), incluye una muestra sin precedentes de unos 580 parlamentarios autonómicos, congresistas y senadores en el conjunto de toda España, 60 de los cuales son parlamentarios autonómicos andaluces.

La encuesta de la elite política autonómica andaluza constituye una aportación fundamental para nuestro conocimiento del tema de la identidad colectiva andaluza. Nos permite observar cómo se articulan y se canalizan las cuestiones «identitarias» a través del proceso político. Más específicamente, nos permite comparar con precisión la articulación y canalización de tales temas por los representantes políticos en Andalucía y nos permite percibir y medir las brechas existentes entre los representantes y los «representados».

En su análisis de esta encuesta parlamentaria andaluza, Martínez y Paradés encuentran una serie de diferencias significativas entre elites políticas y masas en la sociedad andaluza. Para empezar, hallan menos «andalucismo» entre los parlamentarios que entre el público. Mientras 2 de cada 10 andaluces de la población general se sienten más andaluces que españoles, tan solo 1 de cada 10 de sus representantes autonómicos registra este tipo de identidad. Sin embargo, algo paradójicamente, la elite parlamentaria muestra una preferencia por mayores cotas de poder autonómico bastante más aguda que la de la población que representa. Cuando se les piden posicionarse en una escala de 1 a 10, donde 1 representa máxima centralización y 10 máxima descentralización, casi la mitad (47 %) de los representantes autonómicos andaluces se posicionan entre 7 y 10; mientras tan solo 16 % de la población general se posicionan así.

Por último, Martínez y Paradés encuentran una menor afectividad en la concepción que tienen los parlamentarios autonómicos andaluces de España en comparación con la ciudadanía. Cuando se les pide escoger entre distintas concepciones de España, mientras casi 9 de cada 10 andaluces en la población general la consideran como su país o su nación, tan solo 6 de cada 10 parlamentarios autonómicos andaluces la consideran así. Aun así, es interesante notar que mientras la opción nación es escogida por solo 1 de cada 10 de los andaluces en la población general, la proporción de la elite parlamentaria andaluza que así la considera es casi el doble.

El análisis cuantitativo de las encuestas se complementa con un análisis cualitativo del discurso de esta capa clave en la canalización de la identidad colectiva a través del proceso político hecha por Llopis, Paradés y Zamora-Kapoor en el segundo capítulo del libro. Tal análisis cualitativo se basa en unas encuestas semi-estructuradas a parlamentarios autonómicos del PSOE, del PP y de IU hechas por nuestro propio equipo de investigación.

En primer lugar, Llopis *et al.* destacan cómo la elite política percibe y difunde en su discurso una visión de Andalucía como una sociedad supuestamente abierta, integradora y multicultural, caracterizada por el valor de la solidaridad y poblada por gente de carácter jovial y empático. Enfatizan el lugar que ocupan los conceptos de mestizaje y de crisol en el discurso de la elite política. Citan el preámbulo del Estatuto de Autonomía de Andalucía, aprobado en el 2007, que define la identidad andaluza en estos términos de crisol, como un «espacio de encuentro y de diálogo entre civilizaciones diversas».

En segundo lugar, Llopis *et al.* subrayan el componente territorial en el registro discursivo de la elite política; en sus palabras, «la relación intrínseca que existe entre la identidad andaluza y su territorio». Según la elite política, nos informan, los factores «geoclimáticos» no solo representan una parte constituyente de la identidad andaluza ya de por sí, sino también ayudan explicar que la identidad andaluza esté asociada a nociones de caracteriología colectiva como que sea supuestamente alegre, abierto y extrovertido.

En tercer lugar, Llopis *et al.* señalan que, de acuerdo con el criterio de la elite política, el habla constituye uno de los vectores más importantes de la formación y la definición de la identidad. Constatan a la vez una actitud no exenta de reivindicación entre ellos, hasta una cierta pedagogía de orgullo lingüístico, un discurso que pone énfasis en la idea de que se tiene que superar el tópico de que el habla andaluza es una manera de «hablar mal» el castellano.

Igual que se esfuerza por contradecir los tópicos sobre el habla andaluz, según Llopis *et al.*, la elite política se esfuerza también por negar la validez de otros estereotipos negativos sobre la región y sobre sus habitantes, asociados demasiado frecuentemente dentro de España con la pobreza o la falta de esfuerzo. A menudo la elite política culpa a la industria turística por fomentar tales estereotipos, que supuestamente han causado cierto complejo de inferioridad entre los andaluces que urge combatir y que centra la identidad andaluza sobre todo en torno a ciertas manifestaciones culturales folclóricas y festivas. A su vez, encargan a los medios de educación y al sistema escolar la labor de contrarrestar los estereotipos y de difundir un «mejor conocimiento» de la región, aunque discrepan entre sí sobre si tales instituciones se deberían hacer un empeño por «fomentar» la identidad.

Por último, Llopis *et al.* encuentran, en línea parecida a lo que se había vislumbrado en el análisis de las encuestas, que la elite política percibe y difunde una imagen de Andalucía como parte constituyente e inseparable de España. Tampoco reniegan de la «dimensión europea» de la identidad andaluza. Así, abogan por una concepción de la identidad andaluza como una identidad «anidada» entre la española y también la europea.

