

ESPAÑA VISTA DESDE ANDALUCÍA *ESTEREOTIPOS E IDENTIDAD**

R. Rodríguez – M. C. Moya
Universidad de Granada

RESUMEN

Se estudia el estereotipo que 1193 andaluces tienen de sí mismos, de los españoles y de los miembros de otras comunidades: castellanos, vascos, catalanes y gallegos. Se estudia la evaluación realizada del estereotipo de cada grupo y del grado de identificación de cada participante con las características asociadas a los miembros de las diferentes regiones y nacionalidades seleccionadas. Los resultados muestran una coincidencia entre el estereotipo de los diversos grupos encontrado en esta investigación y los obtenidos en estudios anteriores. Se observa una gran homogeneidad endogrupal en los andaluces y una gran semejanza entre el estereotipo de los andaluces y de los españoles. Las evaluaciones de los estereotipos indican la existencia de favoritismo endogrupal. Los resultados se analizan desde el marco de las relaciones intergrupales.

ABSTRACT

In this research we studied stereotypes held by 1193 Andalusians of ingroup, Spanish, and other regional/national outgroups: Castilians, Basques, Catalans, and Galicians. The evaluation of the stereotypes of each group was also measured, as well as the participants' degree of identification with the attributes associated with each of the above mentioned groups. Results show that the stereotypes were very similar to those found in previous studies. There was high ingroup homogeneity among Andalusians, and a high degree of similarity between the stereotypes of Andalusians and Spanish. Ingroup favoritism was found in the evaluations of the stereotypes. Results are discussed considering stereotypes from an intergroup perspective.

Introducción

Un estereotipo consiste en un conjunto de creencias compartidas acerca de los atributos personales que poseen los miembros de un grupo (Morales y Moya, 1996). El adjetivo *compartido* es importante, porque no siempre los estereotipos han sido concebidos de esa manera. La influencia de la perspectiva cognitiva, interesada en el estudio de los procesos de estereoti-

pia, ha llevado a centrarse en los estereotipos existentes en la mente de unos *individuos* concretos. Sin embargo, el estudio del contenido consensuado de los estereotipos también posee un incuestionable interés. Desde un punto de vista social (sociológico, histórico) no resulta de tanta relevancia lo que una persona determinada piense de los andaluces, vascos o catalanes, por ejemplo, sino lo que los españoles en general, los miembros de otras autonomías específicas, o los empresarios, por citar algunos ejemplos, piensan de los integrantes de cada uno de los grupos mencionados (Sangrador, 1991).

El contenido concreto de las imágenes existentes sobre los miembros de diversos grupos, (esto es, los estereotipos), es importante porque tal contenido influye en la percepción social, en la interpretación de la realidad y en la realización de juicios, así como en los sentimientos experimentados respecto a los miembros de los grupos estereotipados y en las conductas que hacia ellos se dirigen. Así, si bien el prejuicio (la actitud negativa hacia los miembros de un grupo social) no debe considerarse exclusivamente como una consecuencia de los estereotipos (Morales y Moya, 1996), la investigación ha mostrado que suele estar estrechamente asociado a ellos. Por ejemplo, Sangrador (1996) en un estudio reciente con una muestra representativa de la población española mayor de 18 años (residente en localidades de más de 2.000 habitantes), encontró que las características que el resto de los españoles más adjudicaban a los catalanes, diferenciándolos de otros grupos regionales/nacionales, eran: *tacaños, trabajadores, independientes, cerrados, emprendedores, egoístas, individualistas, materialistas, ambiciosos y antipáticos*. Como puede apreciarse, este estereotipo tiene connotaciones negativas. No resulta pues extraño que, en coherencia con esa imagen, cuando a los sujetos se les preguntó sobre qué miembros de comunidades autónomas no querían tener como compañeros de trabajo, los catalanes fueran el grupo más rechazado.

El resultado anterior ilustra la importancia de los estereotipos y sus potenciales efectos perjudiciales, resaltando su relevancia social. Es muy probable que la mayoría de quienes participaron en el estudio de Sangrador no tuvieran un conocimiento de primera mano de los catalanes –basado en la experiencia directa– sino que su imagen era la que ha sido transmitida socialmente. Sin embargo, sus sentimientos y su intención de conducta parecen estar estrechamente relacionados con este estereotipo.

Los estereotipos son sociales no sólo porque son el resultado de influencias sociales sobre el individuo, sino porque pueden convertirse a su vez en una especie de norma social, aceptada pasivamente sin una reflexión crítica y generadora de posibles acciones colectivas (Sangrador, 1996).

¿Por qué tenemos estereotipos? ¿Para qué nos sirven? Dejando a un lado las funciones que en el plano individual los estereotipos pueden desempeñar para cada persona en particular, los estereotipos desempeñan una serie de funciones sociales o grupales (Tajfel, 1981/1984): cuando un grupo mantiene un determinado estereotipo, éste puede servirle para explicar la realidad social (e.g., «Cataluña tiene una alta tasa de desarrollo económico porque los catalanes son muy ahorradores»), para justificar las acciones dirigidas hacia los miembros del grupo (e.g., «es mejor invertir en Cataluña que en Andalucía») y para proporcionar identidad social positiva («estoy muy orgulloso de ser catalán»). En definitiva, la categorización social y la estereotipia puede servir para mantener la posición que ocupan los grupos de alto *status* (Morales y Huici, 1994). Por ejemplo, los catalanes, para mantenerse en una posición de superioridad, podrían implicarse en la defensa de unos determinados estereotipos de los andaluces, grupo que se puede considerar de inferior *status* al caracterizarse por un menor desarrollo industrial, una base económica fundamentalmente agrícola y un alto índice de desempleo o nivel de vida bajo (Huici y cols, 1997).

Los estereotipos, al ser resultado de las relaciones intergrupales, son mecanismos que están al servicio de cada grupo. Sangrador (1996) encontró, en líneas generales, que el estereotipo que los miembros de una determinada comunidad autónoma tenían de sí mismos y el estereotipo que los habitantes del resto de España tenían eran bastante coincidentes. Sin embargo, el auto-estereotipo siempre tendía a ser más positivo. El caso más claro ocurría con los catalanes. Este era uno de los grupos, como ya se ha indicado, cuyo estereotipo tenía más carga negativa. Sin embargo, la visión que los catalanes tenían de sí mismos resaltaba la dimensión positiva: *trabajadores* era el rasgo más adjudicado, seguido de *amantes de su tierra* y *buena gente*; *tacaños* fue señalado por el 35.5% del resto de los españoles como característico de los catalanes, mientras que sólo el 15.2% de ellos se lo autoadjudicaban. Este resultado ha aparecido de manera sólida en las investigaciones sobre relaciones intergrupales (Tajfel, 1987; Huici, 1985).

