

## EL SENTIMIENTO IDENTITARIO ANDALUZ DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Vázquez, Cueto, María José  
Departamento Economía Aplicada III  
Universidad de Sevilla  
[pepi@us.es](mailto:pepi@us.es)

Asian, Chaves, Rosario  
Departamento Economía Aplicada II  
Universidad de Sevilla  
[rasian@us.es](mailto:rasian@us.es)

Camacho, Peñalosa, Enriqueta  
Departamento Economía Aplicada III  
Universidad de Sevilla  
[enriquet@us.es](mailto:enriquet@us.es)

Masero, Moreno, Inmaculada  
Departamento Economía Aplicada III  
Universidad de Sevilla  
[imasero@us.es](mailto:imasero@us.es)

### RESUMEN

Aunque hoy en día disponemos de numerosas técnicas de tratamiento y análisis de datos, no siempre elegimos la más conveniente, olvidando, en demasiadas ocasiones, las restrictivas hipótesis que conllevan su aplicación. En este trabajo presentamos la metodología de los Rough Sets (conjuntos vagos) que no necesita de hipótesis previas, y que, sin embargo, ha sido muy poco aplicada al análisis de los comportamientos humanos, convirtiéndose así este trabajo en pionero en este campo. Para ilustrarla, y dadas las recientes manifestaciones de los fuertes sentimientos identitarios en algunas Comunidades Autónomas de España, hemos analizado la situación en la que se encuentra Andalucía. Esta Comunidad no ha mostrado a lo largo del tiempo esta característica. Sin embargo, los últimos acontecimientos pueden haber conducido a los andaluces y andaluzas hacia un replanteamiento de sus posturas, aflorando un sentimiento andalucista “enfrentado” al sentimiento nacional. Lo analizamos mediante la técnica comentada y utilizando la Encuesta sobre Realidad Social en Andalucía correspondiente a 2013 (ERSA-2013). Encontramos que existen diferencias significativas entre las opiniones de hombres y mujeres, resultando que los primeros se decantan hacia posiciones extremas en mayor medida que las mujeres, que se mantienen en posiciones intermedias.

### PALABRAS CLAVE:

Rough Sets, Identidad andaluza, Género.

### ABSTRACT:

Although nowadays we have many treatment techniques and data analysis, it's not always chosen the most convenient, forgetting too often the restrictive assumptions involving its application. This paper presents the methodology of Rough Sets that needs no prior

assumptions. This methodology has been very little applied to the analysis of human behavior, making this work a pioneer in this field. To illustrate it, given the recent demonstrations of the strong feelings of identity in some regions of Spain, we have analyzed the situation found in Andalusia. This community hasn't shown over time this feature. However, recent events may have led to the Andalusian to rethink their positions, surfacing one Andalusian feeling "faced" national sentiment. We have analyzed and discussed this technique using the Survey of Social Reality in Andalusian corresponding to 2013 (ERSA-2013). We have found significant differences between the opinions of men and women, resulting that men opt into extreme positions in a greater extent than women, who are kept in intermediate positions.

**KEYWORDS:**

Rough Sets, Andalusian Nationalism, Gender.

## INTRODUCCIÓN

Este trabajo tiene como objetivo principal mostrar una técnica, perteneciente al campo de los métodos denominados de Inteligencia Artificial, que presenta importantes ventajas frente a otros de la estadística clásica o de la lógica difusa y que, aún así, es poco conocido y consecuentemente escasamente aplicado a los procesos conductivos.

Tras esta introducción dedicamos un epígrafe a la metodología y, en el epígrafe tres, la aplicamos, para que se vea su potencial, al análisis del sentimiento identitario andaluz, obteniendo importantes resultados en cuanto a la importancia de las variables que lo condicionan. Entre ellas, el género se demuestra como una de las más determinantes.

La elección de su aplicación no ha sido aleatoria. El fenómeno del nacionalismo en España, que en sus inicios y en diversas etapas no era necesariamente independentista, está adquiriendo últimamente especial notoriedad debido a los independentismos vasco y catalán. Esto está provocando en Andalucía y en toda España debates acerca del sentimiento identitario de los españoles hacia su región respectiva.

En este trabajo asumiremos el concepto de identidad como el resultado de una experiencia económica, social, política y cultural histórica colectiva, generando unos valores y actitudes que caracterizan la identidad, denominados "marcadores de identidad", y que hacen que un individuo se sienta como parte de un grupo.