Junto a la elite política, los intelectuales representan otro de los sectores de la sociedad quizás más clave para entender la articulación y movilización de las identidades colectivas. Son un grupo portador y difusor de los «imaginarios colectivos», que suele tener un papel estelar en la configuración (y reconfiguración) de las identidades colectivas. Por eso decidimos centrar dos capítulos de este libro en el análisis del discurso de los intelectuales andaluces para poder esclarecer los «vectores» hegemónicos de la identidad regional. En el primero de ellos, Coller y Miley analizan una serie de entrevistas semi-estructuradas a una serie de destacados intelectuales andaluces, con el mismo guión que las entrevistas hechas a los parlamentarios, llevadas a cabo también por el mismo equipo de investigación.

El análisis de Coller y Miley pone de manifiesto muchos paralelismos entre el discurso de las personas entrevistadas de la elite política y el discurso de los intelectuales andaluces entrevistados para este estudio. Para empezar, muestran que los intelectuales entienden la identidad andaluza como un conglomerado o mosaico, como el resultado de la superposición de una serie de elementos que incluyen: (1) el territorio y el clima; (2) la historia, en la medida en que la identidad se percibe como el resultado de contribuciones culturales diversas (romanización, islam, cristianismo) a lo largo del tiempo; (3) la forma de hablar; (4) las tradiciones y fiestas; y (5) el carácter supuestamente abierto y social de los andaluces.

Con respecto al discurso de los intelectuales acerca de las tradiciones y fiestas populares que tienen un lugar tan preminente en el «imaginario colectivo» andaluz, Coller y Miley detectan cierto «hedonismo» subyacente que recorre la interpretación de estas manifestaciones culturales, a pesar de su naturaleza superficialmente religiosa. De hecho, según Coller y Miley, esta misma interpretación o énfasis del carácter supuestamente «hedonista» de la sociedad andaluza es algo bastante ubicuo en el discurso de los intelectuales: el «hedonismo», entendido como una manera de relacionarse con el mundo caracterizado por el placer de los sentidos, la alegría, el disfrute de las cosas buenas de la vida, algo que suele ser presentado como el producto de la combinación de un clima benigno y de las contribuciones de culturas diversas que han convivido en el territorio andaluz.

Coller y Miley también hallan, igual que Llopis *et al.* encuentran entre la elite política, que entre los intelectuales entrevistados, existe cierta ambivalencia a la hora de identificarse con algunos de los acontecimientos culturales «típicos» o «característicos» de la región. Los intelectuales se preocupan por lo que perciben como una disyunción entre «la imagen» y «la realidad» de Andalucía. Varios de ellos muestran una preocupación por lo que perciben como una visión «folclórica» o «folcorizante» de la región difundida fuera de sus fronteras, una visión que perpetua la asociación entre identidad andaluza y atraso o falta de modernidad, o por lo menos excluye los elementos más modernos del imaginario colectivo. A la vez, intentan contrarrestar la prevalencia de estereotipos con connotaciones negativas, en especial por la percepción del andaluz como persona que carece de «ética del trabajo». De ahí que varios de los entrevistados propongan nuevos vectores identitarios centrados en los aspectos modernos, cívicos, avanzados de la sociedad andaluza del siglo XXI.

A su vez, Coller y Miley subrayan que los intelectuales tienden a percibir la identidad andaluza como algo diverso, borroso, débil, quizá latente, no muy relevante para la vida cotidiana y la acción política, en buena medida, desvertebrada y poco cohesionadora. Esto casi siempre con los casos catalanes y vascos como comparación implícita cuando no explícita. Entre los factores que ayudan explicar tal supuesta «debilidad» relativa y comparada, Coller y Miley destacan dos argumentos mencionados por los propios intelectuales con cierta frecuencia: (1) el papel de una aguda brecha ideológica, de clase, que divide la sociedad andaluza y plausiblemente impide la articulación identitaria y (2) la debilidad de la *intelligentisia* en Andalucía, su papel poco articulador.

Otro paralelismo detectado por Coller y Miley entre el discurso de la elite política y el discurso de los intelectuales andaluces tiene que ver con el papel de los medios de co-

municación de masas en la difusión del «imaginario colectivo». Según Coller y Miley, los intelectuales andaluces perciben los medios de comunicación como agentes con una misión doble. Por un lado, fomentan la cultura autóctona, favoreciendo la construcción de la comunidad y la vertebración cultural. Por otro lado (y simultáneamente), ayudan a corregir lo que se percibe como problemas identitarios ocasionados por estereotipos diversos y, probablemente, complejos de inferioridad colectivos.

Por último, Coller y Miley confirman que los intelectuales andaluces, igual que la elite política y la población, tienden a percibir la identidad andaluza como una identidad complementaria y «anidada» dentro de la identidad española, como a su vez la identidad europea. El ideario de los intelectuales que entrevistamos se caracteriza por la percepción de una plena compatibilidad y complementariedad entre lo andaluz, lo español y lo europeo. Lo cual no quiere decir que el discurso de los intelectuales carece por completo de elementos de conciencia de agravio colectivo. Ni tampoco quiere decir que su discurso carece por completo de elementos «reactivos». Con quizás sorprendente frecuencia, según Coller y Miley, tales elementos subyacentes salen a la superficie cuando se toca el tema de Cataluña y de los catalanes. En cualquier caso, la percepción de identidad anidada, de conglomerado, incluyente pero débil, persiste, en combinación con una dimensión cívica que es vista como un elemento relevante de la construcción de la identidad.

