

Identidad multinivel y sentimiento de pertenencia en Andalucía: un análisis demoscópico comparado (2026)

Autores:

Tristán Pertíñez Blasco (Fundación Centro de Estudios Andaluces)¹. Correo electrónico: tristan.pertinez@fundacioncentra.es

Ana Rocío Andreu Pérez (Fundación Centro de Estudios Andaluces)². Correo electrónico: ana.andreu@fundacioncentra.es

Nota biográfica:

1. Director-Gerente de la Fundación Centro de Estudios Andaluces (CENTRA). Su actividad investigadora se centra en el análisis de la opinión pública y la identidad territorial. Dirige estudios demoscópicos desarrollados por CENTRA, entre ellos el Barómetro Andaluz, así como investigaciones sociales propias dedicadas al estudio de la identidad de Andalucía.
2. Psicóloga y doctora en Ciencias Sociales y Neuropsicología. Investigadora en la Fundación Centro de Estudios Andaluces (CENTRA). Su actividad investigadora se centra en la neurociencia social, los procesos cognitivos, la respuesta emocional y el análisis del comportamiento y las actitudes sociales.

Working Paper: Este documento es un borrador de trabajo en curso preparado para su presentación y discusión en el Grupo de Trabajo 4.12 del XVIII Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración (AECPA).

El estudio demoscópico sobre identidad y sentimiento en Andalucía (febrero de 2026), basado en 2.800 entrevistas representativas de Andalucía, realizadas mediante CATI, permite identificar una estructura multinivel de identificación territorial con claros gradientes afectivos.

En primer lugar, la identidad andaluza presenta niveles elevados de adhesión emocional y simbólica, con puntuaciones medias situadas en la parte alta de la escala 8,5. Este dato sugiere una consolidación de la identidad autonómica no solo como referencia administrativa, sino como una comunidad con un alto grado de identificación afectiva. La estabilidad de estos valores, reforzada por el componente evolutivo observado, indica que Andalucía ha alcanzado un estadio de “identidad normalizada”, en términos comparables a otras identidades subestatales europeas consolidadas.

De forma análoga, la identificación con España muestra también niveles altos, (en torno a 8,6), lo que evidencia una relación de complementariedad más que de competencia entre ambas identidades. Este patrón es coherente con modelos de identidad dual o “nested identities”, donde la pertenencia autonómica y estatal coexisten sin generar disonancias significativas en la mayoría de la población.

En cambio, la identificación con los símbolos de la Unión Europea es considerablemente inferior a la observada en relación con los símbolos de Andalucía y España, reflejando una mayor distancia emocional y simbólica. Esta diferencia apunta a una menor internalización del proyecto europeo en términos afectivos, pese a su relevancia institucional y económica.

Finalmente, los datos sobre símbolos refuerzan esta estructura: los símbolos andaluces generan mayor proximidad emocional que los europeos, y en algunos casos se sitúan en niveles similares o superiores a los estatales. Por lo tanto, el sistema de identidades en Andalucía se configura como jerárquico, pero no excluyente, con primacía afectiva autonómica, compatibilidad estatal y debilidad relativa del nivel supranacional.

Palabras clave: identidad territorial, Andalucía, identidad multinivel, sentimiento de pertenencia, símbolos, Unión Europea, España, opinión pública