

**¿SON CHULOS LOS MADRILEÑOS?
(ANÁLISIS SOBRE LAS IMÁGENES DE LOS ADOLESCENTES
VALENCIANOS RESPECTO A LOS MADRILEÑOS)**

Enric Ramiro Roca

(Departament de Didàctica de les Ciències Experimentals i Socials
Universitat de València)

Dicen que en Madrid hay de todo,
y si no tienen playa es porque
la brisa les despeina ¹

Resumen

El presente artículo se enmarca en el campo de la Geografía de la Percepción y del Comportamiento. Pretende dar la visión que tienen los adolescentes valencianos sobre la Comunidad de Madrid y los madrileños.

La investigación se ha desarrollado en treinta poblaciones del País Valenciano gracias a la colaboración del Servei de Sociolingüística de la Generalitat Valenciana y en ella han intervenido más de seiscientos alumnos y sesenta profesores.

El tema de los tópicos y estereotipos territoriales se muestra en toda su crudeza en los inicios del siglo XXI y en la era de la globalización. Se finaliza el resumen de la investigación con las prescriptivas conclusiones.

Resumée

Cet article s'encadre dans le champ de la Géographie de la Perception et du Comportement. Il pretend donner la vision que les adolescents "valenciens" ont la communauté de Madrid et de ses habitants.

La recherche s'est développée dans une trentaine de villes du "pays Valencien" grâce à collaboration du "Servei de Sociolingüística de la Generalitat Valenciana" et plus de six cents élèves et soixante professeurs ont intervenu.

Le thème des clichés et des stéréotypes territoriaux est montré avec toute cruauté au début du XIXém siècle et à l'ère de la globalitsation. On finit le bilan de la recherche avec ses conclusions principales.

Abstract

¹ Adaptado de Ediciones Rayuela (1993), p. 137.

Geography of Perception and Behaviour is the main theme of this article. It aims to provide an overview on what Valencian teenagers think about the Community of Madrid and its inhabitants.

The investigation was conducted in 30 towns and cities in the Valencian Country. The Sociolinguistic Service of the Generalitat Valenciana helped in this study and more than 600 students and 60 teachers were involved.

Territorial clichés and stereotypes are shown harshly at the beginning of the XXI century, the age of globalization. The synopsis of the investigation culminates by offering its main conclusions.

1. Introducción

El presente artículo se enmarca entre la Geografía de la percepción y del comportamiento, la Historia Contemporánea y la Sociología, en un ámbito de lo que ha venido en llamarse "temas de fronteras" lejos de los paradigmas kuhnianos y cerca de un relativismo epistemológico compatible con el desarrollo de la ciencia geográfica, aproximándola a los campos interdisciplinarios y de planteamiento y resolución de los problemas que tiene la sociedad. Una investigación en la línea de la visión interna del espacio desde una perspectiva interior como "prisma de la experiencia personal de la gente, coloreada por sus esperanzas y miedos y distorsionada por prejuicios y predilecciones (Knox, 1987, 149). Una visión que ya tiene una cierta tradición con diversas orientaciones de muy distintos orígenes y fundamentos pero que se basa principalmente en el plano subjetivo de la realidad espacial. Autores como Joaquín Bosque Maurel, Constancio de Castro Aguirre, María Angeles Díaz Muñoz, Francisco Javier Escobar Martínez, José Estébanez, Pedro Requés o Josep Vicent Boira² son algunos ejemplos de geógrafos que se han adentrado en esta temática.

Situados ya en el siglo XXI, nos encontramos con un proceso de globalización indiscutible aunque criticable, con una inmigración que crece a pasos agigantados entre actitudes de rechazo y comprensión, y una pérdida creciente de la memoria histórica que facilita el avance de una sociedad basada en el consumo. En este marco actual, nos planteamos analizar las

² Sin voluntad de exhaustividad se puede obtener una visión de conjunto acudiendo a ESTÉBANE ALVAREZ, José G. (1992), pp. 303-306. y más recientemente a REQUES, Pdros (2004), pp. 375-392.

imágenes que tienen los adolescentes valencianos sobre las diferentes comunidades del Estado español. De esta idea nació la investigación *“D’un temps que ja és un poc nostre”* (De una época que ya va siendo nuestra) que fue patrocinado parcialmente por la Generalitat Valenciana³, y durante la cual se analizaron los estereotipos mencionados, y como consecuencia se publicó el libro de RAMIRO (2004).

En esta aventura, hemos de agradecer la información de los profesores M^a Agustina Fernández del IES de Tui en Galicia, Josep M. Pallàs i Guasch del IES Narcís Oller de Valls y Rebeca Garai Basterretxea de la Universidad del País Vasco que nos ayudaron a tener una visión distinta desde otras comunidades autónomas. Sus experiencias anteriores han iluminado muchas veces el camino trazado, y se han brindado a ayudarme sin conocerme personalmente. Igualmente al profesor Rafael-Lluís Ninyoles, jefe del servicio de sociolingüística de la Generalitat Valenciana en la vertiente sociológica y a Emili Obiol, profesor de la Universidad de València en la faceta geográfica. Pilar Gandia en las cuestiones estadísticas, Bru Vidal en el tratamiento informático y Miquel Alandete y M^a Luz Rentero en las cuestiones lingüísticas han colaborado en la concreción de la investigación.

2. Importancia de los tópicos y estereotipos

Podríamos definir estereotipo como una “imagen convencional que se ha encañado para un grupo de gente”⁴, pues se trata de una forma simple de pensar sobre un conjunto de personas que facilita comunicar nuestras ideas, nuestra mente las utiliza con frecuencia y lo hace de forma inconsciente. A veces se ha formado a partir de nuestras vivencias e interrelaciones con ese colectivo y en caso de no tener un contacto personal, normalmente se tiende a crearlo a partir de los medios de comunicación. En definitiva, es una forma sencilla de clasificar a la gente, basada en diversos factores y resultado de una selección de características que dependerán de los valores que tiene la comunidad sobre el grupo en cuestión o la persona. Así, nos encontraremos con estereotipos de nacionalidades, clases, ocupaciones, razas, sexos, religiones, edades...