En el último capítulo del libro, se ha ofrecido otra aproximación a la visión de los intelectuales andaluces acerca de la identidad colectiva andaluza. Se trata de un análisis hecho por Esteve Sanz de una serie de entrevistas contenidas en los libros «Ser Andaluces. Diálogos sobre Andalucía», editado por la Cadena Ser en colaboración con Unicaja. Los libros transcriben a su vez las entrevistas radiofónicas a políticos y personajes ilustres de la cultura andaluza llevadas a cabo en las tres temporadas (2009, 2010 y 2011) del homónimo programa de la Cadena Ser Andalucía.

El análisis hecho por Sanz permite una codificación de vectores y conceptos menos ordenada pero más amplia, entrando en diálogo analítico con las otras aproximaciones metodológicas del proyecto. Dado su carácter público en un medio popular, las entrevistas que analiza son a la vez expresión y construcción de la identidad andaluza, mostrando una clara intencionalidad en este último sentido. Sanz confirma muchas de las mismas pautas encontradas en los otros capítulos, empezando con el énfasis en el discurso sobre el carácter supuestamente «abierto» de los andaluces. En la misma línea, destaca la repetición de los referentes a la geografía y el clima, señalando que tales referentes «relucen sin duda elementos de una fuerte carga simbólica».

Además, la supuesta apertura del pueblo andaluz, según Sanz, va ligado al valor de la «solidaridad», por un lado, y se contrasta a menudo con referencias explícitas al «nacionalismo» (sobre todo el catalán y el vasco), entendido como ideología políticamente excluyente.

Por lo demás, igual que en otros capítulos, Sanz detecta cierto empeño por parte de los intelectuales a subrayar el carácter mestizo de la cultura andaluza, como también destaca la voluntad de aniquilar lo que se percibe como un estereotipo negativo del andaluz. Sanz encuentra que, a menudo, los intelectuales culpan al régimen franquista por haber propagado tales estereotipos (y también por haber causado su situación económica), y también culpan a otras comunidades autónomas por propagar tópicos injustos sobre los andaluces, sobre todo a Cataluña.

Contra estos tópicos, según Sanz, los personajes entrevistados en la SER se muestran decididos a propagar un discurso de una Andalucía trabajadora, emprendedora, con avances en ciencia y tecnología, todo un «discurso racionalista y modernizador que se erige como un frente identitario opuesto al mito de la holgazanería, desidia, despreocupación».

Por fin, Sanz subraya una vez más la evidencia de que la identidad colectiva andaluza se imagina como una identidad «anidada» dentro de las identidades españolas y europeas. De acuerdo con el análisis de Sanz, los intelectuales andaluces perciben y difunden la idea de que la identidad andaluza no sólo no entra en contradicción con la identidad Española, sino que además es en gran medida una de sus partes fundamentales. Además, en la dimensión europea, ponen énfasis en la aportación de la inmigración andaluza a España y Europa.

8. Anexo: entrevistas analizadas

Temporada 2009

Felipe González, Ex Presidente del Gobierno (16/3/2009)
 Alejandro Sanz. Cantante (16/3/2009)
 Miguel Ríos, Cantante (30/3/09)
 Luís García Montero, Poeta y Catedrático de literatura (30/3/2009)
 Bibiana Aído, Ex Ministra de Igualdad (13/4/2009)
 Pasión Vega, Artista (13/4/09)
 Alfonso Guerra, Ex presidente del gobierno (22/07/2009)
 José Manuel Caballero Bonalx, poeta y ensayista (22/07/2009)
 Rosa Aguilar, Política (30/11/09)
 Vicente Amigo, Guitarrista (30/11/09)
 Manuel Chaves, Ex presidente de la Junta de Andalucía (28/09/2009)
 José Saramago, Escritor Portugués y premio Nobel de Literatura (28/09/2009)
 Julio Anguita, Ex coordinador general de IU y ex alcalde de Córdoba (6/7/09).
 Soledad Becerril, Ex ministra y ex alcaldesa de Sevilla (6/7/09).
 Manuel Clavero Arévalo, Ex ministro y jurista (25/5/09)
 María Galiana, Actriz y profesora (25/5/09).
 Amalia Gómez, Presidenta de Cruz Roja Sevilla y ex-política del PP (25/05/09)
 Javier Pérez Royo, Catedrático de Derecho y Medalla de Andalucía (25/05/09)
 Amalia Gómez, Presidenta de la Cruz Roja Sevilla, ex política del PP (25/11/09)
 Javier Pérez Royo, Catedrático de derecho, Medalla de Andalucía (25/11/09)
 Rosa Aguilar, Ex-ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Ex-Consejera de la Junta de Andalucía y Ex-alcaldesa de Córdoba (30/11/2009)

Vicente Amigo, Guitarrista y Medalla de Andalucía (30/11/2009)
Javier Arenas, Presidente del Partido Popular de Andalucía ExVicepresidente del Gobierno (20/08/ 2009)
Joaquín Caparrós, Entrenador de fútbol (20/08/ 2009)
José Manuel Caballero Bonald Poeta y Ensayo, Hijo predilecto de Andalucía (22/07/2009)
Alfonso Guerra, Ex vicepresidente del Gobierno, Presidente Fundación Pablo Iglesias (22/07/2009)
Emilio Lledó, Filósofo, (11/05/2009)
Iñaki Gabilondo, Periodista (11/05/2009)
José Antonio Griñán, Presidente de la Junta de Andalucía (9/11/2009)
Almudena Grandes, Escritora (9/11/2009)