Sin embargo, esta tendencia al favoritismo endogrupal en los estereotipos puede presentar algunos matices. Así, algunas investigaciones han puesto de manifiesto que los miembros de un grupo pueden mostrar favoritismo exogrupal en sus estereotipos en aquellas dimensiones que no consideren de mucha importancia (Doise y Sinclair, 1973). Por ejemplo, Van Knippenberg (1984) encontró que los grupos de *status* superior sobrevaloraban las características no amenazantes del grupo de más bajo *status*, para así mantener la idea socialmente deseable de justicia en sus juicios. En ese sentido, los catalanes podrían valorar el atributo de jueguistas en el este-

reotipo andaluz, ya que éste no amenazaría su *status* superior, más bien lo reafirmaría. Igual podría decirse de la calificación de los andaluces como *abiertos*: probablemente, en nuestra sociedad sea menos valorado ser abierto o extrovertido que ser inteligente o trabajador.

Existen diversos estudios acerca de los estereotipos que en nuestro país existen sobre los miembros de diferentes grupos regionales o nacionales (Rodríguez Sanabra, 1963; Sangrador, 1981; Chacón, 1986; Javaloy y cols., 1990; Rodríguez, Sabucedo y Arce, 1991; Sangrador, 1996). Algunos de estos estudios han utilizado muestras nacionales, mientras que otros sólo han incluido a participantes de una determinada región o nacionalidad. Los datos disponibles, obtenidos a lo largo de un período amplio de tiempo (entre el primer y el último estudio hay un período de 31 años, pues los datos de Sangrador de 1996 fueron recogidos en 1994), indican que existen unas imágenes bastante consensuadas y estables de los miembros de las diferentes comunidades.

Javaloy y cols., (1990) comparando sus resultados con los de estudios anteriores, sólo observaron un cambio sustancial en el contenido del estereotipo de los vascos y una mayor difuminación en los estereotipos existentes de valencianos y aragoneses. Algunas de estas investigaciones también han estudiado la evaluación que se hacía de los estereotipos y/o de los habitantes de cada comunidad. Los principales resultados de estas investigaciones serán comentados al mismo tiempo que se presentan los obtenidos en nuestro trabajo.

En la presente investigación se ha estudiado el estereotipo que los andaluces tienen de sí mismos, de los españoles y de los miembros de otras comunidades, concretamente de castellanos, vascos, catalanes y gallegos. También se ha estudiado la evaluación que se hacía del estereotipo de cada grupo y del grado de identificación de cada participante con las características asociadas a las diferentes regiones y nacionalidades seleccionadas.

Con ello pretendíamos conocer con mayor profundidad la visión que el andaluz tiene de sí mismo, comprobando si coincide o no con la que el resto de españoles tienen de los habitantes de esta región, y que ha sido objeto de estudio en otras investigaciones (Sangrador, 1996; Javaloy y cols., 1990).

Otro objetivo importante de esta investigación fue analizar si en el grupo andaluz aparece el fenómeno de favoritismo endogrupal, tal y como se había observado en otros grupos regionales (Sangrador, 1996).

Método

Participantes

Participaron en esta investigación 1193 personas, todas ellas residentes en Andalucía. El único requisito que se les pedía para participar fue que se autodefinieran como andaluces. El 48.5 % fueron hombres y el 51.5 % mujeres. Su edad oscilaba entre 17 y 55 años, siendo la media de 25.4 años. Gran parte de los individuos entrevistados habían nacido en Andalucía (76.84 %). Todos los integrantes de la muestra residían en Andalucía en el momento de participar en el estudio, llevando un tiempo medio de residencia de 12 años.

El nivel de estudios máximo alcanzado por los participantes fue relativamente elevado: el 34.7% estaban cursando, o habían cursado, estudios universitarios, el 53.8% tenían el Bachillerato Superior, el 5.7% Formación Profesional, el 4% Bachillerato Elemental y el 1.8% sólo había cursado Estudios Primarios. La mayoría de los participantes no realizaban trabajo alguno cuando contestaron el cuestionario (67.4 %), aunque un segmento de los entrevistados sí trabajaba a jornada completa (12.40 %) y el resto (20.2%) lo hacía de manera ocasional (tiempo parcial, en vacaciones, etc.).

Procedimiento

Los participantes en este estudio contestaron, de manera anónima, un cuestionario acerca de las características que a su juicio definían a los habitantes de varias regiones y nacionalidades españolas. Antes de realizar esa tarea se les preguntaba por diversas variables sociodemográficas: sexo, edad, nivel de estudios, situación laboral, región de nacimiento, región de nacimiento de los padres y tiempo de residencia en Andalucía.

El núcleo fundamental del cuestionario lo constituían 6 páginas, en cada una de las cuales había uno de los siguientes encabezamientos: vascos, gallegos, castellanos, andaluces, españoles, catalanes. Tras el encabezamiento aparecían 80 atributos (e.g., *honrados*, *tranquilos*, *comprensivos*, *graciosos*), extraídos de los anteriores estudios sobre el tema. Prácticamente cualquier característica que en esas investigaciones aparecía como propia de algún grupo fue incluida. Las instrucciones que se proporcionaban a los participantes consistían en que señalaran con una "X" los cinco adjetivos que en su opinión mejor definían al grupo que en el encabezado de la página se especificaba. Además, debían indicar si cada uno de esos adjetivos escogidos era positivo, negativo o neutro (marcando con un círculo los signos +, - ó o respectivamente). Por último, debían rodear las palabras SI o NO que aparecían a la derecha de los cinco adjetivos escogidos como defi-

nitórios de ese grupo, dependiendo de si el adjetivo concreto expresaba algo propio del modo de ser de la persona que contestaba o no, es decir si se veía a sí misma de esa manera o no. A los participantes se les hacía hincapié en que respondieran de forma rápida, intentando pensar en los habitantes de cada región en general, no en personas concretas.

Así, pues, de cada grupo regional o nacional se pudieron obtener los siguientes índices:

Frecuencia con la que cada uno de los 80 atributos fue seleccionado como característico de los miembros de cada grupo regional/nacional.