En el caso de Andalucía, ¿existe esa identidad de pueblo andaluz? Diferentes encuestas de opinión demuestran que los andaluces tienen "conciencia" de pertenencia a Andalucía, sin embargo, lo correcto sería decir "sentimiento". Lacomba (2001) destaca entre los factores que han contribuido al afianzamiento del "sentimiento" frente a la "conciencia":

- el hecho de que su historia y cultura haya permanecido oculta y que muchos de sus símbolos y actitudes hayan pasado a caracterizar la identidad de pueblo español
- *"la gran extensión de Andalucía y sus deficiencias de articulación interna, lo que propicia la prevalencia de localismos y provincialismos. Es el caso del habla andaluza, singular "forma expresiva" de los andaluces, con una enorme riqueza de matices y variantes, locales y provinciales, pero, en su conjunto, manifestación diferenciada, y sustancialmente identitaria, del pueblo andaluz"*
- la ausencia de un "impulso educativo" en este sentido desde el periodo de la transición.

El "sentimiento" prevalece sobre la "conciencia" de los andaluces, ya que si se analizan los resultados de las encuestas relativas a "identidad del pueblo andaluz" desde la década pasada se observa que los siguientes aspectos se mantienen desde entonces:

- la importancia del "localismo" (identidad territorial)
- la conciencia de identidad andaluza/española (la identidad contrastada entre Andalucía y España)
- la mayor parte de la población dice estar orgullosa de ser andaluza (sentimiento de orgullo comunitario).

Por tanto, podemos reconocer una identidad andaluza singular, pero ¿existe el nacionalismo andaluz? Para Del Pino y Bericat (1998) no existe nacionalismo en Andalucía, según deducen al analizar la Encuesta Mundial de Valores de 1996, ya que el 60,6% de los andaluces decía sentirse tan andaluz como español y sólo el 5,2% de los andaluces aseguraba sentirse sólo andaluz.

Aguiar y Espinosa de los Monteros (2011) utilizan la información recogida en el Barómetro de Opinión Pública del año 2005 del IESA, para confirmar que los porcentajes anteriores referentes al sentimiento andalucista experimentaron un descenso, sólo el 2,9 % responden sentirse sólo andaluz. Sin embargo, se incrementa en 16 puntos el porcentaje de andaluces que aseguran sentirse tan andaluz como español, alcanzando el 76,7%, y concluyen que los andaluces se sienten muy orgullosos de serlo, pero poco interesados en politizar ese sentimiento, ya sea bajo alguna forma de nacionalismo andaluz, ya bajo algún tipo de regionalismo andalucista.

En este trabajo se plantea un análisis con los datos relativos a la ERSA del año 2013<sup>1</sup> para valorar la importancia de variables socioeconómicas y las que podríamos denominar “ideológicas” en la evolución de “la identidad contrastada entre Andalucía y España”.

Dado que se ha encontrado, como decíamos, que de las variables consideradas, el sexo juega un papel determinante, seguido del nivel educativo y la edad, se plantea un análisis posterior diferenciado entre hombres y mujeres, sobre el papel que juega cada una de ellas. Esto se realiza en los apartados cuatro y cinco respectivamente. Terminamos con las conclusiones extraídas y las referencias bibliográficas.

## METODOLOGÍA

Tras un breve análisis descriptivo de los datos, utilizamos la técnica de los Rough Sets para determinar la importancia que tiene la consideración del género en el poder explicativo de los modelos que traten de predecir el comportamiento identitario.

Esta técnica, desarrollada por Z. Pawlak en 1982<sup>2</sup>, está diseñada para tratar con la ambigüedad y la incertidumbre de la información y su idea básica descansa en la relación de indiscernibilidad que describe elementos indistinguibles. Pertenece a las técnicas denominadas de Inteligencia Artificial, que tratan de modelizar el comportamiento inteligente de los humanos elaborando programas capaces de generar conocimiento a través de datos empíricos y, posteriormente, emplear este conocimiento para realizar inferencias sobre nuevos datos.

Una de sus principales ventajas frente a otras técnicas es que no se necesita ninguna información adicional acerca de los datos, tales como una distribución de probabilidad

---

<sup>1</sup> La ERSA-2013 tiene como universo a la población de ambos sexos de 16 años y más residentes en cualquier municipio de Andalucía. La encuesta se dirige a una muestra real de 1.209 individuos a partir de una muestra teórica de 1.200 individuos con reparto proporcional a la población de cada provincia. El procedimiento de muestreo es polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias para los hogares y cuotas de sexo y edad dentro de cada hogar, de acuerdo con la estructura poblacional de la comunidad ajustada a cada ruta o itinerario. Los cuestionarios se han aplicado mediante entrevista personal en los domicilios, entrevistando a un solo individuo por domicilio. Para un nivel de confianza del 95,5% (2 sigmas), en el caso más desfavorable ( $p = q = 0.50$ ) y en el supuesto de muestreo aleatorio simple, el error es del  $\pm 2,8$  % para el conjunto de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Para la muestra separada por sexos el error en hombres es de  $\pm 4,26$  % y para mujeres  $\pm 4,28$  %.

<sup>2</sup> Para una mayor explicación consultar Pawlak, Z., Grzymala-Busse, J.W., Slowinski, R. y Ziarko, W. (1995).

estadística, o el grado o probabilidad de pertenencia en la teoría de lógica difusa. Parte de una tabla de información/decisión, donde cada elemento viene caracterizado por un conjunto de variables y una variable de decisión, que clasifica al elemento en una de dos o más categorías. La indiscernibilidad se produce cuando dos elementos vienen caracterizados por los mismos valores de las variables y, sin embargo, no coinciden las categorías en las que se clasifican. Esta es la base de los conjuntos rough set.

Cada conjunto impreciso puede ser aproximado por dos conjuntos precisos, uno en el que se encuentran los elementos que ciertamente pertenecen a la clase de decisión en cuestión y otro formado por aquellos que posiblemente pertenezcan a dicha clase. Esto nos proporciona el porcentaje de clasificación correcta total y para cada clase de decisión. Otro aspecto importante del método es que determina el conjunto mínimo de variables que ofrecen la misma información que la tabla de partida, proporcionándonos, además la importancia de cada una de ellas en el proceso de clasificación/predicción.

## DATOS Y VARIABLES

Para realizar este estudio hemos utilizado la información recogida en la Encuesta sobre Realidad Social en Andalucía correspondiente al año 2013 (ERSA-2013), que realiza el Instituto de Estudios Sociales de Andalucía (IESA). La variable fundamental de análisis es la que se corresponde con la pregunta p5004, “¿Con cuál de las siguientes frases se identifica usted en mayor medida?”, que es la que nos va a informar acerca del sentimiento identitario de las personas encuestadas. Para esta cuestión se han barajado 5 alternativas, y han resultado las siguientes frecuencias relativas:

**Tabla 1. Frecuencia relativa de los distintos niveles de la variable dependiente**

Frecuencia relativa	Total poblacional	Hombres	Mujeres
Sólo español (1)	5,26%	5,31%	5,21%
Más español que andaluz(2)	8,11%	10,97%	5,21%
Tan español como andaluz(3)	75,22%	72,74%	77,74%
Más andaluz que español(4)	10,70%	10,09%	11,31%
Sólo andaluz(5)	0,71%	0,88%	0,54%

Fuente: ERSA-2013. Elaboración propia

Esta variable y sus resultados los vamos a relacionar con dos tipos de variables: Sociodemográficas y de carácter ideológico.

Con respecto a las primeras utilizaremos: el sexo, la edad, el nivel educativo, la posición social y el lugar de residencia. (Tabla 2)

**Tabla 2. Variables del perfil sociodemográfico**

VARIABLE	CATEGORÍAS	FR (%)
Sexo (a004)	Hombre (1)	50,4
	Mujer (2)	49,6
Edad* (a005 / age4) Edad media: 44,32	De 16 a 30 años (1)	26,1
	De 31 a 46 años (2)	30,0
	De 46 a 64 años (3)	26,1
	65 años o más (4)	17,8
Nivel educativo* (p4005 / educat)	No educación (0)	7,5
	Educación primaria (1)	20,7
	Educación secundaria obligatoria (2)	18,2
	Educación secundaria post-obligatoria (3)	24,3
	Educación Universitaria (4)	29,3
Posición Social (p6010a)	1 Posición social muy baja	0,0
	2	0,7
	3	3,3
	4	7,7
	5 Posición social media	31,0
	6	29,3
	7	21,8
	8	5,8
	9	0,5
	10 Posición social muy alta	0,1
Provincia (a001)	Almería (4)	8,8
	Cádiz (11)	11,4
	Córdoba (14)	7,0
	Granada (18)	10,8
	Huelva (21)	7,3
	Jaén (23)	7,3
	Málaga (29)	24,5
	Sevilla (41)	22,9
Lugar de residencia (p6001)	Una gran ciudad (1)	23,7
	Las afueras de una gran ciudad (2)	2,3
	Una ciudad de tamaño medio o pequeño (3)	21,3
	Un pueblo (4)	51,5
	Una granja o casa en el campo (5)	1,2

Nota: \* Para edad y educación se han tomado las que aparecen al final del cuestionario como *age4* y *educat* codificadas en los grupos que se presentan en la tabla.

Fuente: ERSA-2013. Elaboración propia.

Las segundas vienen recogidas en la tabla 3.

**Tabla 3. Variables ideológicas**

VARIABLE	CATEGORÍAS	FR (%)
Fórmulas alternativas de organización del Estado en España (p4004)	Estado con un único gobierno central sin autonomías (1)	9,8
	Un Estado en el que las CCAA tengan menor autonomía (2)	39,4
	Estado con CCAA como en la actualidad (3)	33,0
	Un Estado en el que las CCAA tengan mayor autonomía (4)	16,0
	Un Estado en el que se reconociese a las CCAA (5)	1,7
Utilidad de las Comunidades Autónomas (p4005)	Más bien positivo (1)	55,5
	Más bien negativo (2)	17,3
	Ni positivo ni negativo (3)	27,2
Ideología* (p6011)	Izquierda (1)	25,4
	Centro (2)	60,6
	Derecha (3)	14,0
Escala de post-materialismo	Materialista (1)	28,4
	Mixto (2)	56,1
	Post-materialista (3)	15,5

Nota: \* La Ideología está medida en la encuesta en una escala de 1 a 10, pero aquí hemos utilizado la que ha sido codificada en 3 tramos: Izquierda, Centro y Derecha.

Fuente: ERSA-2013. Elaboración propia.

Con estas once variables formamos la tabla de información, a la que añadimos la variable dependiente para convertir en una tabla de información/decisión a la que aplicar la técnica de los Rough Sets.

## RESULTADOS

Todas las variables consideradas constituyen un conjunto de mínima información para poder explicar la variable dependiente. Con ellas obtenemos los siguientes resultados

**Tabla 4. Porcentajes correctos de clasificación con la consideración de la variable “sexo”**

Variable de Decisión	Porcentaje de elementos de la clase de decisión correctamente clasificados
Sólo español (1)	95,92%
Más español que andaluz (2)	97,33%
Tan español como andaluz (3)	98,51%
Más andaluz que español (4)	94,23%
Sólo andaluz (5)	100,00%

Fuente: Elaboración propia

y un porcentaje de elementos correctamente clasificados del 98,88%.

Si eliminamos la variable sexo, los porcentajes se ven claramente disminuidos, como se muestra en la tabla siguiente.

**Tabla 5. Porcentajes correctos de clasificación sin la consideración de la variable “sexo”**

Variable de Decisión	Porcentaje de elementos de la clase de decisión correctamente clasificados
Sólo español (1)	92,00%
Más español que andaluz (2)	97,33%
Tan español como andaluz (3)	97,19%
Más andaluz que español (4)	87,96%
Sólo andaluz (5)	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Con lo que se consigue un porcentaje de elementos correctamente clasificados del 95,85%.

De estos resultados concluimos que la variable “sexo” aporta más de un 3 puntos porcentuales en el porcentaje de clasificación correcta, resultando especialmente determinante para la más correcta clasificación de las categorías Sólo español (1) y Más andaluz que español (4), que aumentan en un 3,9 y en un poco más de un 7 puntos porcentuales respectivamente.

Hemos repetido el análisis para cada una de las variables consideradas, encontrando los resultados que se muestran en la tabla 6, donde expresamos las disminuciones que se producen en las clasificaciones cuando prescindimos de la variable que aparece en la primera columna. Cuanto mayor sea la disminución, mayor es la importancia de la variable.

**Tabla 6: Importancia de cada una de las variables consideradas**

	Sólo español (1)	Más español que andaluz (2)	Tan español como andaluz (3)	Más andaluz que español (4)	Sólo andaluz (5)	Total
Provincia	16,29	6,42	2,47	9,68	0,00	2,34
Fórmulas alternativas de organización del Estado en España	0,00	2,59	1,32	6,27	0,00	1,00
Utilidad de las Comunidades Autónomas	7,68	0,00	0,88	5,44	0,00	0,89
Lugar de residencia	3,92	6,42	2,47	8,91	0,00	1,89
Posición Social	3,92	7,59	2,19	6,27	0,00	1,67
<b>Nivel Educativo</b>	7,68	7,59	4,77	27,24	0,00	<b>4,35</b>
<b>Edad</b>	3,92	6,3	3,62	20,5	0,00	<b>3,01</b>
Materialismo	11,3	7,59	2,04	8,91	0,00	2,00
Ideología	0,00	2,59	1,17	7,19	33,33	1,11

Fuente: Elaboración propia.

Encontramos, así, que “El nivel educativo”, seguido de la “Edad”, son variables que juegan incluso una mayor importancia que el sexo, destacando ambas en la categoría “Más andaluz que español”, a la que aportan respectivamente un aumento en la clasificación del 27,24 y 20,5 puntos porcentuales.

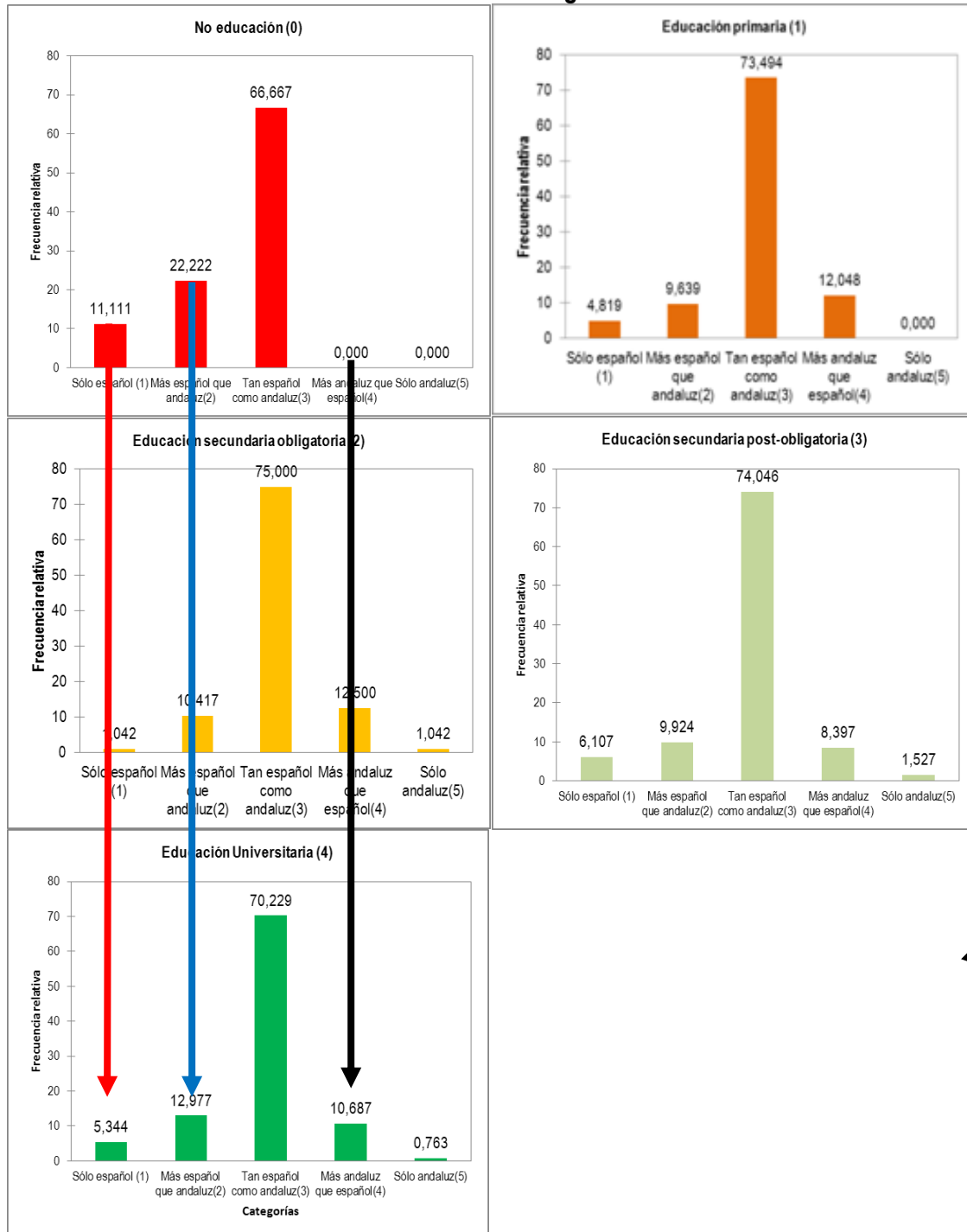


Para ellas vamos a realizar un análisis descriptivo basado en los gráficos que muestran la frecuencia relativa de las respuestas.

### NIVEL EDUCATIVO

Respecto al nivel educativo las respuestas se agrupan para los hombres de la siguiente forma:

**Gráfico 1. Sentimiento identitario de los hombres según nivel de estudios.**

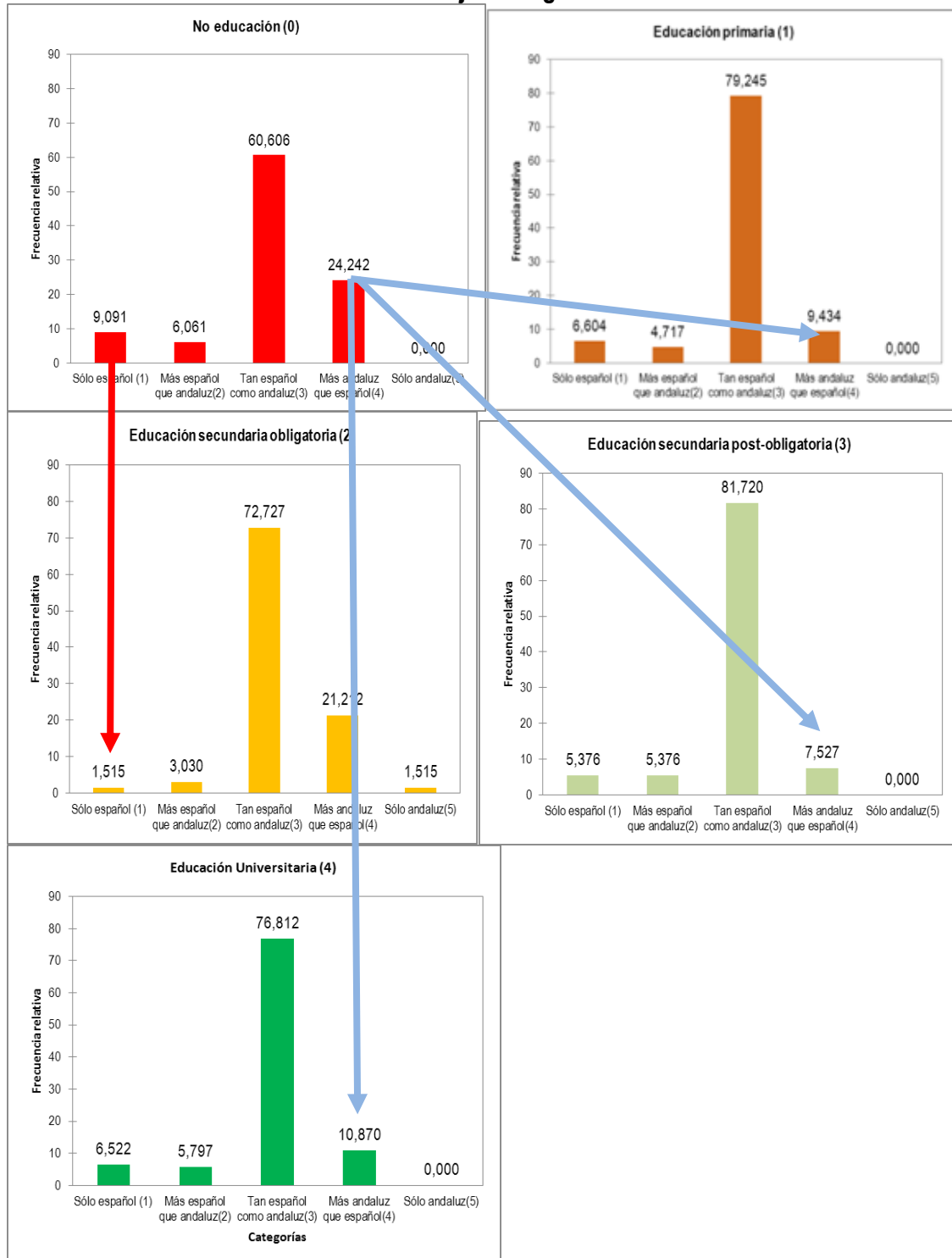


Elaboración propia.

En las posiciones extremas “Sólo español” y “Más español que andaluz” hay un mayor porcentaje de hombres sin nivel educativo, mientras que los universitarios se decantan por las posiciones extremas opuestas “Más español que andaluz” y “Sólo español”. Las principales diferencias la encontramos en la posición “Más andaluz que español”, que pasa del 0% al 10,7%.

Para las mujeres puede apreciarse una situación distinta. Las de nivel educativo 0 se han desplazado hacia la posición opuesta (Más andaluz que español) y las universitarias se han desplazado hacia la posición intermedia (Tan español como andaluz).

**Gráfico 2. Sentimiento identitario de las mujeres según nivel de estudios**

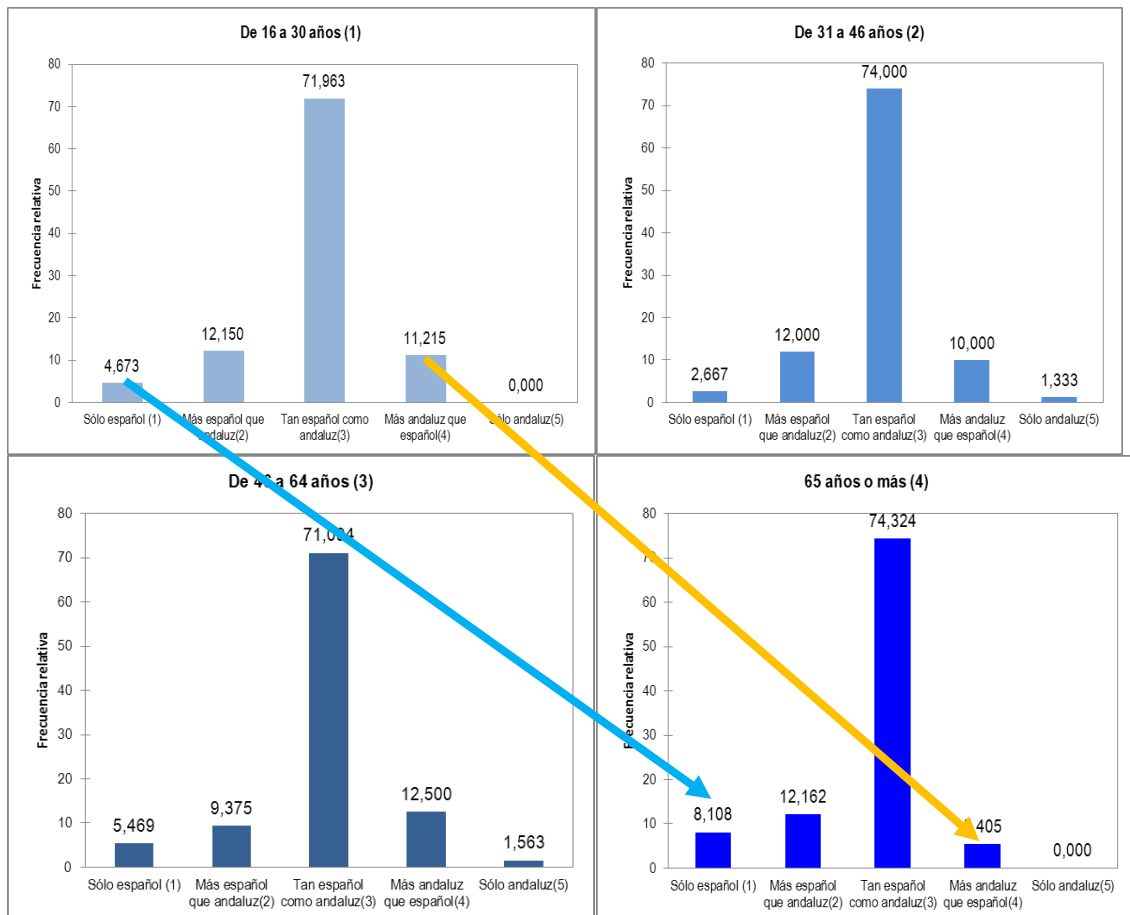


Elaboración propia

## EDAD

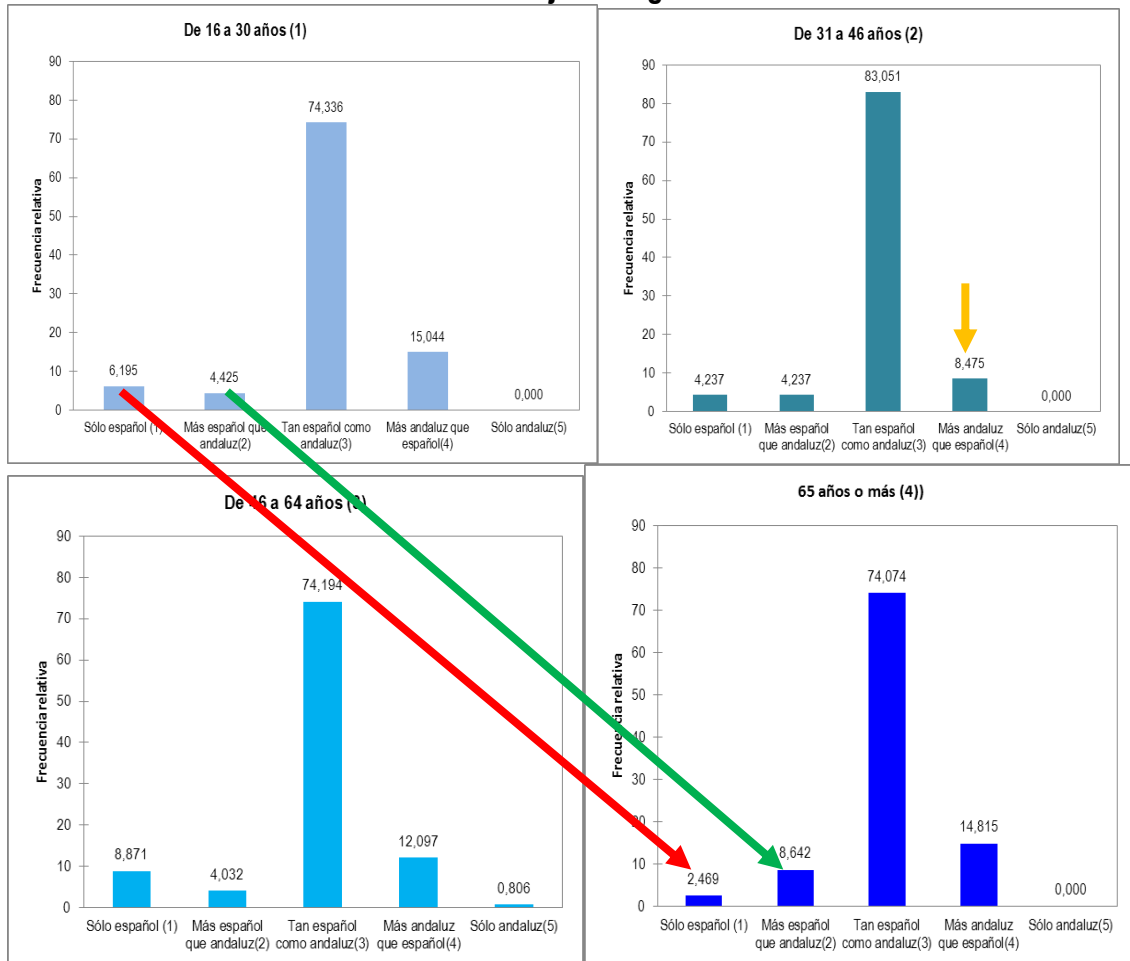
Para los hombres se observa un comportamiento diferenciador entre los más jóvenes (entre 16 y 30 años) y los mayores de 65 años en ambas posiciones extremas (“Sólo español” y “Más andaluz que español”)