Temporada 2010

José Chamizo, Defensor del Pueblo Andaluz (14/12/09)
Arcángel, Cantaor (14/12/09)
Juan Ojeda, Periodista, político (15/2/10)
Juan Luis Galiardo, Actor (15/2/10)
Luciano Alonso, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte (1/2/10)
Dani Garcia, Concinero (1/2/10).
Juan José López Garzón, Ex-delegado del Gobierno de Andalucía (25/1/10).
Manuel Alcántara, Poeta y articulista (19/7/10)
Miguel Pardeza, Ex-futbolista, filólogo y director deportivo del Real Madrid (19/7/10)
María Pagés, Bailaora (25/1/10)
Curro Romero, Torero retirado. Medalla de Andalucía (26/07/2010)
Santiago Herrero, Presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (26/07/2010)
Arturo Pérez-Reverte, Escritor, periodista y académico (24/05/2010)
Braulio Medel, Presidente de Unicaja (24/05/2010)
José Rodríguez de la Borbolla, Ex Presidente de la Junta de Andalucía (1/05/2010)
Pilar del Río, Periodista (viuda de Saramago) (1/05/2010)

Temporada 2011

Manuel Pimentel, Ex-ministro de trabajo y empresario (8/11/10)
Adelaida de la Calle, Rectora de la Universidad de Málaga (8/11/10)
Carlos Jean, Cantante, DJ y productor musical (29/12/11)

David de María, Cantante y compositor (29/12/11)
Elisa Pérez Vera, Magistrada del Tribunal Constitucional (24/2/11)
Jesús García Calderón, Fiscal Superior de Andalucía (24/2/11)
Cándido Méndez, Secretario General de UGT (11/08/2011)
Rafael Escuredo, Ex presidente Junta de Andalucía (24/01/2011)
Juan Cano Bueso, Presidente Consejo Consultivo de Andalucía (24/01/2011)
Javier Ruibal, Cantautor, (11/10/2011)
Paco Lobatón, Periodista (11/10/2011)
Pedro Pacheco, Ex alcalde de Jerez (15/03/2011)
José Mercé, Cantaor (15/03/2011)
Guillermo Antiñolo
Guillermo V. Consuegra

9. Bibliografía

ACOSTA SÁNCHEZ, JOSÉ: *Andalucía. Reconstrucción de una identidad y la lucha contra el centralismo*. Barcelona: Anagrama, 1978.

ACOSTA SÁNCHEZ, JOSÉ: *Historia y cultura del pueblo andaluz*. Barcelona: Anagrama, 1979.

ALEXANDER, JEFFREY C.: *The Civil Sphere*, Nueva York: Oxford University Press, 2006.

ALVAR, MANUEL: «¿Existe el dialecto andaluz?», *Nueva Revista de Filología Hispánica*, nº 39 (1), 1988, pp. 9-22.

ÁLVAREZ JUNCO, JOSÉ: *Mater dolorosa. La idea de España en el siglo XIX*, Madrid: Taurus, 2001.

ANDERSON, BENEDICT: *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres: Verso, 1983.

BALIBAR, ETIENNE y WALLERSTEIN, IMMANUEL: *Race, nation, classe*. París: La Découverte, 1988.

BARTH, FREDERICK: «Introduction» en BARTH, FREDERICK: *Ethnic groups and boundaries. The social organisation of cultural difference*. Londres: Allen & Unwin, 1969, pp. 9-38.

BAUM, MATTHEW Y POTTER, PHILIP: «The Relationship between Mass Media, Public Opinion, and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis», *Annual Review of Political Science*, nº 11, 2008, pp. 39-65.

- BECK, ULRICH: *Power in the Global Age*, Cambridge: Polity Press, 2006.
- BERGSON, HENRI: *Two Sources of Morality and Religion*, University of Notre Dame Press, 1935.
- BOURDIEU, PIERRE: *Capital Cultural, Escuela, y Espacio Social*, México DF y Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2005.
- BREWER, M. B.: «Multiple Identities and Identity Transition: Implications for Hong-Kong», *International Journal of Intercultural Relations*, vol. 23, n° 2, 1999, pp. 187-97.
- BRUBAKER, ROGERS: *Citizenship and Nationhood in France and Germany*, Nueva York: Cambridge University Press, 1992.
- BRUBAKER, ROGERS: «Ethnicity, Race, and Nationalism», *Annual Review of Sociology*, n° 35, 2009, pp. 21-42.
- BRUTER, MICHAEL: *Citizens of Europe? The Emergence of a Mass European Identity*, Londres: Palgrave, 2005.
- CASTELLS, MANUEL: *The Information Age. Vol II: The Power of Identity*, (2ª Ed.), Malden: Blackwell Publishers, 2004.
- CAZORLA, JOSÉ y ESCALERA, JAVIER: «Estructuras condicionantes de la identidad andaluza» en LACOMBA, JUAN A. (ed.): *La identidad del pueblo andaluz*, Sevilla: Defensor del pueblo andaluz, 2001, pp. 33-77.
- CERULO, KAREN A.: «Identity Construction: New Issues, New Directions», *Annual Review of Sociology*, n° 23, 1997, pp. 385-409.
- COLLER, XAVIER: «Collective Identities and Failed Nationalism. The Case of Valencia in Spain», *Pôle Sud*, n° 25, 2006, pp. 107-136.
- COLLER, XAVIER y CASTELLÓ, RAFAEL: «Las bases sociales de la identidad dual: el caso valenciano», *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, n° 88-89, 2000, pp. 155-183.
- COLLER, XAVIER: «Los políticos valencianos en el contexto español», *Revista Valenciana de Estudios Autonómicos*, 41/42, 2004, pp. 96-145.
- DALTON, RUSSELL J.: *Citizen Politics in Western Democracies*. 4.ª ed. Washington (DC): CQ Press, 2006.
- DEUTSCH, KARL WOLFGANG: *Nationalism and social communication: an inquiry into the foundation of nationality*. Cambridge (Mass.): MIT Press, 1966.
- DÍEZ MEDRANO, JUAN y GUTIÉRREZ, PAULA: «Nested identities: national and European identity in Spain», *Ethnic and Racial Studies*, vol. 24 n° 5, 2001, pp. 753-778.