Favorabilidad de los estereotipos. Se contó, para cada grupo, el número total de adjetivos señalados como positivos, negativos y neutrales y se calculó una puntuación de favorabilidad (Javaloy y cols., 1990), aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Índice de Favorabilidad} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de adjetivos positivos}}{\text{N}^\circ \text{ adjetivos positivos} + \text{N}^\circ \text{ adjetivos negativos}}$$

Similitud. En cada uno de los grupos, y para cada uno de los cinco atributos que el sujeto podía señalar como característico del grupo, se puntuó con un 1 si se había contestado «sí» y con cero si se había contestado «no». En consecuencia cada participante, para cada grupo, podrá obtener una puntuación entre 0 (no se ha considerado semejante en ninguno de los cinco ítems señalados) y 5 (se ha considerado como semejante en todos). Se calculó para cada grupo regional/nacional un índice de semejanza, que fue la puntuación media (resultado de sumar la puntuación de semejanza obtenida por cada sujeto y dividirla por el número de sujetos).

Quienes participaron en esta investigación lo hicieron a requerimiento de estudiantes de primer curso de Psicología de la Universidad de Granada, como parte de una práctica voluntaria de la asignatura Psicología Social. Los datos se recogieron entre febrero de 1996 y enero de 1997. Es preciso recordar que durante ese período hubo en nuestro país cierto debate nacional respecto al pacto que, primero el PSOE y después el PP, realizaron con el partido catalán Convergencia y Unión, y que les permitió obtener respaldo suficiente para gobernar.

Resultados

Contenido de los estereotipos

En las tablas 1-6 que se incluyen en el anexo aparece un resumen de los atributos adjudicados con mayor frecuencia a cada uno de los grupos regionales/nacionales considerados. La probabilidad de que un atributo sea elegido al azar es de 6'25% ($100 \times 5/80$). Por tanto, los atributos que superan ese porcentaje pueden considerarse como «estereotipos». Para facilitar la comparación de unos grupos con otros, en la primera columna aparecen las frecuencias para el grupo al que se refiere la tabla y en las siguientes columnas se han incluido las frecuencias con que cada atributo ha sido seleccionado para los demás grupos. Cuando los adjetivos aparecen en mayúscula significa que ese adjetivo ha sido escogido en primer lugar solamente para ese grupo, y además su frecuencia es mayor para ese grupo regional que para los demás. Cuando los adjetivos aparecen en mayúscula y cursiva indican que ese adjetivo ha sido escogido con mayor frecuencia para ese grupo regional (al que está dedicada la tabla) que para los demás.

El índice de dispersión indica el grado de unanimidad existente respecto al estereotipo de cada grupo. Este índice ha sido calculado según el procedimiento tradicional de Katz y Braly, es decir, el número de adjetivos necesario para incluir el 50% del total de atribuciones de adjetivos en cada estereotipo (Sangrador, 1996). Cuanto más alto es este índice, mayor número de adjetivos se necesitan para cubrir el 50% de atribuciones y, por tanto, menor es la unanimidad.

Comentaremos nuestros resultados comparándolos con los obtenidos por Javaloy y cols. (1990) –recuérdese que los participantes en este estudio eran residentes en Cataluña– y con los de la investigación realizada por Sangrador (1996) en la que participaron habitantes de todas las regiones y nacionalidades.

El estereotipo que los andaluces tienen de sí mismos es muy similar al que ha aparecido en anteriores investigaciones. Los atributos seleccionados por más del 15% de los participantes en el estudio de Javaloy y cols. fueron: *alegres, abiertos, exagerados, amantes de su tierra, chistosos, hospitalarios y machistas*; y los que superaron esa frecuencia en el estudio de Sangrador fueron: *alegres, abiertos, buena gente, graciosos, juerguistas y amables*. Este último autor también encontró que esos mismos rasgos eran los que los andaluces se adjudicaban a sí mismos junto con amantes de su tierra, hospitalarios y trabajadores. Como se puede observar en la tabla 1, estos atributos son los mismos que aparecieron con mayor frecuencia en nuestra investigación. El estereotipo de los andaluces es el que menor índi-

ce de dispersión tiene y, por tanto, es en el que existe mayor unanimidad. Igual ocurrió en los dos estudios mencionados.

Tabla 1. Atributos asociados con mayor frecuencia a los andaluces y frecuencia de asociación a los demás grupos estudiados

	<i>ANDALUZ</i>						
	AND	VAS	GALL	CAS	CAT	ESP	TOTAL
JUERGUISTAS	46.10	2.51	1.76	2.35	1.09	24.73	13.09
GRACIOSOS	38.31	1.34	5.26	2.1	0.67	7.29	9.16
ABIERTOS	30.85	1.01	8.47	3.26	0.84	19.53	10.66
Amantes de su tierra	30.34	41.83	28	19.28	23.39	35.29	29.69
ALEGRES	29.50	0.84	3.18	1.34	0.17	20.87	9.32
Hospitalarios	24.64	6.03	14.75	12.24	1.00	27.74	14.4
EXAGERADOS	22.98	5.03	1.84	0.92	1.59	3.02	5.90
VIVOS	18.11	1.34	2.68	3.69	0.33	9.64	5.96
SERVICIALES	14.84	1.17	9.22	7.21	0.67	12.57	7.61
Apasionados	14.58	4.44	2.18	1.42	0.08	21.04	7.29
Honrados	10.9	3.52	13.5	8.97	1.42	9.72	8.00
Tradicionalistas	9.81	12.99	17.85	12.15	4.27	13.16	5.28
Trabajadores	9.40	10.81	12.91	8.13	29.34	13.83	12.73
Religiosos	9.05	1.76	12.91	9.56	1.76	16.76	8.63
Bebedores	8.97	4.86	2.09	2.26	0.33	9.39	4.65
VAGOS	8.63	0.59	1.26	0.75	3.02	5.53	3.30
Amables	7.96	1.1	12.41	9.64	0.42	8.05	6.60
Ind. Dispersión	8.8	17.72	16.93	21.67	10.53	14.93	

Tabla 2. Atributos asociados con mayor frecuencia a los españoles y frecuencia de asociación a los demás grupos estudiados