³ El mencionado proyecto ganó unas de las becas otorgadas por el Servei de Sociolingüística de la Generalitat Valenciana en la convocatoria del año 2000 y presentado en el 2001.

Históricamente ⁵ ha sido muy común e incluso en los libros de texto ha estado ampliamente difundido y aprendido de memoria. La llegada de la democracia pareció que traía consigo una desaparición académica, aunque no mental, y cada cierto tiempo se denuncian en los medios de comunicación algunas manifestaciones⁶. No obstante, cualquiera puede comprobar “in situ” la presencia de unos tópicos y estereotipos tradicionales en las percepciones más usuales de la colectividad como las imágenes sobre “moros”, gitanos, inmigrantes, islamistas...

En nuestro caso vamos a investigar sobre la opinión de un grupo, los adolescentes valencianos, sobre otro grupo, los madrileños. El hecho de que los estereotipos representen creencias inconscientemente compartidas es determinante para ocultar los juicios de valor que se esconden detrás de cada uno. Esta situación se convierte en la forma lógica y normal de pensar, de hablar y de hacer chistes a propósito de un grupo⁷, y se utilizan tanto en nuestra vida diaria que se llega a pensar que es lo más natural del mundo aunque tan sólo sean la representación de un grupo dominante.

Los resultados de las imágenes que tienen los adolescentes valencianos con respecto al resto de comunidades del Estado español son fruto de una larga tradición, en la que los medios de comunicación se han integrado perfectamente potenciando lo que el público pensaba con el objetivo de servir a la sociedad de consumo⁸. Hay que tener en cuenta, que con las reglas de juego que actualmente predominan en el mundo occidental de pensamiento único capitalista, las imágenes se han constituido como el referente económico sobre el que descargar los productos que sirven para engordar la maquinaria. No caigamos en la simplificación de ver los clichés

⁴ QUIN, Robyn y Barrie McMAHON (1997), p. 137.

⁵ Para más información se puede consultar RAMIRO, Enric (2001) volum III dedicado a los tópicos y estereotipos a través de los libros de texto (1828-1979). A modo de ejemplo se puede leer: “P: Cuál es el carácter de los franceses? C: Son vivos, inteligentes, valientes, vanos, lijeros, y muy dados á las ciencias y á las artes” (HERRERA DÁVILA , Lecciones de Geografía Universal, Sevilla, Imprenta de D. Mariano Caro, 1828, p. 49).

⁶ Son numerosos los ejemplos que aparecen en los medios de comunicación. Un dossier de los mismos se puede consultar en el trabajo de investigación RAMIRO, Enric (1996), volum II.

⁷ Incluso existe un libro de chistes dedicado de forma exclusiva a los madrileños junto a los catalanes: Ediciones Rayuela (1993a).

⁸ Para más información sobre las imágenes de los adolescentes valencianos en determinadas autonomías, se puede consultar RAMIRO, Enric (1996a, 1996b, 1998, 2000, 2001).

como un detalle anecdótico tan sólo e incluso humorístico. Detrás de ellos, hay toda una ideología y una estructura del mundo que en un momento determinado puede estallar con actitudes violentas, xenófobas o racistas que significan únicamente la punta del iceberg del problema. Colectivos lingüísticos, espaciales, religiosos, étnicos o sexuales entre otros, pueden constituir en un momento determinado la diana donde se descargan sentimientos de discriminación; pero debemos ser conscientes de que cada uno de nosotros puede formar parte en un momento determinado y sufrir las consecuencias.

Las mismas características de los tópicos y estereotipos que hemos analizado anteriormente como su resistencia al cambio o la necesidad de alimentarse continuamente de “pruebas” que las refuerzan, conforman un corpus estable al paso del tiempo. Incluso, cuando desde ciertas instancias como las educativas se promueven valores éticos, estos quedan en el reducto del academicismo o en el olvido anecdótico. Por ello, es tan importante que nos percatemos que el cambio de las imágenes se debe hacer con formación y no tan sólo con información. En un mundo cada vez más interconectado, donde el poder real se hace más anónimo, y de sobresaturación informativa, debemos procurar configurar mecanismos de selección con criterios específicos basados en la justicia y la solidaridad, lejos de discursos teóricos y populistas. Hay que recuperar mensajes tan evidentes y claros como los de Paulo Freire cuando reclama recuperar el sentido de las palabras.

No obstante, no se trata de eliminar totalmente los clichés que personalizan a los distintos grupos, sino posiblemente el de convivir con las diferencias suprimiendo únicamente las semejanzas negativas y discriminatorias. Las imágenes colectivas que caracterizan a los diferentes grupos son normales en una sociedad tan compleja como la actual y representan una vía simplificadora de la realidad para convivir. Sin embargo, son precisamente las reglas de convivencia y los valores éticos los que hay que potenciar.

Después de estas reflexiones de cariz general, no querríamos acabar la presentación sobre los tópicos que tienen los adolescentes valencianos con respecto a las diferentes comunidades autónomas que integran el Estado español, sin ofrecer algunas conclusiones. No se trata en absoluto de

pretender dar soluciones a una realidad tan compleja y sobre la que no disponemos de grandes medios para incidir, pero nos gustaría dejar constancia de algunas reflexiones que hemos ido realizando a lo largo de los años y que se reflejan en la investigación:

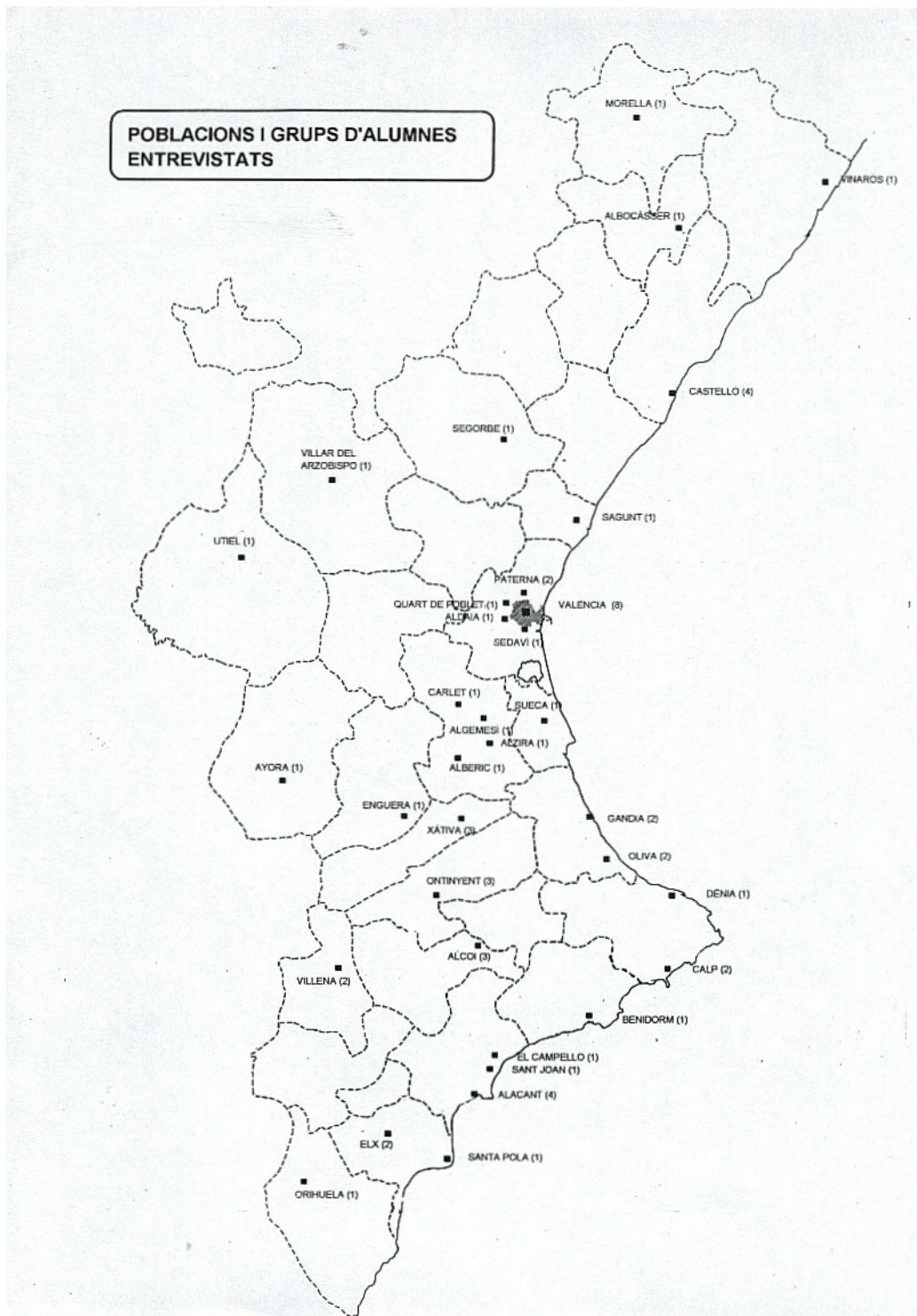
- alta valoración general, por encima del 5, de todas las comunidades del estado. Por lo tanto, hay una buena base sobre la que trabajar.
- una muy diferente percepción territorial por parte de los adolescentes valencianos con respecto a Madrid y Cataluña, hace entrever una desvertebración del territorio.
- práctica unanimidad en la máxima consideración que se tiene de las comunidades de Cataluña, Madrid y Euskadi por parte de los entrevistados, que son nombradas en porcentaje superior al País Valenciano.
- altísima valoración de la España insular (Islas Canarias e Islas Baleares) así como de Andalucía y Galicia.
- máxima desviación típica de los resultados de Cataluña, Euskadi, Madrid y Andalucía; y mínima de la España insular y comunidades uniprovinciales donde hay más consenso.
- inexistencia de grupos extremados que puntúan con un 0 a las comunidades, a excepción de Madrid, Cataluña y Euskadi.
- elevado grado de chauvinismo con respecto al País Valenciano con casi un 60% que la puntúa con un 10 sobre 10.
- la comunidad que tiene una imagen más unívoca y claramente identificativa es la Rioja. También Navarra, Euskadi, Islas Canarias, Cataluña, Aragón y Madrid tienen su tópico muy diáfano para los adolescentes.
- en general, las comunidades del España interior y las comunidades uniprovinciales son las que tienen una imagen más difusa, al tiempo que son las más ignoradas.
- existencia de un grupo reducido pero significativo de adolescentes de las comarcas del sur que puntúan con un 0 a su propia comunidad, a la que asocian con la provincia de Valencia.

Si se quiere cambiar el enfrentamiento que según estos resultados hay con otras comunidades, o la imagen equivocada que están creando los medios de comunicación entre otros, o si se quiere vertebrar el territorio de España en definitiva, hay que programar inmediatamente contraimágenes que faciliten una mejor convivencia.