DIMAGGIO, PAUL: «Culture and Cognition», *Annual Review of Sociology*, vol. 23, 1997, pp. 263-287.

DURKHEIM, ÉMILE: *The elementary forms of the religious life*, Londres: Routledge, 1912.

DURKHEIM, EMILE: *The Rules of Sociological Method*, Nueva York: Free Press, 1982.

EASTON, DAVID: *A systems analysis of political life*. New York: Wiley, 1965.

FANON, FRANTZ: *Los condenados de la tierra*. México: Fondo de Cultura Económica, 1963.

FERNÁNDEZ DE PAZ, ESTHER: «De tesoro ilustrado a recurso turístico: el cambiante significado del patrimonio cultural», *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, n° 4 (1), 2006, pp. 1-12.

FLIGSTEIN, NEIL: *Euro-clash. The EU, European Identity, and the Future of Europe*, Nueva York: Oxford University Press, 2008.

GARCÍA-MOUTON, PILAR: *Lenguas y Dialectos de España*. Madrid: Arco Libros, 1994.

GEERTZ, CLIFFORD: «The integrative revolution: primordial sentiments and civil politics in the new states» en GEERTZ, C.: *Interpretation of Cultures: Selected Essays*, Nueva York: Basic Books, 1973, pp. 105-157.

GIDDENS, ANTHONY: *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*, Cambridge (UK): Polity Press, 1991.

GILLIS, J.: *Commemorations. The Politics of national Identity*, Princeton: Princeton University Press, 1994.

GÓMEZ GARCÍA, PEDRO: «Cuestiones sobre la identidad cultural de Andalucía», *Gazeta de Antropología*, 1, 1982.

GONZÁLEZ DE MOLINA, MANUEL y HERRERA, ANTONIO: «L'influence arabe sur la construction de l'identité politique andalouse», en ALCANTUD, JOSÉ ANTONIO y ZABBAL, FRANCOISE (dir.): *Historie de l'Andalousie. Mémoire et enjeux*. París: Minotaure, 2003.

HECHTER, MICHAEL: *Internal Colonialism. The Celtic Fringe in British National Development, 1536-1966*, Berkeley: University of California Press, 1975.

HERB, GUNTRAM H. y KAPLAN, DAVID (eds.): *Nested Identities: Nationalism, Territory and Scale*, Oxford: Rowland & Littlefield, 1999.

HERMANN, RICHARD K. y BREWER, MARILYNN B.: «Identities and institutions. becoming European in the European Union», en HERMANN, RICHARD K. y BREWER, MARILYNN B. (eds.): *Transnational Identities. Becoming European in the EU*, Oxford: Rowland & Littlefield, 2004, pp. 1-22.

HIERRO, M. J.: *Change in National Identification: A study of the Catalan case*, tesis doctoral, 2012.

HOBSBAWM, ERIC J.: «Introduction: Inventing Traditions», en HOBSBAWM, ERIC J. y RANGER, TERENCE (eds.): *The Invention of Tradition*, Cambridge: Cambridge University Press, 1983, pp. 1-14.

HOBSBAWM, ERIC J.: *Nations and Nationalism since 1780. Programme, Myth, Reality*, Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

HROCH, MIROSLAV: *Social Preconditions of National Revival in Europe. A Comparative Analysis of the Social composition of Patriotic Groups among the Smaller European Nations*, Cambridge: Cambridge University Press, 1985.

HUICI, CARMEN; ROS, MARÍA; CANO, IGNACIO; HOPKINS, NICHOLAS; EMLER, NICHOLAS y CARMONA, MERCEDES: «Comparative identity and evaluation of social-political change: Perceptions of the European Community as a function of the salience of regional identities», *European journal of Social Psychology*, n° 27, 1997, pp. 97-113.

INGLEHART, RONALD: *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid: CIS-Siglo XXI, 1991.

JAVALOY, FEDERICO; CORNEJO, JOSÉ MANUEL y BECHINI, ALFREDO: *España vista desde Cataluña: estereotipos étnicos en una comunidad plural*. Barcelona: PPU, 1990.

JIMÉNEZ-BLANCO, JOSÉ; GARCÍA FERRANDO, MANUEL; LÓPEZ ARANGUREN, EDUARDO y BELTRÁN, MIGUEL: *La conciencia regional en España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1977.

LACOMBA, JUAN A.: «Historia e identidad: de la historia en Andalucía a la historia de Andalucía», en HURTADO, JOSÉ y FERNÁNDEZ DE PAZ, ESTHER (eds.): *Cultura Andaluza*, Sevilla: Ayuntamiento-Universidad, 1999, pp. 119-127.

LACOMBA, JUAN A.: «La mirada ajena: Andalucía vista por 'otros'», *Estudios Regionales*, 34, 1992, pp. 163-177.

LAITIN, DAVID: *Hegemony and Culture*, Chicago: Chicago University Press, 1986.