ESPAÑÓLES							
	ESP	VAS	GALL	CAS	AND	CAT	TOTAL
Amantes de su tierra	35.28	41.83	28.00	19.28	30.34	23.39	29.69
HOSPITALARIOS	27.74	6.03	14.75	12.24	24.64	1.00	14.4
Juerguistas	24.73	2.51	1.76	2.35	46.10	1.1	13.09
APASIONADOS	21.04	4.44	2.18	1.42	14.58	0.08	7.29
Alegres	20.87	0.84	3.18	1.34	29.50	1.69	9.32
Abiertos	19.53	1.01	8.47	3.27	30.85	0.84	10.66
RELIGIOSOS	16.76	1.76	12.91	9.56	9.05	1.76	8.63
Trabajadores	13.83	10.81	12.91	8.13	9.39	29.34	12.73
Tradicionalistas	13.16	12.99	17.85	12.15	9.81	4.27	5.28
Serviciales	12.57	1.17	9.22	7.21	14.84	0.67	7.61
Honrados	9.72	3.52	13.49	8.97	10.90	1.42	8.00
Vivos	9.64	1.34	2.68	3.7	18.11	0.33	5.96
BEBEDORES	9.40	4.86	2.09	2.26	8.97	0.33	4.65
Orgullosos	8.88	15	5.28	13.41	2.09	19.36	10.67
Amables	8.05	1.1	12.41	9.64	7.96	0.42	6.60
AVENTUREROS	7.79	2.18	5.28	2.43	5.62	0.75	4.01
Indice dispersión	14.93	17.72	16.93	21.67	8.8	10.53	

En la tabla 2 aparecen los atributos incluidos en el estereotipo de los españoles. Este estereotipo sólo se incluyó en el estudio de Sangrador (1996), quien encontró que las características más asociadas a los españoles fueron: *buena gente* (35.2%), *alegres* (23.9%), *abiertos* (23%), *trabajado-*

res (21.8%), *amantes de su tierra* (19.1%), *amables* (18.5%), *hospitalarios* (13.5%), *juerguistas* (11.2). Estos resultados coinciden en líneas generales con los nuestros. Sólo difieren en el atributo *juerguista* (que en nuestro caso fue considerado bastante típico de los españoles: 24.73), en *buena gente* (no incluido por nosotros) y en *trabajadores*, considerado como más característico de los españoles en el estudio de Sangrador que en el nuestro. Puede apreciarse en la tabla 2 cierta tendencia por parte de los andaluces a considerar que sus propias características son las que definen a los españoles (algo también frecuente en otros estudios): en las 6 primeras características típicas de los españoles (excepto *amantes de su tierra*), los andaluces consideran que ellos las poseen en mayor proporción que cualquier otro grupo.

Tabla 3. Atributos asociados con mayor frecuencia a los catalanes y frecuencia de asociación a los demás grupos estudiados

	CATALAN						
	CAT	VAS	GALL	CAS	AND	ESP	TOTAL
TACAÑOS	57.92	2.09	4.36	3.44	0.67	0.42	11.48
Separatistas	35.96	38.14	0.84	1.42	0	0.168	12.76
TRABAJADORES	29.34	10.81	12.91	8.13	9.39	13.83	12.73
Amantes de su tierra	23.39	41.83	28	19.28	30.34	35.29	29.69
Cerrados	20.45	26.57	10.64	7.69	0.25	0.17	10.96
ORGULLOSOS	19.36	15	5.28	13.41	2.09	8.88	10.67
AMBICIOSOS	17.43	2.85	0.84	4.69	0.42	2.68	4.81
MATERIALISTAS	15.59	1.17	0.75	3.69	0.17	2.68	4.01
CHULOS	14.67	5.03	0.50	14.67	0.17	1.84	6.15
EMPRENEDORES	14.42	5.11	2.10	4.36	0.84	4.36	5.2
ANTIPÁTICOS	12.57	3.02	0.67	3.44	0	0.08	3.3
EGOÍSTAS	11.4	5.87	0.17	1.34	0.33	1.17	3.38
FANFARRONES	10.14	5.36	0.42	5.62	2.26	3.10	4.48

<i>FALSOS</i>	9.89	3.35	1.01	2.18	1.76	0.92	3.18
<i>INDIVIDUALISTAS</i>	9.89	8.23	0.75	4.11	0	1.51	4.08
<i>DESCONFIADOS</i>	8.88	5.7	4.36	3.02	1.34	2.85	4.36
<i>INTELIGENTES</i>	7.63	0.92	0.75	2.35	1.34	7.46	3.41
Índice de dispersión	10.53	17.72	16.93	21.67	8.8	14.93	

El estereotipo de los catalanes (tabla núm. 3) fue el segundo en consenso: 10.53 atributos son suficientes para incluir el 50% del total de atribuciones de adjetivos en cada estereotipo (el mismo resultado fue obtenido por Sangrador y uno muy parecido obtuvo Javaloy y cols. –en este caso ocupó la tercera posición). El contenido encontrado por nosotros es muy similar al encontrado por Sangrador cuando los juicios los realizan los no-catalanes. Sin embargo, cuando los juicios los realizan los propios catalanes, los resultados presentan una coloración más positiva (y aquí sí coinciden con los encontrados por Javaloy y cols.). Según estos últimos autores, los rasgos más típicos de los catalanes son: *amantes de su tierra, cultos, trabajadores, ambiciosos, emprendedores, cerrados, educados, peseteros y tacaños* (porcentajes todos superiores al 15%). En el estudio de Sangrador, los atributos que los catalanes consideraron más típicos de sí mismos fueron: *trabajadores, amantes de su tierra, buena gente, emprendedores, tacaños e independientes*.

El estereotipo de los vascos (tabla núm. 4) presentaba menor consenso que el de andaluces y catalanes (17.72). Si bien Javaloy y cols. encontraron bastante consenso respecto al estereotipo vasco (ocupó el segundo lugar, con un índice de 8.4, seguido del de los andaluces), Sangrador ya obtuvo un índice más parecido al nuestro (14.9). El contenido del estereotipo es bastante similar en los tres estudios, aunque no completamente coincidente. En nuestro caso los atributos más característicos y diferenciadores respecto a otros grupos fueron: *amantes de su tierra, separatistas, cerrados, brutos, orgullosos, testarudos, comilones, rudos, idealistas e indomables*. En el estudio de Sangrador fueron: *separatistas, fuertes, violentos, extremistas, comilones, tradicionalistas e idealistas*. Y en el de Javaloy y cols.: *brutos, separatistas, fuertes, extremistas, violentos, individualistas, orgullosos, cerrados y comilones*.