3. Características de la investigación

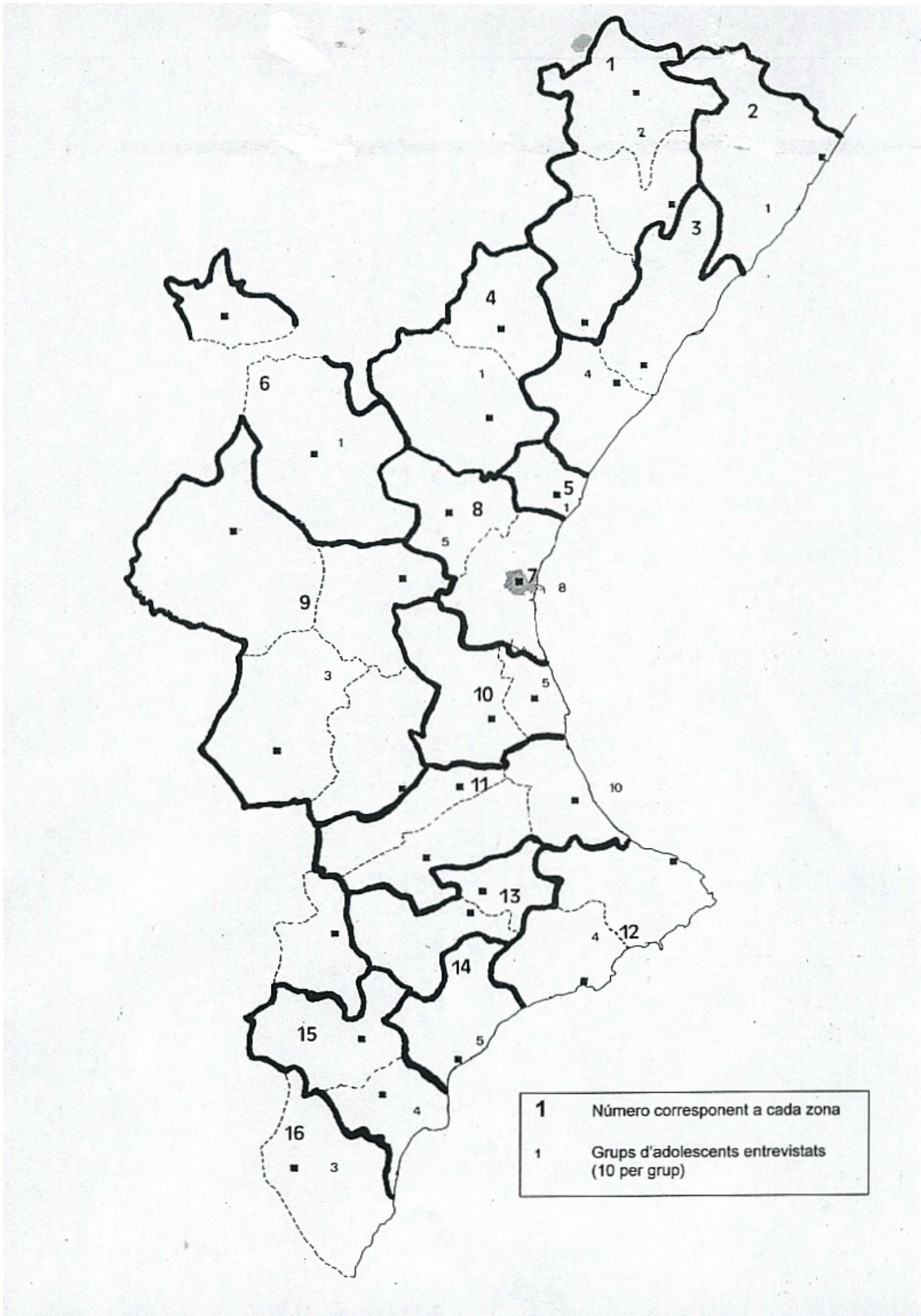
Para nuestra investigación elegimos una muestra centrada en la edad cronológica de los 17 años por ser un tramo generacional generalmente poco estudiado y representar a aquellas personas que por su inminente entrada en la mayoría de edad, pueden ejercer su derecho al voto e influir políticamente en la sociedad. Para realizar el cuestionario hemos analizado un total de sesenta centros educativos del País Valenciano, repartidos mediante un delicado equilibrio entre los principios demográficos y los territoriales de la comunidad como se puede observar en las figuras nº 1 y 2. En las encuestas se les pedía a los alumnos que relacionaran las comunidades autónomas del Estado español, poniendo una palabra representativa de cada una y una puntuación de 0 a 10 según su grado de simpatía. Asimismo, se completaba el cuestionario con otras cuestiones relativas a la percepción que tenían del conocimiento de las dos lenguas cooficiales, el grado de nacionalismo, la fidelidad a la lengua minorizada, los ámbitos en el uso del valenciano, reivindicaciones lingüísticas y de competencias, y otras preguntas de tipo comarcal y toponímico. Del número de alumnos de cada grupo se han escogido diez, cinco chicos y otras tantas chicas, y su elección ha sido aleatoria.

Localidades y grupos de alumnos entrevistados



Cuadro nº 1

Zonas y grupos de adolescentes entrevistados



Cuadro nº 2

Distribución por comarcas

ZONA	COMARCAS QUE AGRUPA	POBLACIÓN	LOCALIDADES DE ENTREVISTA	ENCUESTAS REALIZADAS	ÍNDICE H/Q
		TOTAL			
1	Els Ports	5.223	Morella	10	1.418
	l'Alt Maestrat	8.409	Albocàsser	10	
	l'Alcalatén	14.728			
	TOTAL	28.360		20	
2	el Baix Maestrat	62.315	Vinaròs	10	6.232
3	la Plana Alta	188.469	Castelló de la Plana	40	8.613
	la Plana Baixa	156.048			
	TOTAL	344.517			
4	el Alto Mijares	4.123	Segorbe	10	2.652
	el Alto Palancia	22.397			
	TOTAL	26.520			
TOTAL COMARQUES DEL NORD		461.712	5 CIUTATS	80	5.771
5	el Camp de Morvedre	73.013	Sagunt	10	7.301
6	el Rincón de Ademuz	2.964	Villar del Arzobispo	10	2.001
	los Serranos	17.041			
	TOTAL	20.005			
7	València ciutat	739.412	València	80	9.243
8	l'Horta nord	174.782	Quart de Poblet, Sedaví, Aldaia, Paterna	50	13.794
	l'Horta oest	284.803			
	l'Horta sud	138.812			
	el Camp de Túria	91.315			
	TOTAL	689.712			
9	la Plana de Requena-Utiel	37.714	Utiel	10	3.231
	la Hoya de Buñol	32.757	Ayora Enguera	10	
	el Valle de Cofrentes	10.333			
	la Canal de Navarrés	16.140			
	TOTAL	96.944			
10	la Ribera Alta	198.537	Alberic, Algemesí, Alzira, Carlet, Sueca	40	5.410
	la Ribera Baixa	71.983			
	TOTAL	270.520			
TOTAL COMARQUES DEL CENTRE		1.889.606	15 CIUTATS	230	8.216
11	la Safor	137.550	Gandia, Oliva	40	2.832
	la Costera	64.583	Xàtiva	30	
	la Vall d'Albaida	81.057	Ontinyent	30	
	TOTAL	283.190		100	
12	la Marina Alta	129.602	Dénia	10	6.303
	la Marina Baixa	122.523	Benidorm, Calp	30	
	TOTAL	252.125		40	