LEBOVICS, HERMAN: «Creating the Authentic France: Struggles over French identity in the First Half of the Twentieth Century», en GILLIS, JOHN R. (ed.): *Commemorations. The Politics of National Identity*, Princeton: Princeton University Press, 1994, pp. 239-257.

LINZ, JUAN J.: «Early State Building and Late Peripheral Nationalisms Against the State: The case of Spain» en EISENSTADT, SHMUEL N. y ROKKAN, STEIN (eds.): *Building States and Nations. Analysis by Region*, vol. II, Beverly Hills: Sage Publications, 1973, pp. 32-116.

LINZ, JUAN J.: «Politics in a Multilingual Society with a Dominant World Language: The Case of Spain», en SAVARD, J. G. y VIGNEAULT, R. (eds.): *Les états multilingues: problèmes et solutions*, Quebec: Presses de l'Université de Laval, 1975, pp. 367-444.

LINZ, JUAN J.: «From Primordialism to Nationalism», en TIRYAKIAN, EDWARD y ROGOWSKI, RONALD (eds.): *New Nationalism of the Developed West: Toward Explanation*, Boston: Allen & Unwin, 1985, pp. 203-253.

LINZ, JUAN: «De la crisis de un Estado unitario al Estado de las Autonomías», en FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, FERNANDO (coord.): *La España de las Autonomías*, Madrid: Instituto de Estudios de Administración Territorial, 1985, pp. 527-672.

LINZ, JUAN J.: «Peripheris within the Periphery», en TORSVIK, PER (ed.): *Mobilization Center-Periphery Structures and Nation Building*, Oslo: Universitetsforlaget, 1981, pp. 335-389.

LINZ, JUAN: «State building and nation building», *European Review*, vol. I, nº 4, 1993, pp. 355-369.

LINZ, JUAN J.: «Democracia, multinacionalismo y federalismo». *Revista Española de Ciencia Política*, 1, 1999, pp. 7-40.

LINZ, JUAN J. y STEPAN, ALFRED: *Problems of Democratic Transition and Consolidation. Southern Europe, South America, and Post-Communist Europe*. Baltimore MD: Johns Hopkins Univ. Press, 1996.

LÓPEZ ARANGUREN, EDUARDO: «Las dimensiones de la conciencia nacional y regional», *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 71-72, 1995, pp. 41-77.

LÓPEZ-ARANGUREN, EDUARDO y GARCÍA FERRANDO, MANUEL: «Nacionalismo y regionalismo en la España de las autonomías», en VIDAL-BENEYTO, J. (ed.): *España a debate*, vol. II, *La sociedad*. Madrid: Tecnos, 1991.

LÓPEZ-ARANGUREN, EDUARDO: *La conciencia regional en el proceso autonómico español*. Madrid: CIS, 1983.

MALEFAKIS, EDWARD: *Reforma agraria y revolución campesina en la España del siglo XX*. Madrid: Espasa Calpe, 2001.

MARTÍNEZ-HERRERA, ENRIC: «Identidades territoriales en la España de las Autonomías: una aproximación culturalista al cambio actitudinal», en PALLARÉS, F. (ed.): *Espacios de competición en gobiernos multinivel. Identidades, partidos y elecciones en el Estado de las Autonomías*. Valencia: Tirant lo Blanch, 2014 (en prensa).

MARTÍNEZ-HERRERA, ENRIC y MILEY, THOMAS J.: «The Constitution and the Politics of National Identity in Contemporary Spain», *Nations & Nationalism*, vol. 16, n° 1, 2010, pp. 6-30.

MARTÍNEZ-HERRERA, ENRIC: «From nation-building to building identification with political communities. Consequences of political decentralization in Spain, the Basque Country, Catalonia and Galicia, 1978-2001», *European Journal of Political Research*, vol. 41, n° 4, 2002, pp. 421-453.

MILEY, THOMAS J.: *Nacionalismo y política lingüística: El caso de Cataluña*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2006.

MILEY, THOMAS J.: «Identité(s) en mouvement. Le cas des catalans dans l'Espagne contemporaine», *Pôle Sud. Revue de Science Politique*, 23, 2005.

MILEY, THOMAS J.: «Against the Thesis of the Civic Nation: The Case of Catalonia in Contemporary Spain». *Nationalism and Ethnic Politics*, 13 (1), 2007, pp. 1-37.

MINTZ, JEROME R.: *Los anarquistas de Casas Viejas*. Granada: Diputación de Granada, 1994.

MONTERO, JOSÉ RAMÓN; TORCAL, MARIANO: «Autonomías y comunidades autónomas en España: preferencias, dimensiones y orientaciones políticas», *Revista de Estudios Políticos*, 70, 1990.

MORENO, ISIDORO: *Andalucía: identidad y cultura (estudios de antropología andaluza)*, Málaga: Librería Ágora, 1993.

MORENO, LUIS: *La federalización de España. Poder político y territorio*. Madrid: Siglo XXI, 1997.

MOTA, FABIOLA: «Cultura política y opinión pública en las comunidades autónomas: un examen del sistema político autonómico en España 1984-1996». *Working Paper* 153. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials, 1998.

MOYA, CARLOS: «Identidad colectiva: un programa de investigación científica», *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, n° 25, 1984, pp. 7-35.

NAGEL, J.: «Constructing Ethnicity: Creating and Recreating Ethnic Identity and Culture», *Social Problems*, 41 (1), 1994, pp. 152-176.