Tabla 4. Atributos asociados con mayor frecuencia a los vascos y frecuencia de asociación a los demás grupos estudiados

	VASCO						
	VAS	GALL	CAST	AND	CAT	ESP	TOTAL
<i>AMANTES DE SU TIERRA</i>	41.83	28	19.28	30.34	23.39	35.29	29.69
<i>SEPARATISTAS</i>	38.14	0.84	1.42	0	35.96	0.17	12.75
<i>CERRADOS</i>	26.57	10.64	7.63	0.25	20.45	0.17	10.95
<i>BRUTOS</i>	22.72	3.77	1.42	1.76	0.67	1.26	5.27
<i>ORGULLOSOS</i>	15	5.28	0.13	2.09	13.36	8.88	7.46
Tradicionalistas	12.99	17.85	12.15	9.81	4.27	13.16	11.71
<i>TESTARUDOS</i>	12.57	5.7	4.44	0.67	4.02	3.02	5.07
<i>COMILONES</i>	11.48	4.94	3.94	4.02	0.59	6.62	5.26
Trabajadores	10.81	12.91	0.12	9.39	29.34	13.83	12.73
<i>RUDOS</i>	10.31	3.35	3.18	0.17	0.59	0.75	3.06
Serios	9.47	5.7	16.85	0.09	5.87	0.745	6.45
Individualistas	8.23	0.75	4.11	0	9.89	1.51	4.08
<i>IDEALISTAS</i>	8.05	1.42	1.93	1.76	3.77	3.18	3.35
Hospitalarios	6.03	14.75	12.24	24.64	1.01	27.74	14.40
<i>INDOMABLES</i>	5.36	0.17	0.42	0.59	0.84	2.01	1.56
Clasistas	5.11	1.42	12.07	1.01	7.46	4.61	5.28
Bebedores	4.86	2.09	2.26	8.97	0.33	9.39	4.65
Indice de dispersión	17.72	16.93	21.67	8.8	10.53	14.93	

Respecto al estereotipo de los gallegos (tabla núm. 5) existe una menor coincidencia en los atributos concretos más elegidos en nuestra investigación y en otros estudios, aunque la imagen final que se dibuja de ellos es

muy semejante en los tres estudios. Por último, en lo que concierne al este-reotipo de los castellanos (tabla núm. 6), nuestros resultados y los de Sangrador son muy similares (Javaloy y cols. no incluyeron a este grupo).

Tabla 5. Atributos asociados con mayor frecuencia a los gallegos y frecuencia de asociación a los demás grupos estudiados

	<i>GALLEGO</i>						
	GALL	VAS	CAS	AND	CAT	ESP	TOTAL
Amantes de su tierra	28	41.83	19.28	30.34	23.39	35.29	29.69
HUMILDES	23.05	1.51	6.28	7.04	0.25	4.27	7.07
SUPERSTICIOSOS	22.88	0.42	1.26	3.77	0.17	3.02	5.25
TRADICIONALISTAS	17.85	12.99	12.15	9.81	4.27	13.16	11.70
HOGAREÑOS	15.25	4.27	6.20	2.77	1.59	5.61	5.95
SENCILLOS	15	1.26	10.48	7.04	0.17	6.87	6.80
Hospitalarios	14.75	6.03	12.24	24.64	1.01	27.74	14.40
HONRADOS	13.49	3.52	8.97	10.9	1.42	9.72	8
Trabajadores	12.91	10.81	8.13	9.40	29.34	13.83	14.07
Religiosos	12.91	1.76	9.55	9.05	1.76	16.76	8.63
Conservadores	12.74	0.78	14.84	0.84	4.69	5.78	6.61
TRANQUILOS	12.49	1.93	8.47	2.18	0.50	3.10	4.79
AMABLES	12.41	1.10	9.64	7.96	0.42	8.05	6.60
Cerrados	10.65	26.57	7.63	0.25	20.45	0.17	10.95
Serviciales	9.22	1.17	7.21	14.84	12.57	0.67	7.61
SUFRIDOS	8.97	2.01	2.18	2.01	0.59	2.68	3.07
Abiertos	8.47	1.01	3.27	30.85	0.84	19.53	10.66
Índice de dispersión	16.93	17.72	21.67	8.8	10.53	14.93	

Tabla 6. Atributos asociados con mayor frecuencia a los castellanos y frecuencia de asociación a los demás grupos estudiados

	CASTELLANO						
	CAS	VAS	GALL	AND	CAT	ESP	TOTAL
EDUCADOS	21.21	3.10	3.69	0.42	3.10	2.51	5.67
Amantes de su tierra	19.28	41.83	28	30.34	23.39	35.29	29.69
SERIOS	16.85	9.47	5.7	0.08	5.87	0.75	6.45
CONSERVADORES	14.84	0.78	12.74	0.84	4.7	5.78	6.61
CHULOS	14.64	5.03	0.50	0.17	14.67	1.84	6.15
Orgullosos	13.41	15	5.28	2.09	19.36	8.88	10.67
CULTOS	12.57	1.42	0.92	0.59	7.38	2.93	4.30
Hospitalarios	12.24	6.03	14.75	24.64	1.00	27.74	14.4
Tradicionalistas	12.15	12.99	17.85	9.81	4.27	13.16	11.7
CLASISTAS	12.07	5.11	1.42	1.00	7.46	4.61	5.28
SENCILLOS	10.48	1.26	15	7.04	0.17	6.87	6.80
Amables	9.64	1.01	12.41	7.97	0.42	8.05	6.60
NOBLES	9.64	2.93	7.3	2.93	0.33	4.94	4.68
Religiosos	9.56	1.76	12.91	9.05	1.76	16.76	8.63
SOBRIOS	9.39	1.84	4.79	0.08	1.09	0.17	2.89
PRÁCTICOS	8.97	0.42	0.84	0.92	6.87	2.43	3.41
Honrados	8.97	3.52	13.49	10.90	1.42	9.72	8
Indice de dispersión	21.67	17.72	16.93	8.8	10.53	14.93	

Con la finalidad de presentar una visión más simplificada de cómo son percibidos los diferentes grupos considerados, realizamos un análisis de cluster con los adjetivos seleccionados para cada grupo. Los datos de entrada para el análisis fueron los porcentajes de sujetos que señalaron como

característico de cada grupo 53 de los atributos utilizados (los que aparecían con más frecuencia). El método de agrupamiento fue el de vínculo único (*single*). Los resultados aparecen en la figura número 1, donde se puede ver que inicialmente hay dos pares de regiones muy semejantes entre sí: gallegos y castellanos de una parte, y andaluces y españoles de otra. En una segunda etapa se unen estos dos pares de grupos entre sí. En una tercera etapa se une a los anteriores el grupo vasco y, por último, cuando el análisis obliga a hacerlo, se les une el grupo catalán.

Clusters Combinados				
Paso	Cluster 1	Cluster 2	Coeficiente	
1	3	4	2290,569580	
2	1	6	2484,288086	
3	1	3	3144,828857	
4	1	2	4432,274902	
5	1	5	5820,175781	

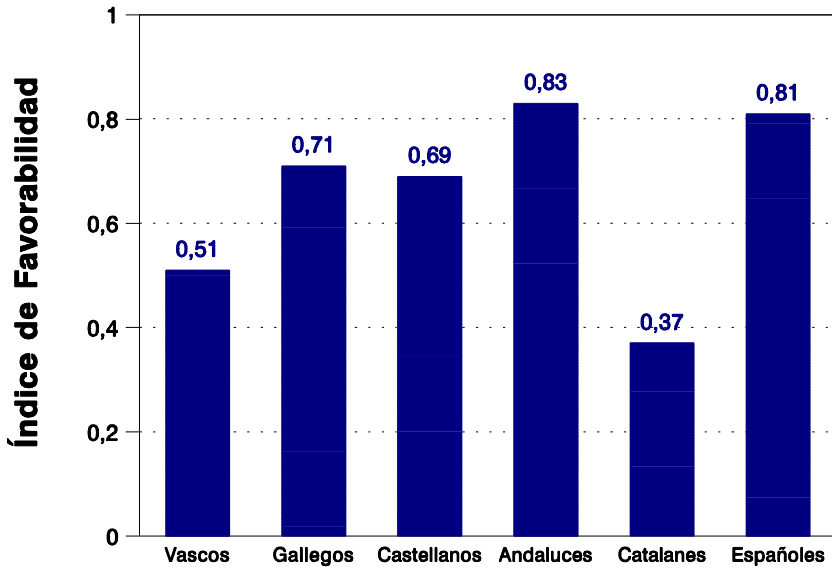
		0	5	10	15	20	25
		+-----+-----+-----+-----+					
GALLEGO	3	-+-----+					
CASTELLANO	4	-+	+-----+				
ANDALUZ	1	---+-----+			+-----+		
ESPAÑOL	6	---+					
VASCO	2	-----+					
CATALÁN	5	-----+					

Evaluación de los estereotipos

En la figura 2 aparece la puntuación en favorabilidad obtenida por el estereotipo de cada grupo. El índice oscila entre 0 y 1. Esta medida es similar a la utilizada por Javaloy y cols. (1990) pero diferente a la utilizada, por ejemplo, por Sangrador (1996) quien pedía una evaluación directa de cada grupo en una escala de 0 a 10. En nuestro estudio lo que pedimos a los participantes es que indicaran si los atributos que han señalado para cada grupo son positivos, negativos o neutrales. Como se puede apreciar el grupo más valorado es el endogrupo: los andaluces, seguido de los españoles, gallegos, castellanos, vascos, y por último los catalanes. Ese mismo resultado es el obtenido por Sangrador, incluso cuando no se incluían las respuestas de los sujetos andaluces. Javaloy y cols. encontraron un resultado semejante: los andaluces fueron el grupo más valorado (tras los catalanes):

catalanes (0.748), andaluces (0.674), aragoneses (0.668), valencianos (0.584), vascos (0.514) y gallegos (0.483).

Figura 2. Índice de favorabilidad del estereotipo de cada uno de los grupos estudiados



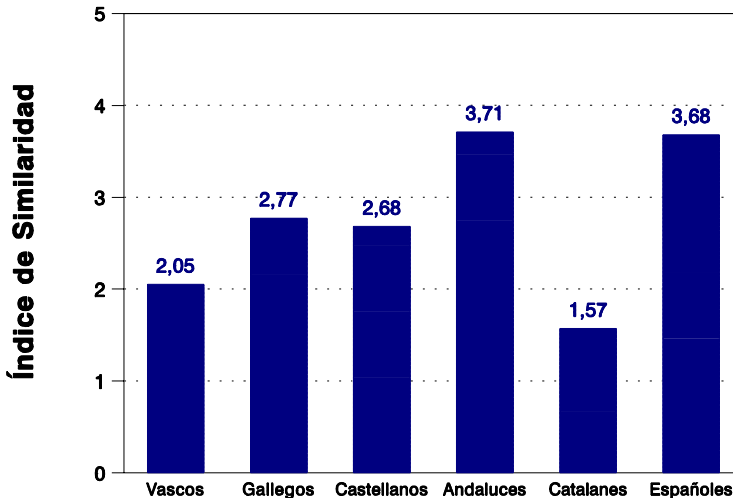
Sangrador, excluyendo las valoraciones de cada endogrupo encontró el siguiente orden de evaluaciones: andaluces (7.0), castellanos (6.75) gallegos (6.6), vascos (5.8) y catalanes (4.8).

Semejanza

Cuando analizamos la semejanza que los participantes percibían entre ellos y los diferentes grupos considerados (figura núm. 3), vimos que las respuestas guardan un gran paralelismo con las proporcionadas en la favorabilidad. El grupo respecto al que se consideran más semejantes es el endogrupo, los andaluces (3.71), seguido muy de cerca por los españoles (3.68). A una distancia considerable le siguen gallegos (2.77) y castellanos

(2.68), siendo los grupos percibidos como menos semejantes los vascos (2.05) y los catalanes (1.57).

Figura 3
Índice de semejanza entre los participantes y los estereotipos de cada uno de los grupos estudiados.



Dado que con anterioridad hemos mostrado cómo el estereotipo que los andaluces tienen de su grupo regional es muy semejante al que tienen los habitantes de otras regiones y nacionalidades, el hecho de que nuestros participantes se consideren bastante semejantes a la descripción que han hecho de su endogrupo indica que quienes participaron en este estudio tienen bastante interiorizado el estereotipo andaluz.

Discusión

El patrón de resultados encontrado corrobora, en líneas generales, los ya obtenidos por otros autores en anteriores estudios, especialmente los realizados por Javaloy y cols. (1990) y Sangrador (1996). En nuestro caso el objetivo era replicar estas investigaciones con participantes andaluces, centrándonos en su identidad social y comparar sus juicios con los que de ellos han hecho en otras investigaciones los habitantes de otras comunidades españolas.

En lo que respecta al contenido de los estereotipos estudiados, los resultados muestran que el estereotipo andaluz, obtenido con una muestra exclusivamente andaluza, es muy similar al encontrado por otros autores con muestras representativas de la población española (Sangrador, 1996), o procedentes de otras regiones (Javaloy, 1990). Es decir, los rasgos que los andaluces señalan como definitorios de los habitantes de su región son prácticamente los mismos que los señalados por personas procedentes de otras regiones. Además, los participantes se sienten identificados con estos atributos. Se puede interpretar que estos resultados apoyan la controvertida hipótesis del "*fondo de verdad*" en los estereotipos: el estereotipo andaluz refleja de alguna manera la forma real de ser de los andaluces. Esto queda avalado por el hecho de que respecto a la imagen estereotípica del andaluz coinciden tanto los habitantes de otras regiones (algo mostrado en otras investigaciones) como los propios andaluces y, además, éstos se identifican con los atributos considerados típicos de su grupo.

No obstante, existen otras interpretaciones posibles de estos resultados. Como han puesto de manifiesto los autores que han profundizado en el tema del *fondo de verdad* de los estereotipos (por ejemplo, Oakes y Reynolds, 1997), la comprobación de que un estereotipo es cierto requiere un proceso metodológicamente más complejo que la mera constatación de una coincidencia entre hetero-estereotipo y auto-estereotipo, dado que podría ser perfectamente posible que cuando los andaluces se describen a sí mismos, lo que hacen es no decir cómo son ellos realmente, sino que, al igual que otros españoles, se limitan a aplicar el estereotipo difundido sobre su grupo. Además, incluso aunque pudiera comprobarse que los miembros de un determinado grupo *son* realmente tal y como establece su estereotipo, quedaría en duda la relación de causalidad: ese hecho no tendría por qué implicar que el estereotipo refleje la realidad, pues también podría ser que fuera la realidad quien reflejara al estereotipo, como han puesto de manifiesto las investigaciones realizadas sobre la *profecía autocumplida*. Así, una creencia sólida por parte de las elites dirigentes y empresariales de nuestro país de que los andaluces son menos emprendedores y organizados que catalanes y vascos, por ejemplo, podría llevar a una escasez de inversiones en esta región, lo que provocaría un menor desarrollo económico y en una confirmación, a la postre, de las creencias iniciales.

Un resultado que llama la atención es el alto grado de unanimidad existente respecto al estereotipo del propio grupo, el andaluz, que aparece como el grupo con menor índice de dispersión. Aparece, por tanto, un fenómeno de *homogeneidad endogrupal*, cuando lo que suele ser habitual en las investigaciones sobre estereotipos es el fenómeno contrario, esto es, la *homo-*

geneidad exogrupal (Hilton y von Hippel, 1996). No obstante, trabajos realizados desde la perspectiva de la teoría de la Identidad Social han mostrado que la homogeneidad endogrupal es un fenómeno que se da en los grupos minoritarios (Mullen y Hu, 1989), especialmente en las dimensiones o atributos relevantes para la identidad social de los miembros del grupo, como una manera de incrementar el sentido de pertenencia de grupo y realzar la autoestima que puede verse amenazada por el carácter minoritario del endogrupo (Simon y Brown, 1987; Simon, 1992). Este proceso podría darse perfectamente en el caso de los andaluces, por tratarse de un grupo que ocupa una posición de inferioridad en la realidad social española (e.g., aportación al PIB, tasa de paro, renta per cápita, etc.).

Los resultados sobre la evaluación que las personas participantes en nuestro estudio realizan de los atributos estereotípicos muestran claramente un patrón de favoritismo endogrupal: los rasgos más valorados son los del propio grupo. Este dato coincide plenamente con los encontrados en otras investigaciones (Mullen, Brown y Smith, 1992) y encaja dentro de los planteamientos de la teoría de la Identidad Social: los estereotipos ocurren en el marco de las relaciones intergrupales y son mecanismos al servicio de la búsqueda de identidad social positiva.

En una primera aproximación pueden resultar algo sorprendentes los resultados de otras investigaciones, que han mostrado que el estereotipo andaluz es de los más valorados (o el más) por los habitantes de otras regiones y nacionalidades españolas. Sin embargo, este resultado puede ser coherente con los datos mostrados por el metaanálisis efectuado por Mullen, Brown y Smith (1992), que indican que los grupos de status más alto manifiestan favoritismo endogrupal sobre todo en los atributos relevantes e importantes para ellos y pueden mostrarse magnánimos, presentado favoritismo exogrupal incluso, en los atributos poco relevantes o importantes para ellos. Así, por ejemplo, en el estudio de Javaloy y cols. (1990), los catalanes pueden considerar positivamente los rasgos atribuidos a los andaluces porque esos rasgos *no* son los que atribuyen a su endogrupo.

Observando las características que se consideran propias de los andaluces se aprecia que éstas son diferentes de las asociadas a otros grupos y, posiblemente, no sean igual de valoradas socialmente (esta afirmación, no obstante, necesitaría ser comprobada empíricamente). Por ejemplo, ser *abierto* es algo, sin duda, positivo, pero puede que no lo sea tanto como ser *trabajador*. Además, lo que sí ha quedado claro en las investigaciones sobre percepción social (Moya, 1994) es que aunque ambos atributos fueran igual de positivos, los dos designan dimensiones diferentes: en el primer caso competencia social y en el segundo competencia intelectual. Asimismo,

mo, el componente evaluativo de los rasgos de personalidad puede definirse desde dos perspectivas: *favorables-al-yo* y *favorables-a-los-otros* (Leyens, Yzerbyt y Schadron, 1994); así, *inteligente* y *estúpido* tienen consecuencias positivas y negativas para el «yo», mientras que *generoso* y *tacaño* tienen consecuencias para los demás. Un examen de los atributos estereotípicos de los andaluces muestra cómo la mayoría de los atributos son *favorables-a-los-otros*.

En lo que respecta a los resultados referentes a la semejanza que los andaluces perciben entre ellos y las demás regiones y nacionalidades podemos decir que van en la dirección de los resultados encontrados en otros estudios. Por ejemplo, Rodríguez y cols. (1991) encontraron que sujetos gallegos consideraban que el grupo más parecido a los españoles era el de los castellanos, seguido de los andaluces. Igualmente, Huici y cols. (1997), en una investigación con objetivos y metodología diferente, también encontraron que los participantes andaluces se sentían más semejantes a los españoles que a ningún otro grupo.

Por último, consideramos pertinente señalar que un estudio como éste sobre el contenido descriptivo y evaluativo de los estereotipos regionales y nacionales debe de ser considerado como un primer paso, siendo necesario profundizar en el origen y funcionamiento de los estereotipos. Como han señalado Yzerbyt, Rocher y Schadron (1997) lo importante no es tanto saber que los andaluces son percibidos (por ellos mismos y por el resto de los españoles) como *juerguistas, graciosos, abiertos, alegres, exagerados, vivos, serviciales y vagos*, sino *por qué* son percibidos así. La gente intenta integrar las piezas individuales de información (estereotipos) con el fin de formarse una historia coherente sobre el grupo (confiando para ello en sus teorías implícitas) y mantener la estabilidad del *statu quo*. En palabras suyas: *en nuestra visión esencialista de la estereotipia, las características «inherentes» de los grupos son una especie de creaciones sociales, esto es, de cualidades arbitrarias, que se atribuyen a entidades sociales con el fin de explicar su conducta en un contexto histórico y cultural concreto y perpetuar el sistema social* (Yzerbyt, Rocher y Schadron, 1997, 47).

Los estereotipos no sólo consisten en una lista de atributos sino que también incluyen la explicación subyacente que une esos adjetivos. Así, quizá sería interesante estudiar en futuras investigaciones qué teorías vinculan y dan sentido a los rasgos que componen el estereotipo andaluz. No obstante, independientemente de que se conozcan o no las teorías concretas que vinculan los atributos estereotípicos andaluces, a juicio de Yzerbyt y cols. (1997), la dimensión negativa de los estereotipos está en el hecho de creer que hay una esencia subyacente que vincula a esos atributos. Esto es,

creer que los andaluces son «juerguistas, graciosos, abiertos, etc.» porque subyacente a esas manifestaciones hay una *esencia* del andaluz que le hace ser así.

Referencias

- Chacón,F.(1986): Estereotipos regionales madrileños. *Papeles del Colegio*, 4, 25, 23-30.
- Doise,W.-Sinclair,A.(1973): The categorization process in intergroup relations. *European Journal of Social Psychology*, 2, 145-157.
- Hilton,J.L.-von Hippel,W.(1996): Stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 47, 237-271.
- Huici,C.-Ros,M.-Cano,I.-Hopkins,N.-Emler,N.-Carmona,M.(1997): Comparative identity and evaluation of socio-political change: Perceptions of the European Community as a function of the salience of regional identities. *European Journal of Social Psychology*, 27, 97-113.
- Huici,C.(1985): *Estructura y procesos de grupo*. Madrid: UNED, Vol. 2.
- Javaloy,F.-Cornejo,J.M.-Bechini,A.(1990): *España vista desde Cataluña: estereotipos étnicos en una comunidad plural*. Barcelona: PPU.
- Leyens,J.Ph.-Yzerbyt,V.-Schadron,G.(1994): *Stereotypes and social cognition*. Londres: Sage.
- Morales,J.F.-Moya,M.(1996): *Tratado de Psicología Social. I. Procesos Básicos*. Madrid: Síntesis.
- Morales,J.F.-Huici,C.(1994): Las relaciones entre grupos. En J.F. Morales (coord.): *Psicología Social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Moya, M.C.(1994): Percepción social y de personas. En J.F. Morales (coord.): *Psicología Social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Mullen,B.-Brown,R.J.-Smith,C.(1992): Ingroup bias as a function of salience, relevance, and status: An integration. *European Journal of Social Psychology*, 22, 103-122.
- Mullen,B.-Hu,L.(1989): Perceptions of ingroup and outgroup variability: A meta-analytic integration. *Basic and Applied Social Psychology*, 10, 233-252.
- Oakes,P.-Reynolds,K.J.(1997): Asking the accuracy question: Is measurement the answer?. En R. Spears et al.(Eds.): *The social psychology of stereotyping and group life*. Oxford: Blackwell.
- Rodríguez Sanabra,F.(1963): Estereotipos regionales españoles. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 68-69, 763-771.
- Rodríguez,M.S.-Sabucedo,J.M.-Arce,C.(1991): Estereotipos regionales y nacionales: del conocimiento individual a la sociedad pensante. *Revista de Psicología Social*, 6, 1, 2-22.
- Sangrador,J.L.(1981): *Estereotipos de las nacionalidades y regiones de España*. Madrid: CIS.
- Sangrador,J.L.(1991): Estereotipos y cognición social. *Interacción Social*, 1, 65-87.

- Sangrador, J.L. (1996): *Identidades, actitudes y estereotipos en la España de las autonomías*. Madrid: CIS.
- Simon, B. (1992): The perception of ingroup and outgroup homogeneity: Reintroducing the social context. *European Review of Social Psychology*, 3, 1-30.
- Simon, B.-Brown, R.J. (1987): Perceived intragroup homogeneity in minority-majority contexts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 703-711.
- Tajfel, H. (1981/1984): *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona, Herder.
- Tajfel, H. (ed.) (1987): *Differentiation between social groups: studies in the Social Psychology of intergroup relations*. Londres: Academic.
- Van Knippenberg, A. (1984): Intergroup differences in group perception. En H. Tajfel (Ed.) *The Social Dimension*. Londres, Cambridge: University Press.
- Yzerbyt, V.-Rocher, S.-Schadron, G. (1997): Stereotypes as explanations: A subjective essentialistic view of group perception. En R. Spears et al. (Eds.): *The social psychology of stereotyping and group life*. Oxford: Blackwell.

Miguel C. Moya Morales. Es Profesor Titular de Psicología Social. Es coautor de diversos libros (*Psicología Social*, 1994, McGraw-Hill; *Tratado de Psicología Social*, 1996, Síntesis; *Psicología Social y Trabajo Social*, 1996, McGraw-Hill); *Psicología y género*, 1996, Granada). Autor de diversos artículos sobre estereotipos, relaciones intergrupales e identidad. Entre 1988 y 1989 colabora en el Institute of Social and Applied Psychology de la Universidad de Kent (Reino Unido) y en 1992 en el Department of Psych. de la Univ. de California, Los Angeles (UCLA). **Rosa Rodríguez Bailón** es Becaria del Programa de Formación del Personal Docente e Investigador de la Junta de Andalucía (1996-) y Profesora de las asignaturas Psicología de las Organizaciones, Dirección y Gestión de Personal, Psicología Social Aplicada y Psicología Social. Dpto. de Psicología Social y Metodología de las Ciencias del Comportamiento Universidad de Granada. Campus de Cartuja, 18011, Granada

* Parte de este trabajo fue presentado en el VI Congreso Nacional de Psicología Social celebrado durante el mes de septiembre de 1997 en San Sebastián.