13	l'Alcoià el Comtat	104.453 25.751	Alcoi	30		
	TOTAL	130.204			30	4.340
	TOTAL COMARQUES CENTRALS	665.519	8 CIUTATS	170		3.915
14	l'Alacantí	368.725	Alacant, El Campello, Sant Joan d'Alacant		60	6.145
15	el Baix Vinalopó les Valls del Vinalopó	233.258 148.388	Elx, Santa Pola	30		
	TOTAL	381.646			30	12.722
16	el Alto Vinalopó el Bajo Segura	48.095 208.138	Villena Orihuela	20 10		
	TOTAL	256.233			30	8.541
	TOTAL COMARQUES DEL SUD	1.006.604	7 CIUTATS	120		8.388
	TOTAL DEL PAÍS VALENCIÀ	3.985.722	35 CIUTATS	600		6.643

Índex H/Q: número d'habitants per qüestionari

Cuadro nº 3

Con el objetivo de comprobar el grado de fiabilidad de las contestaciones, se han introducido otras preguntas que han servido al mismo tiempo para poder correlacionarlas con las anteriores. Una de ellas, era en qué lengua preguntaban a un desconocido en su propia localidad: valenciano, castellano o indistintamente, y se las relacionaba con la dimensión poblacional del municipio. Igualmente se les pedía que enumeraran ciudades o pueblos de su comarca, con el mismo objetivo. Hay que reconocer que tan sólo se han detectado contestaciones conscientemente equivocadas en dos de las encuestas, mientras en el resto la coherencia era el síntoma común aunque no exento de errores fácilmente comprensibles o justificables. Igualmente se les ha planteado que se situaran en la escala nacionalista sobre una línea donde los extremos sería exclusivamente español y exclusivamente valenciano. Todas las encuestas era anónimas y únicamente se les pedía una serie de datos estadísticos como género, edad, lugar de nacimiento, lugar de residencia y fecha.

Valoraciones hacia los madrileños ⁹

La capital del Estado español ha tenido tradicionalmente detractores y admiradores en el País Valenciano. Acusada de centralista en muchas ocasiones, y en otras loada en su tiempo por la modernidad y el progreso, ha sido siempre un símbolo permanente de españolidad y ha tenido a menudo una imagen provocadora. Incluso en ocasiones se la ha considerado como la representante castellana por antonomasia, mientras los mismos castellanos se quejaban de su poder de absorción en repetidas ocasiones. Ligada en un principio a Castilla la Nueva, llegada la democracia se constituyó como una comunidad autónoma más, nacida como producto artificial por unos y como consecuencia natural por otros que la veían un ejemplo dinámico, actual y equilibrado entre raíces españolas y europeas. Esta mezcla de sentimientos parece estar presente también en los adolescentes valencianos, agraviada por fenómenos como el nacionalismo y el fútbol, e irregularmente distribuida su imagen por las diferentes comarcas valencianas. Estos han sido los principales motivos para la realización de un estudio más detenido sobre esta comunidad autónoma, de la cual es presente artículo es un resumen divulgativo.

Efectivamente, Madrid con una nota media de valoración del 5,22 sobre diez, representa la penúltima posición de todas las comunidades autónomas españolas por delante de Euskadi únicamente, que es la nacionalidad más castigada y por detrás de Catalunya que la supera por poco. La desviación típica es importante al situarse en un 2,88 y ocupar la

⁹ Para realizar la valoración de la muestra se han tenido en cuenta las siguientes variables estadísticas:

- . presencia de la comunidad: número de veces que es nombrada.
- . media aritmética: suma de los valores de simpatía otorgados dividido por el número de personas que la han mencionado.
- . mediana: valor intermedio después de haber ordenado las puntuaciones.
- . moda: valor más repetido.
- . desviación típica: indica la dispersión de los valores, de forma que cuando los resultados son más parecidos es menor y si son más dispersos es mayor.
- . coeficiente de correlación: indica la relación que tienen dos variables, de forma que cuando más próximos sean del +1 o -1 hay una mayor relación directa o indirectamente proporcional, y cuando se acercan a cero la relación es menor o inexistente.

tercera posición por detrás nuevamente de Catalunya y Euskadi. Igualmente, es muy significativo su índice presencial que llega al 82,2% de los entrevistados, y supera incluso al de la propia Comunidad Valenciana en casi cuatro puntos ¹⁰ confirmando la importancia y destacando su poder influyente en el Estado español. La moda suaviza de alguna forma estos datos al ofrecer un resultado de 7 sobre 10, mientras la mediana baja un punto hasta situarse en 6. Así pues y como era de esperar, estamos ante una comunidad percibida como muy importante y polémica por los adolescentes valencianos, con opiniones muy encontradas y en la mayoría de ocasiones fruto de prejuicios sin fundamento alguno, basado tan sólo en vivencias o en algunas ocasiones en el conocimiento directo de la realidad.

Valoraciones sobre la Comunidad de Madrid

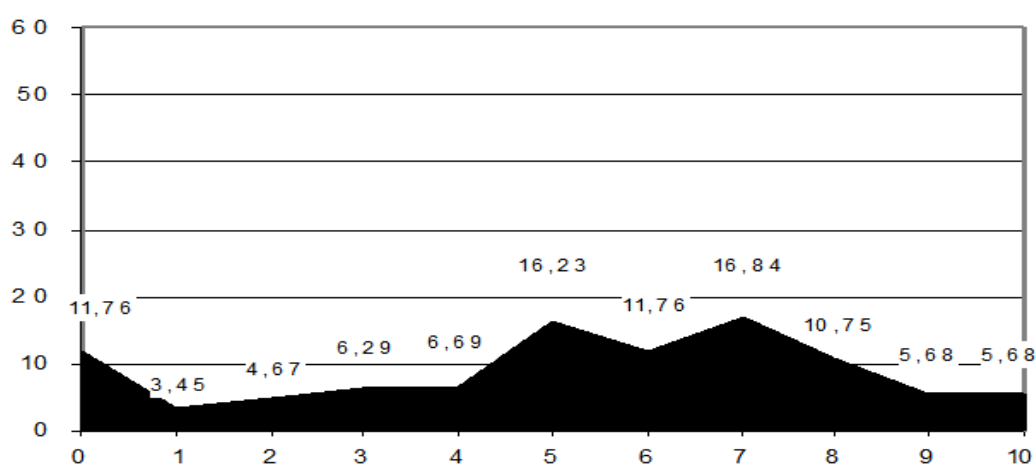
VALORACIONES	%	absoluto
0	11,8	58
1	3,5	17
2	4,7	23
3	6,3	31
4	6,7	33
5	16,2	80
6	11,8	58
7	16,9	83
8	10,8	53
9	5,7	28
10	5,7	28
TOTAL	106,7	492

Cuadro nº 4

¹⁰ Las tres comunidades que superan la presencia del País Valenciano, son por este orden: Catalunya, Andalucía y Madrid. La explicación más general y que hemos podido confirmar oralmente a posteriori de la entrevista, es que muchos de ellos pensaban que no había que ponerla.

Como ya hemos avanzado, los porcentajes extremos ocupan un lugar importante en el comentario de esta comunidad. Si tenemos en cuenta las valoraciones totalmente negativas, ocupa el primer lugar de la lista de todas las regiones españolas con un 11,76% de jóvenes que le otorgan un cero absoluto. Por otra parte, son un 5,68% los adolescentes que la puntúan con la máxima nota, lo que nos da una diferencia negativa de -6,08%. Este resultado la marca como la única comunidad junto con Euskadi que tienen un resultado negativo en su haber, al superar los ceros el conjunto de los dieces. Sin embargo, en su desglose por puntuaciones que podemos ver en el cuadro nº 1 y muy especialmente en su gráfica en el cuadro nº 2, la imagen que aporta Madrid no es tan negativa como se pudiera pensar. El perfil que ofrecen las medias de las isovaloraciones tiene dos picos en 5 y 7, y uno secundario en 0, mientras que el resto está conformado por una franja horizontal más amplia que la de la mayoría de las otras comunidades autónomas.

Representación de las valoraciones de la Comunidad de Madrid



Cuadro nº 5

Tópicos y estereotipos

La Comunidad de Madrid incorpora un número considerable de palabras de forma paralela a su importancia y presencia. Las 488

expresiones se reparten entre 146 acepciones y nos aproximan a unos resultados bastante concentrados. Si tenemos en cuenta el número de las palabras con dos o más repeticiones, representan el 9,8% mientras que las que aparecen diez o más veces, se reduce a siete nombres que agrupan a su vez al 1,4% de las acepciones. Es decir, que estamos ante una comunidad con una dispersión importante de imágenes, pero también con un destacado agrupamiento. El concepto más repetido es trascendental para el tópico de la comunidad al recoger un 25% de las contestaciones mencionadas y llegar hasta las 122 nominaciones: chulos; y el porcentaje sube hasta casi el 40% si tenemos en cuenta las más repetidas (cuadro nº 3). En segundo y tercer lugar, se encuentra repartido el mismo concepto referido a la centralidad, relativo tanto a la ubicación de la ciudad en la península como a su funcionalidad como sede del gobierno central, y que los adolescentes interpretan como capital, centro y otras más despectivas y malsonantes.

El resto de acepciones ya tienen una menor importancia y las podemos agrupar en distintos bloques: un conjunto lo forman las relativas a las tradiciones y monumentos: chotis, Cibeles, cocido, Museo del Prado. Otro insiste en la capitalidad: gobierno central o importante; mientras el tercero se refiere al fútbol como Real Madrid o merengues; y el cuarto insiste en el carácter de los madrileños a los que califican de creídos, pijos, orgullosos y arrogantes. Por último, cabe destacar la aparición de la palabra "contaminación", que a pesar de su escaso peso específico, es significativo porque no aparece en ninguna otra comunidad autónoma entre las repetidas más de cinco veces.

Palabras sobre la Comunidad de Madrid con 5 o más acepciones

Acepción	Absoluto	%
CHULOS	122	38,4
CAPITAL	58	18,2
CENTRO	22	6,9
CHOTIS	17	5,3

CREIDOS	16	5,0
REAL MADRID	11	3,5
PIJOS	10	3,1
CONTAMINACIÓN	8	2,5
GOBIERNO CENTRAL	8	2,5
MUSEO DEL PRADO	7	2,2
ORGULLOSOS	7	2,2
CIBELES	6	1,9
COCIDO	6	1,9
0	5	1,6
ARROGANTES	5	1,6
IMPORTANTE	5	1,6
MERENGUES	5	1,6
TOTAL	318	100,0

Cuadro nº 6

Si hacemos un mayor análisis entre las respuestas, llegaremos a descubrir el distinto perfil que tienen los adolescentes que puntúan de forma diferente a la Comunidad de Madrid. Para conseguir este objetivo, hemos realizado en primer lugar un estudio general de los seiscientos adolescentes y en segundo lugar hemos aislado las puntuaciones extremas. Por un lado aquellos que les otorgan a los madrileños las notas más bajas, cero y uno, y por otro aquellos que las elevan a los máximos de nueve y diez. Una vez definidos los subgrupos, les hemos aplicado el coeficiente de correlación con una serie de variables complementarias a la pregunta principal:

- . género
- . dimensión de las ciudades de residencia
- . ubicación territorial de las localidades de residencia

- . relación con la percepción d'autoconocimiento de valenciano y castellano (entender, hablar, leer y escribir)
- . escala de nacionalismo valenciano
- . fidelidad lingüística a la propia lengua
- . relación con las otras comunidades
- . relación con autoposicionamientos de reivindicación de la lengua propia

En general los resultados han sido muy moderados respecto al coeficiente de correlación, es decir que ninguna variable alcanza el 0,5 de proporcionalidad directa, si bien se detectan tendencias mínimas respecto a la muestra general. Por tanto, no se aprecian fuertes correspondencias en ninguno de los ítems, si bien si que hay ciertas atracciones o repulsiones entre las comunidades autónomas. Aquellos que valoran a la Comunidad de Madrid, lo hacen de manera proporcionalmente positiva a Andalucía y Castilla la Mancha en primer lugar y posteriormente a Castilla y León, Extremadura, Cantabria, Asturias, Murcia y Canarias. De forma negativa, únicamente en la comunidad catalana se nota una correlación regresiva ¹¹.

Cuando analizamos los posicionamientos extremos (0-1 y 9-10) los resultados son diferentes como podemos comprobar en el cuadro nº 4. El perfil de la persona que admira a la Comunidad de Madrid en el País Valenciano, sería el de un adolescente con independencia de su género, que habita en grandes localidades, se expresa en castellano ante un desconocido, siente una cierta aversión hacia los catalanes, habita principalmente en el centro y sur de la comunidad valenciana y se siente moderadamente más español que valenciano. Por el contrario, el grupo de los que puntúan con las mínimas valoraciones a los madrileños suele estar constituido por varones en un gran porcentaje, habitantes de poblaciones inferiores a los cien mil habitantes, que se expresan ante un desconocido en cualquiera de las dos lenguas cooficiales, que tiene una cierta estima hacia los catalanes, mayoritariamente vive en las comarcas centrales y más

¹¹ Para más información sobre la imagen de los catalanes, puede verse RAMIRO i ROCA, Enric (1996a).

valencianohablantes del país y manifiesta tímidamente un cierto nacionalismo valenciano. No se detectan grandes diferencias ni por el conocimiento y uso de la lengua propia, ni por su estima o repulsión hacia otras comunidades, ni en los niveles de autopoicionamiento en las reivindicaciones nacionalistas.

Tan sólo hay diferencias moderadas en las siguientes cuestiones: mientras el grupo que puntúa a Madrid con 10-9 entienden y escriben más en castellano, el grupo de 0-1 habla y escribe en valenciano; y el primer grupo valora más las comunidades de las islas, tanto Canarias como Baleares, y el segundo grupo muestra su simpatía en mayor grado hacia Galicia y Catalunya. También hay una mayor utilización del valenciano con la familia, amistades y tiempo libre en el grupo de 0-1, mientras que en el lugar de trabajo o estudio los porcentajes son muy similares debido a la poca fidelidad lingüística que hay en general en el País Valenciano. Otro dato que llama la atención, es la mayor valoración hacia su propia comunidad por parte del grupo que peor puntúa a la Comunidad de Madrid. Respecto a la amplitud del uso de la lengua tan sólo se aprecia una moderada diferencia a favor de la variante catalana del País Valenciano en el ámbito educativo, y respecto a las competencias administrativas, es en la economía donde se centra la mayor reivindicación por parte del grupo 0-1 mientras que el otro colectivo tiene unas posiciones más moderadas.

Algunas variables relacionadas con la valoración extrema a los madrileños

Algunas variables relacionadas con la valoración extrema a los madrileños

Variable		9-10		0-1	
		absoluto	%	absoluto	%
género	<i>chicos</i>	28	50,0	55	73,3
	<i>chicas</i>	28	50,0	20	26,7
localidades	<i>+ de 100.000</i>	24	42,9	21	28,0
	<i>intermedias</i>	19	33,9	29	38,7
	<i>- de 10.000</i>	13	23,2	25	33,3

fidelidad	<i>valenciano</i>	6	10,7	21	28,0
lengua	<i>indistinta</i>	12	21,4	25	33,3
	<i>castellano</i>	28	50,0	29	38,7
valoración	<i>catalanes</i>	5,3	9,5	6,5	8,7
situación	<i>norte</i>	11	19,6	10	13,3
	<i>centro</i>	21	37,5	29	38,7
	<i>comarcas centrales</i> ¹²	7	12,5	26	34,7
	<i>sur</i>	17	30,4	10	13,3
nacionalismo valenciano		5,1		8,8	
TOTAL		56	100,0	75	100,0

Cuadro nº 7

Cuadro nº 7

Conclusiones

Madrid es una comunidad autónoma importante para los adolescentes valencianos pero polémica, con grandes detractores y grandes admiradores. La media aritmética es una de las más bajas de todas las comunidades españolas y su presencia es muy importante, por detrás tan sólo de Catalunya y Andalucía. Encabeza la lista de las autonomías más rechazadas con un 11,76% de entrevistados que la puntúan con un cero, mientras que únicamente un 5,68 lo hace con la máxima nota.

¹² Hemos optado por separar las comarcas valencianas en cuatro grupos: las del norte que engloban a las de la provincia de Castellón, las del centro que pertenecen la mayoría de las de la provincia de Valencia (a excepción de la Safor, la Costera y la Vall d'Albaida) y las del sur que reúnen a casi todas las de la provincia de Alicante (a excepción de la Marina Alta, la Marina Baixa, l'Alcoià y el Comtat). Las comarcas centrales se refieren a un conjunto de unidades territoriales que tienen unas relaciones bastante cohesionadas y características singulares como ha demostrado la profesora Julia Salom del Departamento de Geografía de la Universidad de València y el profesor Rafael-Lluís Ninyoles, jefe del Servei de Sociolingüística de la Generalitat Valenciana. Expresión de esta reivindicación que afecta a comarcas de dos provincias diferentes es la revista *Espai Obert. Revista d'assaig i investigació (Comarques centrals valencianes)*, editada por el Ayuntamiento de Gandia.

La imagen que provoca entre los adolescentes es bastante clara y contundente: un sólido bloque que representa el 25% del total, los califica como "chulos" con independencia de la nota valorativa, y hay también grupos que complementan esta imagen con la de creídos, orgullosos o arrogantes. Un segundo bloque menos destacado se reúne alrededor de su función como capital y sede del gobierno central. También están presentes algunos monumentos, tradiciones y el fútbol, pero en un segundo plano.

Entre detractores y defensores no hay grandes diferencias ni respecto a la utilización de la lengua propia del País Valenciano, ni en términos de nacionalismo o de valoración de las otras comunidades, si bien hay algunas mínimas distinciones. De esta forma, el grupo que califica a la Comunidad de Madrid con 0 y 1, tiene una mayor predisposición hacia las comunidades históricas del Estado español, una mayor fidelidad hacia su lengua y es más reivindicativo, así como valora más a su propia comunidad, pero siempre en unas cifras muy moderadas.

Estas conclusiones vienen a reafirmar por una parte los tópicos generalizados hacia los madrileños y por otra a dar detalles y correlaciones sobre su explicación. Pero el principal resultado del presente estudio, debería ser poner a disposición de la sociedad unos datos que ayudaran a la reflexión y provocaran la realización de otras investigaciones, especialmente en sentido contrario al analizar la visión que se tiene desde Madrid. A buen seguro que estas aproximaciones a la realidad desde la geografía y la sociología, ayudarán a una mayor convivencia social en una etapa caracterizada por el contacto de diferentes lenguas y grupos humanos. En definitiva, los tópicos y estereotipos investigados sólo son una pequeña muestra de un problema mucho más general de crispación y violencia soterrada, o no. que afecta a la convivencia diaria. Todo ello como producto de un problema mucho más general y que nos afecta a todos en un mundo cada vez más globalizado donde el desconocimiento y desconfianza hacia "el otro" es un síntoma contradictoria en una sociedad cada vez con más información pero posiblemente con una menor reflexión.

Nos gustaría que esta breve aportación a la identidad del País Valenciano a caballo entre el mundo educativo, la geografía y la sociología, contribuirá a conocernos un poco más y profundizar en una mejor

convivencia. En los últimos cuarenta años ha habido un verdadero alboroto de textos sobre esta temática, pero no siempre conectados con una sociedad desvertebrada como la valenciana que a menudo camina por otra vía diferente a la académica pero en definitiva también real y muy viva. Coincidimos con el profesor Solves (2003: 184) en que los últimos años reflejan un cierto cansancio respecto de la controvertida cuestión identitaria entre los extremos. También es cierto que esta batalla siempre ha sido un tema de minorías en unas épocas convulsivas y participativas que la consecución de un sistema democrático occidental ha ido haciendo desaparecer; y únicamente ciertos medios de comunicación por intereses concretos, a veces personales y emocionales, en otras ocasiones ideológicos y en muchas más simplemente económicos, se han dedicado a ensanchar y difundir en un espacio territorial muy concreto. De todo el proceso ha quedado el recuerdo amargo en algunas generaciones, un retroceso en las reivindicaciones identitarias al nuestro país y un refuerzo de los tradicionales tópicos frente al vecino del norte que cada cierto tiempo se reprocha.

En cualquier caso, los mecanismos para erradicar los estereotipos negativos hacia las comunidades autónomas que forman parte del Estado español, y en general hacia los grupos extraños, forasteros o tan sólo distintos, son difíciles y complejos. Sin embargo, pasan inevitablemente por la educación y esta por la utilización de los medios de comunicación y el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de la difusión de valores democráticos y de convivencia. La inclusión de la educación en valores como materia transversal y la educación para la ciudadanía a muy seguro nos abrirá puertas insospechadas en este sentido. Pero no se trata de introducir una asignatura más en el currículo y tranquilizar así nuestra conciencia. Antes al contrario, lo que se pretende es que el análisis y decodificación de los prejuicios y estereotipos impregne las diferentes materias y la vida cotidiana para evitar injusticias. Pero a menudo, frente a la buena voluntad de la sociedad se alzan poderosos intereses económicos y partidistas que con las diferentes estrategias que hemos visto, enfrentan a los grupos sociales. Es responsabilidad de todas y todos, analizar, descubrir y eliminar estas discriminaciones, pero especialmente y un poquito más la de aquellos que detentan un poder: MMCC, políticos, jueces,... y aquellos

que tienen la responsabilidad de la educación y especialmente los geógrafos como estudiosos del territorio y sus gentes.

Bibliografía:

Ediciones Rayuela (1993): *Chistes de políticos, Chistes regionales*, Valencia

Ediciones Rayuela (1993a): *Chistes de catalanes, Chistes de madrileños*, Valencia.

HERRERA DÁVILA, José (1828): *Lecciones de Geografía Universal*, Sevilla. Imprenta de D. Mariano Caro.

KNOX, P. (1987): *Urban Social Geography. An introduction*, en especial capítulo 4, pp. 99-162, Londres, Longman.

QUIN, Robyn y Barrie McMAHON (1997): *Historias y estereotipos*, Madrid, Ediciones de la Torre, p. 137.

RAMIRO ROCA, Enric (1996a): *Les imatges de l'alumnat, base d'un comportament*, Servei de Sociolingüística de la Generalitat Valenciana.

RAMIRO ROCA, Enric (1996b): "Quina imatge es té dels catalans al País Valencià?" en *Escola Catalana* 332., 13-17

RAMIRO i ROCA, Enric (1998): "Germans i cosins, una mica distints. Estereotips i tòpics dels adolescents valencians respecte a catalans i baleàrics" en *II Congrés d'Escola Valenciana*, València

RAMIRO i ROCA, Enric (2000): "La imagen del País Valenciano: ¿un turismo típico y tópicos?" en *IBER: Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia* 25, 112-119

RAMIRO, Enric (2001): *D'un temps que ja és un poc nostre*, Servei de Sociolingüística de la Generalitat Valenciana, volum III (treball d'investigació).

RAMIRO i ROCA, Enric (2004): *Tòpics i adolescència: una visió valenciana sobre les diferents autonomies*, Servei de Publicacions de la Universitat Jaume I de Castelló

REQUÉS, Pedro (2004): "Geografía y sociedad en España: presencia (y ausencias)" en *La Geografía española ante los retos de la sociedad actual*, Madrid, AGE