NAGEL, J.: «American Indian Ethnic Renewal: politics and the resurgence of Identity», *American Sociological Review*, vol. 60, n° 6, 1995, pp. 947-65.

- NINYOLES, RAFAEL LL.: *Idioma i prejudici*. Valencia: Tres i Quatre, 1972.
- PAGE, BENJAMIN; SHAPIRO, ROBERT y DEMPSEY, GLENN: «What moves public opinion?», *The American Political Science Review*, vol. 81, nº 1, 1987, pp. 23-44.
- PALACIOS, LUIS: «La identidad de Andalucía. Aproximación histórica» en Fernando Arcas y Cristóbal García (eds.) *Andalucía y España. Identidad y conflicto en la historia contemporánea*, vol.1, 2008, pp. 35-79.
- PALLARÉS, FRANCESC; LLERA, FRANCISCO J. y MONTERO, JOSÉ RAMÓN: «Autonomía y comunidades autónomas: Actitudes, opiniones y cultura política». Centro de Investigaciones Sociológicas. Mimeografiado, 1993.
- PALLARÉS, FRANCESC; VIRÓS, MARIA ROSA y CANALS, RAMÓN M.: «Els eixos de competència electoral», *Estudis Electorals*, 10. Barcelona: Fundació Jaume Bofill, 1991.
- RAAGMAA, GARRI: «Regional Identity in Regional Development and Planning», *European Planning Studies*, vol. 10, nº 1, 2002, pp. 55-76.
- RODRÍGUEZ, ROSA y MOYA, MIGUEL: «España vista desde Andalucía. Estereotipos e identidad», *Psicología Política*, 16, 1998, pp. 27-48.
- ROPERO, MIGUEL: *La modalidad lingüística andaluza*, Sevilla: Santillana/Grazalema, 1993.
- RUIZ-MORALES, FERNANDO C.: «De Cante, Baile, y Toque en la Emigración. Sociabilidad en Torno al Flamenco en Bélgica, 1956-1975», *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, nº 66 (2), 2011, pp. 433-454.
- SANGRADOR, JOSE L.: *Estereotipos de las nacionalidades y regiones de España*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1981.
- SANGRADOR, JOSE L.: *Identidades, actitudes y estereotipos en la España de las autonomías*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1996.
- SMITH, ANTHONY D.: *National Identity*, Reno: University of Nevada Press, 1991.
- SOYSAL, YASEMIN: *Limits of Citizenship*, Chicago: University of Chicago Press, 1994.
- SPILLMAN, L.: *Nation and Commemoration: creating National Identities in the United States and Australia*, Nueva York: Cambridge University Press, 1997.
- TAFJEL, HENRI: *Human Groups and Social Categories*, Cambridge: Cambridge University Press, 1981.
- TAYLOR, VERA y WHITTIER, NANCY E.: «Collective identity in social movement communities», en MORRIS, ALDON D. y MUELLER, CAROL (eds.): *Frontiers in Social Movement Theories*, New Haven: Yale University press, 1992, pp. 104-29.

TEJERINA, BENJAMÍN: *Nacionalismo y lengua*, Madrid: CIS-Siglo XXI, 1992.

VARSHNEY, ASHUTOSH: «Contested Meanings: India's National Identity, Hindu Nationalism, and the Politics of Anxiety», *Daedalus*, Vol. 122, n° 3, 1993, pp. 227-261.

WEBER, EUGENE: *Peasants into Frenchmen. The Modernization of Rural France, 1870-1914*, Stanford: Stanford University Press, 1976.

WEBER, MAX: *Economy and Society. An Outline of interpretive sociology*, Berkeley: University of California Press, 1978.

WHITE, HARRISON C.: *Identity and Control: A Structural Theory of Social Action*, Princeton: Princeton University Press, 1992.

WILLIAMS, R.: *Hierarchical Structures and Social value. The Creation of Black and Irish Identities in the United States*, Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

10. Sobre los autores

Ana Carrillo es investigadora doctoral en el departamento de ciencia política de la universidad de Leicester (Reino Unido). Es socióloga y trabajadora social por la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla) y está especializada en inmigración internacional y cohesión social por las universidades de Osnabrück, Deusto y Ámsterdam con un máster Erasmus Mundus. Ha obtenido diversas becas para las que ha estudiado y trabajado en otros centros universitarios nacionales y extranjeros (Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, 2009; New Mexico State University, EEUU, 2007; Universidad Complutense de Madrid, 2005; y l'Haute École de Charleroi, Bélgica, 2004). En la última década ha realizado proyectos, conferencias y publicaciones relacionadas fundamentalmente con la Unión Europea (identidad y participación política), la integración social entre los inmigrantes, la identidad española (nacional y local), igualdad de género y la adaptación de la diversidad funcional en la comunidad universitaria. Se le puede contactar en acarrillolopez@gmail.com

Xavier Coller es sociólogo y periodista. Catedrático de Sociología de la Universidad Pablo de Olavide. Es PhD por Yale University y Dr. por la UAB. Ha enseñado en las universidades siguientes: UAB, UPF, UB, UA, ESADE, UOC, Europea de Madrid, Yale, Georgetown y Université de Montpellier-1. Ha sido *visiting fellow* en las universidades de Warwick, Berkeley, Harvard, Yale, Georgetown y Université de Montpellier-1. Es el séptimo Catedrático Príncipe de Asturias de Georgetown University (2005-07), co-director del master universitario 'Sociedad, Administración y Política' (MUSAP) y director del grupo de investigación 'Democracia y Autonomías: Sociedad y Política'.