**Gráfico 3. Sentimiento identitario de los hombres según edad.**



Elaboración propia

Para las mujeres, las diferencias son las contrarias. Las jóvenes se sienten “solo españolas” en un alto porcentaje, y las mayores “Más españolas que andaluzas”. También destacamos la posición tan baja en “Más andaluz que español” de los que tienen entre 31 y 46 años, que se decantan en mayor medida por la posición que combina por igual ambos sentimientos: el andaluz y el español.

**Gráfico 4. Sentimiento identitario de las mujeres según edad.**

Elaboración propia.

## CONCLUSIONES

De las variables utilizadas en la literatura para determinar el sentimiento identitario, hemos seleccionado un conjunto de diez, que incluyen variables sociodemográficas e ideológicas, encontrando, mediante la técnica de los Rough Sets, que el sexo es una de las que aporta mayor poder explicativo a la respuesta de las personas encuestadas. Tras ella, el nivel educativo y la edad se muestran como las más determinantes. El análisis diferenciado por sexo de estas variables nos muestra cómo el nivel educativo más bajo tiene un comportamiento más extremista que el resto tanto en hombres como en mujeres, aunque moviéndose entre sexos en sentido opuesto.

La edad, sin embargo, juega un papel ambiguo, destacando un alto porcentaje de las jóvenes que se sienten “solo españolas”.

## BIBLIOGRAFÍA

Aguar, F. y Espinosa De Los Monteros, E. (2011). “Identidad andaluza y realidad nacional”. Instituto de Estudios Avanzados. Documento de Trabajo (Digital. CSIC).

Delgado, M. (2012). "La economía andaluza durante las tres últimas décadas. 1981-2011", en Hurtado Sánchez, J. y Jiménez Madariaga, C. (2012), *Andalucía: Identidades culturales y dinámicas sociales*. Ed. Aconcagua.

Del Pino, J. y Bericat, E. (1998). *Valores sociales en la cultura andaluza*. Madrid, CIS.

Greco, S., Matarazzo, B. y Slowinski, R. (2002) "Rough sets methodology for sorting problems in presence of multiple attributes and criteria". *European Journal of Operational Research* 138, 247–259.

Hurtado Sánchez, J. y Jiménez Madariaga, C. (2012), *Andalucía: Identidades culturales y dinámicas sociales*. Ed. Aconcagua.

Lacomba, J.A. (2001). "Sobre la identidad de los pueblos", en *La Identidad del Pueblo Andaluz, Documentos nº 2, Febrero*. Ed. Defensor del Pueblo Andaluz.

Pawlak, Z. (1982). Rough sets. *International Journal of Information and computer Sciences* 11, 341-356.

Moreno, I. y Delgado. M. (2013). "Andalucía: una cultura y una economía para la vida". Ed. Atrapasueños.

Pawlak, Z., Grzymala-Busse, J.W., Slowinski, R. y Ziarko, W. (1995). Rough Sets. *Communications of the ACM*, 38 (11), 89-95.