Sus investigaciones han sido patrocinadas por instituciones europeas, españolas y estadounidenses. Es autor de más de setenta publicaciones sobre teorías sociológicas, métodos de investigación, identidades colectivas, elites políticas y organizaciones complejas. Entre sus libros más conocidos están *Estudio de casos* (CIS, 2000, segunda edición en 2005), *Canon sociológico* (Tecnos, 2003, segunda edición en 2007) y *Análisis de organizaciones* (CIS, 2004, con Roberto Garvía). Es editor, con Antonio M. Jaime, del estudio sobre parlamentarios andaluces titulado *El perfil del poder* (Parlamento de Andalucía, 2013). Se le puede contactar en xavier.collier@aya.yale.edu.

Mª del Mar Llopis Orrego, es doctora en Sociología por la Universidad de Salamanca, Grado de Salamanca y Máster en Recursos Humanos por el Instituto Superior de Formación y Empresa. Directora general de la empresa Quality Survey SL. Sus líneas de investigación están relacionadas con la ecología humana, sociología del turismo y sociología política. Autora de varias publicaciones, entre ellas *Bajo la Mirada de Heracles: Los Usos Sociales del Agua como Fuente de Salud y Placer* (Ed. Universidad de Salamanca, 2010). Se le puede contactar en: marllopis@hotmail.com

Enric Martínez-Herrera es Ph.D. in Political and Social Sciences por el European University Institute; y M.A. in Social Science Data Analysis por la University of Essex. Profesor Contratado Doctor acreditado, ha sido docente en diversas universidades, así como *research fellow* en las Universidades de Maryland (programa «J.W. Fulbright»), Católica de Lovaina (Leuven), Pompeu Fabra, y en el Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Sus intereses residen en la intersección entre comportamiento político, instituciones y políticas públicas en perspectiva comparada. Ha dirigido y participado en numerosos proyectos de investigación nacionales e internacionales y es autor de más de treinta publicaciones académicas, incluyendo algunas en *European Journal of Political Research*, *Nations and Nationalism*, y *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, y en libros publicados por Ashgate, Lexington, Macmillan, Nomos y Routledge. Se le puede contactar en e.mz.herrera@gmail.com

Thomas Jeffrey Miley es profesor de Sociología política en la Universidad de Cambridge. Recibió su doctorado en Ciencia Política en la Universidad de Yale en 2004. Sus intereses de investigación incluyen la teoría democrática, los nacionalismos, religión y política y la política de inmigración. Es autor de *Nacionalismo y Política Lingüística: El Caso de Cataluña* (Madrid: CEPC, 2006) y de varios artículos sobre los nacionalismos en Cataluña y en el País Vasco. Es co-editor con José Ramón Montero de *Las Obras Escogidas de Juan J. Linz* (7 volúmenes) (Madrid: CEPC, 2008-2011). Se le puede contactar en thomas.j.miley@gmail.com

Marta Paradés Martín, diplomada en Trabajo Social por la escuela universitaria de Relaciones Laborales, Trabajo Social y Turismo, licenciada en Sociología por la Universidad Pablo de Olavide y Máster en Democracia y Gobierno en la Universidad Autónoma de Madrid. Actualmente es personal investigador en formación en el Departamento de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Autónoma de Madrid donde realiza su programa de doctorado. Ha sido «estudiante visitante» en la fundación Juan March y en el European University Institute. Ha realizado cursos de especialización en técnicas cuantitativas en la Universidad de Salamanca y en el ECPR's Winter School in Methods and Techniques en Viena. Sus principales áreas de interés son la identidad nacional y europea así como la perspectiva de género. Se le puede contactar en marta.parades@uam.es

Esteve Sanz es *Kinght Law and Media Fellow* del Information Society Project de la Yale Law School. Previamente, fue investigador del Instituto de Prospectiva Tecnológica de Sevilla, uno de los ocho centros de investigación de la Comisión Europea. Licenciado en Economía por la Universidad de Barcelona, ha estudiado Ciencia Política en la Universidad Pompeu Fabra y en la London School of Economics, donde completó una tesis sobre globalización. Es doctor por el Internet Interdisciplinary Institute de la Universitat Oberta de Catalunya. Ha sido profesor del Centro de Estudios Internacionales de la Universidad Pablo de Olavide e investigador post-doctoral en el Massachusetts Institute of Technology y en el Centro de Sociología Cultural de la Universidad de Yale. Su trabajo analiza diferentes aspectos de la sociedad de la información desde una perspectiva cultural. Se le puede contactar en esteve.sanz@yale.edu

Anna Zamora-Kapoor. Socióloga licenciada por la Universidad de Barcelona, realizando la tesis doctoral en el Departamento de Sociología en Columbia University, bajo la dirección de la Catedrática Saskia Sassen. Ha recibido becas del Ministerio de Educación y Ciencia, la Fundación Caja Madrid, Columbia University, y la Junta de Andalucía —Programa Talentia—. Durante sus estudios, ha realizado estancias cortas en la Henry M. Jackson School of International Studies, en la University of Washington, y la Université Paris 1 Panthéon Sorbonne. Sus artículos han aparecido en varias publicaciones de prestigio internacional, principalmente: *Encyclopedia of Social Networks*, *International Journal of Comparative Sociology*, *International Sociology*, *Journal of Latin American and Iberian Studies*, *Migration Studies*, *Paradigm Publishers*, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, y *Sociology Compass*. Se le puede contactar en aez2104@columbia.edu



Centro de Estudios Andaluces
CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA