

El debilitamiento de la identidad nacional española durante la crisis económica

The Decline of the Spanish National Identity during the Economic Crisis

Carmen González Enríquez, Antonia M.^a Ruiz Jiménez y Daniel Romero Portillo

Palabras clave

Crisis económica
 • Identidad cívica
 • Identidad étnica
 • Identidad nacional española
 • Nacionalismo del bienestar

Key words

Economic Crisis
 • Civic Identity
 • Ethnic Identity
 • Spanish National Identity
 • Welfare Nationalism

Resumen

Este artículo analiza la evolución de la fuerza y la naturaleza de la identidad nacional española entre dos años, 2002 y 2015, antes y después de la crisis económica iniciada en 2008. Existe una correlación entre los factores económicos y la identidad nacional española, de manera que esta se ha debilitado durante el periodo analizado y han perdido peso relativo en ella algunos elementos cívicos. Para testar el peso específico de la crisis económica en esta evolución se realiza un análisis de cohortes ficticias en el que se relaciona la evolución del poder adquisitivo salarial de los diferentes grupos de edad con la evolución de su sentimiento de identidad nacional. Por otra parte, se analiza la evolución del sentimiento de orgullo de ser español en relación con el de otros factores individuales sociodemográficos y políticos. Finalmente se investiga el cambio en las dimensiones de la identidad nacional española.

Abstract

This article examines the evolution of the strength and nature of the Spanish national identity, considering the years 2002 and 2015, before and after the economic crisis starting in 2008. A correlation between economic factors and Spanish national identity, has been found with this identity having weakened during the analyzed period and with certain civic elements losing weight. To test the specific significance of the economic crisis on this change, an analysis of fictitious cohorts is carried out, relating change in purchasing power of wages for different age groups to changes in the feeling of national identity. The article also relates the evolution of the feeling of Spanish pride with other individual sociodemographic and political factors. Finally, the change in the nature of national identity is analyzed.

Cómo citar

González Enríquez, Carmen; Ruiz Jiménez, Antonia M.^a y Romero Portillo, Daniel (2020). «El debilitamiento de la identidad nacional española durante la crisis económica». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 170: 95-114. (<http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.170.95>)

La versión en inglés de este artículo puede consultarse en <http://reis.cis.es>

Carmen González Enríquez: Universidad Nacional de Educación a Distancia | mcgonzalez@poli.uned.es
Antonia M.^a Ruiz Jiménez: Universidad Pablo de Olavide | amruiz@upo.es
Daniel Romero Portillo: Universidad Pompeu Fabra | daniel.romero01@estudiant.upf.edu

INTRODUCCIÓN¹

El objetivo de este artículo es comparar la fuerza y los componentes de la identidad nacional española en dos momentos: el año 2002, en plena etapa de crecimiento económico, y el año 2015, cuando el país estaba recuperándose de los efectos de la crisis económica iniciada en 2008. Con esta comparación se pretende aportar información y análisis sobre la importancia de los factores económicos en el sentimiento de identidad española, de forma general, y en particular sobre el impacto de la crisis económica en dicha identidad, contribuyendo así al debate sobre la influencia de la variación en las condiciones materiales de vida de los individuos sobre la fuerza y las características de la identidad nacional.

Nuestra comparación está limitada por la práctica ausencia en España de investigaciones demoscópicas que indaguen sobre la naturaleza de la identidad nacional española. Las investigaciones sobre la identidad nacional se han basado sistemáticamente en la conocida como «escala Linz»², que también se menciona en este artículo, aunque son muchas las limitaciones de este instrumento de medición, ya que no puede evaluar la fuerza del vínculo afectivo, ni aportar información sobre las características de la identi-

dad en cuanto a sus componentes culturales o cívicos.

Diversos autores han señalado que la homogeneización cultural producida por la globalización tiende a disminuir las raíces culturales de las identidades nacionales, un proceso acelerado dentro de la Unión Europea por el intenso intercambio de personas en su interior y por la densa red de relaciones económicas, culturales, sociales y políticas que la UE ha creado entre las sociedades de los diferentes Estados. Según el «modelo de identidades conflictivas» (Westle, 2003: 455) existe un intercambio de suma cero, entre los vínculos a diferentes entidades territoriales que, en el caso de España, además de darse en el nivel supranacional se desarrolla a nivel subestatal (Bollen y Díez Medrano, 1998; Díez Medrano y Gutiérrez, 2001). Aunque la identidad dual (la de los que declaran sentirse españoles y de su región con la misma intensidad) sigue siendo mayoritaria, casi uno de cada cinco españoles no se siente emocionalmente vinculado a España (CIS, Estudio 3238, 2019)³. Como es bien sabido, este tipo de ciudadanos no se distribuye homogéneamente a lo largo del país. En consecuencia, la continuidad de España como Estado soberano basado en una identidad común en todo su territorio actual ha sido explícitamente cuestionada, de forma más destacada en octubre de 2003 por el denominado Plan Ibarretxe, y actualmente por el independentismo catalán.

Uno de los aspectos de los que se ha ocupado la literatura sobre identidades, pero que, sin embargo, ha recibido poca atención en España, es el del significado o la naturaleza del vínculo afectivo con la nación (los componentes de la identidad nacional). Tra-

¹ Los autores quieren expresar su agradecimiento a los revisores anónimos de este artículo, cuyos comentarios, críticas y sugerencias han permitido realizar una mejora sustancial del mismo. Agradecemos también la colaboración de José Pablo Martínez en el tratamiento estadístico de los datos. Este trabajo no hubiera sido posible sin la cesión por parte del Real Instituto Elcano de los datos del BRIE 36. Los análisis de los barómetros autonómicos del CIS forman parte del proyecto de investigación PRY028/17 financiado por la Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces.

² La escala Linz mide el sentimiento de pertenencia de los ciudadanos a diferentes entidades territoriales oponiendo dos alternativas, con opciones de respuesta que van desde la pertenencia exclusiva a cada una de ellas (España y la comunidad autónoma en este caso) a la pertenencia dual o compartida.

³ Entre los diferentes autores que se han acercado al estudio de la identidad nacional española podemos citar a Andrés de Blas (2001), Juan Pablo Fusi (2001), Enric Martínez-Herrera (2002) o Jordi Muñoz (2012). Solo Jordi Muñoz (2012) ha analizado parcialmente el papel de la economía en esa identidad.

dicionalmente se ha establecido una distinción entre los componentes étnicos, o culturales, y los cívicos de la identidad nacional (Brubaker, 1992: 184; Blas, 1994; Greenfeld y Chiro, 2014: 834; Máiz, 2003: 259-261; Wright, 2011: 837-862; McEwen, 2006: 26)⁵. Con origen en los trabajos de Kohn (1945), esta división continúa siendo ampliamente utilizada, y muchas de las encuestas paneuropeas siguen diseñando sus cuestionarios utilizando indicadores elaborados a partir de esta tipología étnico-cultural vs. cívica, notablemente para facilitar el análisis de la evolución temporal de las identidades, lo que ha creado una dependencia de este instrumento. En nuestro análisis se presta atención a la evolución de las dimensiones que conforman la identidad nacional española atendiendo a estas clasificaciones, pero sin ceñirnos estrictamente a ninguna de ellas dado su carácter complementario. El objetivo es explorar cómo la configuración inicial de la identidad nacional española en 2002 ha sido afectada durante el periodo de estudio, en el que tras unos años de crecimiento se ha producido una fuerte crisis económica.

Más allá de su relevancia teórica, el análisis de la fuerza y naturaleza de la identidad nacional es relevante políticamente. Una identidad nacional fuerte puede ser considerada un bien, un activo. Pero, en la medida en que las identidades nacionales se construyan principalmente a partir de la contraposición con «otro» u «otros», una identidad con un fuerte componente nativista puede sostener desde la opinión pública políticas proteccionistas, o contra la presencia de un grupo cultural foráneo, por ejemplo, mientras que una identidad demasiado débil puede

disolver los cimientos de la solidaridad que sostiene el Estado-nación afectando, por ejemplo, a la defensa nacional o la sanción social ante el (im-)pago de impuestos.

LA ECONOMÍA Y LA IDENTIDAD NACIONAL: EL NACIONALISMO DEL BIENESTAR

Aunque existe una abundante literatura de tipo teórico y empírico sobre las identidades nacionales, su formación, tipología y componentes, se ha debatido mucho menos sobre el peso que las circunstancias materiales de vida en un territorio tienen sobre esa identidad nacional. En este terreno los análisis empíricos se han centrado en la historia, estudiando, por ejemplo, el papel de algunos grupos ocupacionales en la creación de las identidades, o analizando los incentivos económicos para los movimientos soberanistas en condiciones de crisis económica, como la sufrida en Europa del Este a finales de los años ochenta y principios de los noventa. En general, el «materialismo cultural» (Harris, 1979) ha ocupado poco espacio en la literatura sobre la evolución de las identidades nacionales.

El llamado «nacionalismo del bienestar» es un término relativamente reciente en el que se engloban diferentes estudios que vinculan específicamente la situación económica con la identidad nacional. Como Keskinen, Norocel y Jorgensen (2016: 323) afirman, «los asuntos económicos y los beneficios del bienestar están íntimamente conectados a las cuestiones de cultura e identidad nacional [...]». Así, diferentes autores han señalado que el autorretrato de los Estados modernos (especialmente las democracias) como agentes de desarrollo igualitario ha sido el instrumento más importante a través del cual se han forjado identidades nacionales, «de manera que la imagen de la nación se reconstruye como una comunidad de justicia social» (Brown, 1998: 2; véanse también Keating, 2001: 35 y McEwen,

⁴ Greenfeld y Chiro, utilizan una clasificación ligeramente diferente, distinguiendo entre los tipos cívico-individualista y étnico-colectivista de nacionalismo o identidad nacional.

⁵ A pesar de ello, no existe un «catálogo» de elementos étnico-culturales y cívicos que sea completo o esté consensuado.

2006). No obstante, esta misma idea, etiquetada como teoría de la cohesión social por Solt (2011: 826), estaba ya presente en los escritos de Deutsch (1964) cuando argumentaba que mediante la creación de mejores condiciones de vida, los gobiernos crean vínculos con el Estado, y explicaba que, para mantener esos vínculos, no solo es importante mantener el bienestar, sino también asegurar una amplia distribución de beneficios entre toda la población (Deutsch, 1964: 143).

También desde la psicología se plantea la relación entre identidad nacional y economía, a partir de la constatación de que las identidades incluyen una comparación simbólica entre «nuestro» estatus y el «suyo», en las que la percepción de poder y la situación económica es un factor relevante (Shayo, 2009: 150-151).

Si efectivamente el buen desempeño económico del Estado, la redistribución y, de forma más general, el aumento del bienestar han fortalecido el Estado-nación como una comunidad política de solidaridad, ¿cuál puede ser el efecto de una crisis económica y de un retroceso en los bienes ofrecidos por el Estado de bienestar? La evidencia empírica con la que se cuenta es muy escasa al respecto.

Centrándose en aspectos emocionales —aunque desde un punto de vista teórico, sin evidencia empírica—, Deutsch (1964: 146) sugiere que las crisis económicas o la acentuación de la desigualdad pueden afectar a la fortaleza de los vínculos nacionales y fomentar las tendencias desintegradoras. Desde una perspectiva psicológica, Brown (1998: 10-11) sugiere cambios en los componentes de la identidad, aunque no está claro si esos cambios conllevan el fortalecimiento o el debilitamiento de los vínculos nacionales. Señala que la existencia de desigualdades puede ser interpretada como una deficiencia de la nación, y que los individuos que no se sienten protegidos o seguros dentro de la comunidad imaginada del

Estado-nación podrían comenzar a dudar de su pertenencia a ella. En un contexto de crisis, esto puede implicar la redefinición de cómo se entiende a los «nuestros» y a los «otros», favoreciendo interpretaciones más restrictivas de la membresía nacional, basadas en definiciones estrictas bien de la ciudadanía o el territorio (fronteras del Estado), bien de la etnia (excluyendo a inmigrantes o segmentos marginados de la ciudadanía que, pese a ser legalmente ciudadanos del Estado, no son aceptados socialmente como miembros plenos de la *nación*) (Brubaker, 2011: 94-95). En otras palabras, la crisis económica y la desigualdad crean inseguridad, lo que puede llevar a los individuos al repliegue en sus grupos primarios (Andersen y Fetner, 2008: 10-11), debilitando de esta manera la idea de la nación como una comunidad de solidaridad. No está claro, sin embargo, si una interpretación más restrictiva respecto a quién forma parte de la nación conlleva o no vínculos emocionales más fuertes con el nuevo «nosotros» definido de forma más limitada.

A la luz de esta literatura, se pueden plantear como hipótesis sobre el impacto de la crisis económica iniciada en 2008 las siguientes:

- a) Que haya afectado negativamente a la fuerza de la identificación con España.
- b) Que haya producido un cambio en la naturaleza de la identidad nacional, incrementando el peso de los elementos étnico-culturales.

Los datos de Eurostat y del INE evidencian que la crisis económica produjo en España un empeoramiento de las condiciones de vida de la población a través de la destrucción neta de empleo de 3.803.000 puestos de trabajo, un 18% del total y un aumento consecuente de las tasas de paro, que

pasaron del 7% en 2007 al 27% en el 2013⁶. La destrucción de empleo vino acompañada por una reducción de los costes laborales, mecanismo a través del cual España produjo una devaluación interna y, a partir de 2011, por un recorte en el volumen de gasto público dedicado a varios sectores relevantes para el bienestar y la igualdad de oportunidades, especialmente la educación y la sanidad pública. En los años posteriores a la crisis, el porcentaje de la población en riesgo de pobreza⁷ se incrementó en 6 puntos, pasando del 23% en 2007 al 29% en 2014, el consumo medio de los hogares disminuyó cada año entre 2009 y 2014⁸, la desigualdad medida a través del coeficiente de Gini pasó de 32 a 35 puntos y España se convirtió en el país de la UE con una mayor diferencia entre los ingresos del 10% de la población de mayor renta y los del 10% de menor renta (13,7 veces en 2014)⁹.

No existe un consenso respecto a cuándo terminó la crisis comenzada en 2008. Gran parte de los datos macroeconómicos comenzaron a mejorar a partir del 2015. Sin embargo, si se usa la tasa de paro como indicador, esta solo ha vuelto a niveles semejantes a los de 2007 en 2018, y no en todas las regiones. Si se usa como indicador la capacidad adquisitiva salarial media, esta sigue en 2018 por debajo de los niveles de 2007. Desde esta perspectiva, la crisis no ha terminado.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

La evolución de la identidad nacional española entre las dos fechas de referencia, lo

que constituye nuestra variable dependiente, podría depender de elementos ajenos a la crisis económica, como la reafirmación de identidades alternativas o complementarias (la europea, la regional, la local), las transformaciones culturales relacionadas con la globalización (el cosmopolitismo o su contrario, el rechazo a la globalización) o el descrédito de las instituciones políticas que representan a la colectividad. Nuestro análisis no puede establecer el peso relativo de cada uno de estos factores, lo que exigiría una investigación comparativa internacional, y tampoco es ese su objetivo. El propósito, más modesto, es testar la plausibilidad de las hipótesis que sugieren la importancia de los elementos económicos sobre la identidad nacional y, como consecuencia, apuntan al impacto de la crisis económica sobre la fuerza y la naturaleza de la identidad española.

En el análisis se tiene en cuenta que la influencia de los cambios materiales sobre la identidad está mediada por un elemento subjetivo, la percepción sobre la situación económica, la cual es fruto de varios factores, como el nivel de información, la influencia de otras opiniones o las expectativas de cada individuo.

Como fuente se utilizan, por un lado, los barómetros autonómicos realizados por el CIS correspondientes a los años 2005 y 2012¹⁰. Los barómetros autonómicos, con entre 400 y 1.430 entrevistas para cada comunidad o ciudad autónoma, y una muestra de unas 11.000 entrevistas por estudio, ofrecen dos indicadores que pueden considerarse *proxis* de la identidad nacional. Por una parte, la «escala Linz», que permite medir la evolución del sentimiento de identificación con dos territorios, el nacional y el autonómico, y por otra, una pregunta sobre el sentimiento de orgullo de ser español. Como se ha dicho, la «escala Linz» no permite indagar en la naturaleza de la identidad nacional (su ca-

⁶ INE, Encuesta de Población Activa.

⁷ Puede consultarse la definición de tasa de riesgo de pobreza en Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:At-risk-of-poverty_rate

⁸ INE, Encuesta de Presupuestos Familiares.

⁹ Eurostat EU-SILC Survey.

¹⁰ Estudios 2610 (2005) y 2956 (2012).

rácter, sus componentes) ni medir la intensidad de esa identidad¹¹ (Nieves y Diz, 2019; Guinjoan y Rodon, 2016; Ruiz Jiménez, 2007; Cussó, García y Grande, 2018). Para abarcar estos aspectos, el análisis utiliza otras dos encuestas realizadas en 2002 y en 2015, con un cuestionario básicamente idéntico en ambas fechas y con muestras semejantes por su tamaño y distribución. La primera se realizó en 2002 dentro del proyecto europeo de investigación EURONAT, que incluía muestras de once países, entre ellos España¹², y el segundo se ejecutó en España a través del Barómetro del Real Instituto Elcano (BRIE 36, abril de 2015). En las dos ocasiones la muestra fue de 1.000 individuos. Ambos cuestionarios incluían las mismas preguntas sobre identidades territoriales y en ambos se interrogaba a los entrevistados sobre los elementos que tenían influencia, en su propia opinión, en su sentimiento de españolidad.

Estas encuestas utilizaron como *proxy* de la identidad el sentimiento de cercanía, con una pregunta que sondeaba a los entrevistados acerca de cuán cercanos se sentían a los demás habitantes de diferentes unidades geográficas (su pueblo o ciudad, su comunidad autónoma, España, Europa)¹³, una pregunta que ha sido utilizada frecuentemente por los investigadores de la identidad territorial (véase Isernia *et al.*, 2012). A pesar de su

unidimensionalidad, este tipo de escala de distancia social permite medir la fuerza del vínculo con la nación y no impone ningún tipo de asunción por parte del investigador respecto al tipo de identidad, étnico-cultural o cívica, del entrevistado (Ruiz Jiménez, 2007). El sentimiento de cercanía es un *proxy* apropiado de la fuerza de la identidad nacional porque puede reflejar su doble dimensión: la identificación con el lugar y el vínculo afectivo con sus habitantes (Hadler *et al.*, 2012). Como indicador de la naturaleza de la identidad nacional se utiliza una batería de preguntas sobre los elementos o características que explican subjetivamente la identidad nacional —simbólicos, económicos, culturales, políticos, etc. (véase más adelante) (Ruiz Jiménez *et al.*, 2004).

Además de estas dos encuestas, se han utilizado como referentes otros estudios cuantitativos españoles e internacionales que contienen preguntas realizadas en fechas cercanas a las de las encuestas mencionadas y que miden de formas similares o afines el sentimiento de identidad nacional español.

Para estimar el peso que la evolución de las condiciones materiales tiene sobre la evolución de la identidad nacional —medida como sentimiento de cercanía a los demás españoles— se ha comparado el cambio en el valor adquisitivo de los salarios para grupos de edad quinquenales con el cambio de la fuerza de la identidad nacional en esos mismos grupos de edad, en la hipótesis de que si el descenso en la identidad está causado en parte por la crisis económica, aquellos grupos de edad que más han sufrido en ese periodo serán también los que más han debilitado su sentimiento de cercanía hacia los demás españoles.

Para ello se ha realizado un análisis de cohortes ficticias, comparando la capacidad adquisitiva salarial media de un grupo de edad con su capacidad trece años después, utilizando los datos de la Encuesta de Estructura Salarial del INE. Los salarios nomi-

¹¹ La escala Linz no presenta al entrevistado la opción «no me siento español ni de mi Comunidad Autónoma» y su principal objetivo es medir la evolución de la distribución de identidades entre ambos niveles territoriales, en el supuesto de una suma cero en la que el aumento de una identidad queda compensado con el descenso de otra. Será por tanto el sentimiento de orgullo de ser español el *proxy* que se utilizará como alternativa a la variable dependiente del estudio en los datos del CIS.

¹² Eurobarómetro 57.2 (abril 2002). Disponible en www.gesis.org (estudio ZA3640). El equipo de investigación del proyecto europeo EURONAT, financiado por el FP5, diseñó el cuestionario de esta encuesta, que se ejecutó a través de un Eurobarómetro especial.

¹³ La pregunta es: «¿Cómo de cercano se siente usted a los demás españoles?» (respuestas posibles: muy cercano, bastante cercano, algo cercano, nada cercano).

nales de 2015 se han deflactado utilizando el dato de la inflación acumulada durante el periodo 2002-2015, un 33,4% según el Índice de Precios de Consumo (IPC) del INE (tabla 1). Se utiliza este indicador como *proxy* del impacto de la crisis sobre el bienestar de los individuos¹⁴. Se ha preferido este indicador al de la tasa de desempleo, porque esta segunda es menos indicativa del nivel de bienestar material, ya que su impacto sobre ese bienestar está mediado por otras variables como la fase vital, la recepción de subsidios, las peculiaridades de comportamiento de género ante la actividad laboral y los ingresos del hogar. Por otra parte, como es obvio, el porcentaje de la población en edad activa ocupada y asalariada es mucho mayor que la desempleada para cualquiera de las fechas del periodo analizado.

Los cambios en la capacidad adquisitiva se han correlacionado con el cambio para cada uno de esos mismos grupos de edad en su media de identidad nacional, medida como sentimiento de cercanía a los demás españoles (tabla 2). Las muestras han sido divididas en grupos de edad quinquenales: el grupo más joven en la primera encuesta tenía entre 20 y 24 años de edad, y por tanto se encontraba terminando sus estudios o en los primeros años de su historia laboral, mientras que en la fecha de la segunda encuesta tenía entre 33 y 37 años, en plena edad de ocupación¹⁵. El grupo de mayor edad está compuesto por los que contaban entre 50 y 54 años en 2002 y tenían entre 63

y 67 años en 2015, ya jubilados en su mayoría¹⁶.

Para captar el efecto mediador que la percepción de la situación económica tiene sobre el impacto de la crisis en la identidad nacional se ha realizado una regresión logística multinivel, a partir de los datos de los barómetros autonómicos del CIS de 2005 y 2012. El CIS ha realizado en total tres de estos barómetros (2005, 2010 y 2012) y aquí se analizan el primero y el último: el anterior a la crisis (2005) y el realizado cuando España se encontraba en los peores momentos de esa crisis, cuando a la destrucción de empleo se sumó el efecto de los recortes presupuestarios (2012).

Para explorar los cambios producidos en el periodo analizado sobre la naturaleza de la identidad nacional, se utilizan tanto técnicas descriptivas como el análisis factorial de componentes principales y, posteriormente, un análisis de segmentación sobre los factores identificados. Esto nos permite explorar las características sociodemográficas que distinguen a quienes sostienen diferentes tipos de identidad nacional.

LA CRISIS ECONÓMICA Y EL RETROCESO DE LA IDENTIDAD NACIONAL

Son varios los estudios que detectan un retroceso en la identidad nacional en España durante los años de la crisis económica. Así, por ejemplo, el Eurobarómetro¹⁷ muestra un descenso desde 2003, cuando el 92% de los españoles se sentían muy o bastante cercanos a los demás españoles, al 84% en el 2017. Usando como indicador el orgullo de

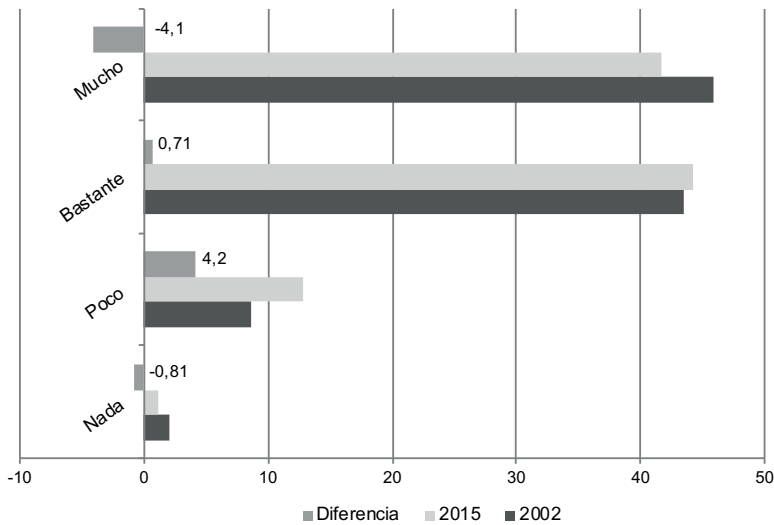
¹⁴ Solo una de las cuatro encuestas utilizadas (el barómetro autonómico del CIS del 2012) recoge información sobre el nivel de ingresos de los entrevistados, por lo que no es posible analizar con estos datos la relación entre la evolución de esa variable y la de la identidad nacional.

¹⁵ Dado que los datos publicados sobre ingresos salariales del INE no permiten el desglose por cada año de edad, sino por grupos de cinco años, existe un ligero desajuste temporal: los que en 2002 estaban entre 20 y 24 años son comparados con los que en 2015 tenían entre 35 y 39 años (y no con los que estarían entre 33 y 37, porque el INE no proporciona información para ese grupo de edad).

¹⁶ En este caso se ha comparado el valor adquisitivo de los salarios medios de este grupo de edad (50 a 54 años) en 2002 con el de las pensiones de jubilación medias de ese grupo en 2015 (65-69 años).

¹⁷ <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm>

GRÁFICO 1. Grado de cercanía de los entrevistados al grupo formado por el resto de los españoles, 2002-2015



Fuente: Elaboración propia basada en EB 57.2 y BRIE 36.

ser español, las encuestas del World Values Survey detectaban que entre la oleada de 2000 y la de 2011 el porcentaje de españoles que se declaraban «muy orgullosos» de serlo había descendido 5 puntos porcentuales, pasando del 60% al 55%¹⁸. Una pregunta idéntica, pero en el contexto de un cuestionario diferente, realizada por el CIS en varias fechas, sobre la defensa nacional y el ejército (estudios 2447 de 2002 y 3110 de 2015)¹⁹, muestra también ese declive del sentimiento de orgullo de ser español. La suma de los que se sentían «muy» o «bastante» orgullosos pasó del 85% en 2002 al 77% en 2015. También los datos que proceden de la comparación entre los resultados de los barómetros autonómicos de los años 2005 y 2012 muestran ese descenso del sentimiento de españolidad durante el periodo, ya sea utilizando como indicador el orgullo de ser español o la identificación con los distintos ámbi-

tos territoriales que mide la «escala Linz». En 2005, los que se sentían muy o bastante orgullosos de ser españoles eran un 85%, y habían pasado al 80% en 2012.

De la misma forma, la comparación de los resultados sobre identidad nacional española de la encuesta ISSP (International Social Survey Program) de 2003 y 2013²⁰, que utilizan la misma escala de cercanía que las encuestas EURONAT y BRIE, pero referida al territorio del país, en lugar de al resto de los ciudadanos, muestra un descenso de los «muy» y «bastante» identificados del 96% al 84%, en tanto que los «poco» y «nada» identificados pasaban del 3 al 14%. Por último, la comparación de los datos de las encuestas EURONAT y BRIE de este artículo, realizadas en 2002 y 2015, señala una caída pequeña, pero estadísticamente significativa²¹, del gra-

¹⁸ <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>

¹⁹ <http://www.cis.es>

²⁰ Estudios ZA3910 y ZA5950 respectivamente. Véase <https://www.gesis.org/issp/modules/issp-modules-by-topic/national-identity/>

²¹ Para comprobar que estos cambios son estadísticamente significativos, se han agregado ambas bases de datos (2002 y 2015) y realizado una tabla de contingen-

TABLA 1. Evolución de la capacidad adquisitiva salarial media por grupos de edad

Grupo de edad en 2002	Salario medio bruto anual en 2002 (A)	Grupo de edad en 2015	Salario medio bruto anual deflactado 2015 (B)	Evolución salarial S=(B-A)/A %
20-24	12.107,40	35-39	16.789	38,67
25-29	15.594,73	40-44	18.169	16,51
30-34	18.646,67	45-49	18.788	0,76
35-39	20.703,60	50-54	19.437	-6,12
40-44	22.299,87	55-59	20.583	-7,70
45-49	23.819,86	60-64	18.527	-22,20
50-54	25.444,69	65-69	12.454(*)	-51,05

(*) Pensión jubilación.

Fuente: Elaboración propia basada en Encuesta de Estructura Salarial (INE) 2002 y 2015, Evolución del IPC (INE) y Estadísticas de la Seguridad Social.

TABLA 2. Evolución de la identificación media con los españoles por grupos de edad

Grupo de edad en 2002	Media de cercanía a los españoles en 2002	Grupo de edad en 2015	Media de cercanía a los españoles en 2015 (D)	Evolución identidad I=(D-C)/C %
20-24	3,095	33-37	3,186	2,94
25-29	3,186	38-42	3,301	3,61
30-34	3,372	43-47	3,205	-4,97
35-39	3,223	48-52	3,300	2,38
40-44	3,283	53-57	3,233	-1,52
45-49	3,246	58-62	3,360	3,51
50-54	3,476	63-67	3,273	-5,85

Fuente: Elaboración propia basada en EURONAT EB 57.2 y BRIE 36.

do de identificación con España. Los que se sienten «muy» o «bastante» cercanos a los demás españoles eran un 89% en 2002 y pasan a ser un 85% en el 2015, mientras que los que se sienten «poco» o «nada cercanos» a los demás españoles han aumentado del 11% al 14%. El gráfico 1 muestra que la proporción de muy identificados ha descendido prácticamente en la misma medida en que han aumentado los poco identificados, en torno a 4 puntos porcentuales.

Ahora bien, ¿puede relacionarse este descenso con factores económicos y de bienestar social? A partir de un análisis desglosado por grupos de edad, se ha calculado el coeficiente de correlación entre la evolución de su capacidad adquisitiva salarial media en el periodo 2002-2015 (tabla 1) con la evolución de su sentimiento de cercanía a los demás españoles en ese mismo periodo (tabla 2). Los resultados muestran una correlación positiva de 0,5558²² entre la evolución

cia cruzando el sentimiento de cercanía y el año. El *chi cuadrado* (X^2) indica que se puede rechazar la hipótesis nula (que la distribución sea igual en 2002 y 2015) con un margen de confianza del 99%.

²² La correlación es aún mayor ($r=0,85$) si se utilizan grandes grupos de edad (20-34, 35-49 y 50-64) y en consecuencia se incluye a los que tenían hasta 79 años en 2015. Este grupo de más edad (de 50 a 64 años en

TABLA 3. Influencia de las percepciones subjetivas sobre la situación económica en la identidad nacional española: regresión logística multinivel (2005-2012)

	Coef.	t	OR
<i>Parte fija</i>			
Constante	2,584***	(9,87)	13,25***
2012	0,134	(1,72)	1,143
Situación económica de España	0,226***	(5,36)	1,254***
Situación económica de CC. AA.	0,152***	(4,02)	1,164***
Ideología 0-10	0,351***	(22,74)	1,421***
Escala de arraigo regional	-0,257***	(-10,65)	0,774***
Nivel de estudios	-0,183***	(-8,32)	0,832***
Estatus	-0,0851***	(-3,69)	0,918***
Edad	0,0173***	(6,91)	1,017***
Eventual	-0,0782	(-1,32)	0,925
Mujer	0,305***	(5,55)	1,357***
<i>Situación laboral</i>			
<i>Activo ocupado (cat. ref.)</i>			
Inactivo	0,120	(1,25)	1,128
Activo desocupado	-0,0308	(-0,40)	0,970
Estudiante	-0,499***	(-4,29)	0,607***
<i>Parte variable: CC. AA.</i>			
var(const)	1,270**	(2,59)	3,560**
N	15.831		
DIC	9.580,8		

* p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001.

Variable dependiente: Orgullosa/o de ser español/a, siendo 1 muy o bastante orgullosa/o y 0 algo o nada orgullosa/o. Las variables independientes están centradas para este análisis según lo indicado en el anexo 1.

Fuente: Elaboración propia de barómetros autonómicos del CIS 2005 y 2012 (2610, 2956).

de la capacidad adquisitiva salarial y la evolución de la intensidad de la identificación nacional, lo que hace plausible la hipótesis de que el descenso del valor real de los salarios haya tenido un impacto reductor sobre la fuerza de la identidad nacional.

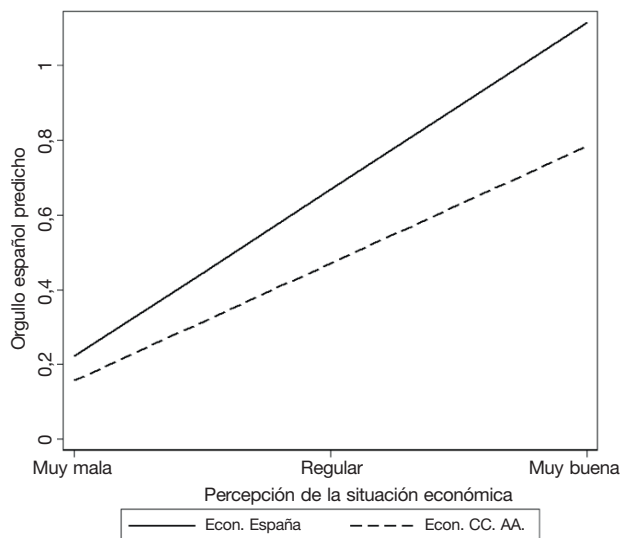
Como se observa en la tabla 1, todos los grupos de edad a partir de los 35 años en 2002

perdieron capacidad adquisitiva media salarial en este periodo. Solo la ganaron los que eran más jóvenes en 2002, y por tanto estaban muy al comienzo de su vida laboral. En términos comparados, los que mayor descenso experimentaron en su capacidad adquisitiva son los que en 2015 habían llegado a la edad de jubilación, pero ese descenso solo en una pequeña parte es achacable a la crisis.

En el impacto de la crisis sobre la identidad nacional intervienen otras variables mediadoras que se relacionan con la percepción de la situación económica, con la ideología, la edad, el sexo, el nivel educativo y el estatus social. Así lo muestra el resultado del análisis de regresión logística realizado a partir de los datos de 2005 y 2012 de los barómetros autonómicos del CIS mostrado en la tabla 3.

2002) es el que más ha visto disminuida su capacidad adquisitiva porque ha pasado a la jubilación, y es también el que más ha disminuido su sentimiento de cercanía a los demás españoles, el *proxy* que se utiliza aquí para medir la identidad nacional. Se ha optado por los grupos de edad de cinco años, excluyendo a los que tenían 55 o más en 2002, para que ese efecto de descenso del nivel adquisitivo al pasar a la jubilación, que es habitual y no achacable a la crisis, pese menos sobre el conjunto de los resultados.

GRÁFICO 2. Valores predichos de orgullo español para diferentes valoraciones de la situación económica de España y la comunidad autónoma (función de la regresión logística multinivel mostrada en la tabla 3)



Fuente: Elaboración propia basada en EB 57.2 y BRIE 36.

Como pasos previos para llegar al modelo mostrado se ha realizado una regresión logística multinivel con el año como única variable independiente, que confirma un retroceso estadísticamente significativo del sentimiento de orgullo de ser español en 2012 frente a 2005. Cuando en ese modelo se incluyen las variables sobre la percepción de la situación económica de España y la comunidad autónoma, el año deja de ser significativo. Es decir, es plausible atribuir el retroceso del orgullo de ser español al deterioro de la situación económica percibida por la ciudadanía. En el modelo de la tabla 3, se incorporan además diferentes variables de control sociodemográficas. El modelo confirma que la correlación entre la percepción por parte de los individuos de la situación económica del país y la identidad española medida como sentimiento de orgullo de ser español es robusta, ya que se mantiene cuando se controla por el resto de variables.

Así, cuanto mejor es su valoración de la situación económica de España, más proba-

ble es que una persona se sienta orgullosa de ser española, con una razón de razones de 1,25. Es decir, que por cada incremento en la valoración de la situación económica de España, desde 1 (muy mala) a 5 (muy buena), la probabilidad de sentirse orgulloso de ser español se incrementa un 20%. O, visto desde la óptica de la crisis, por cada descenso de un punto en la valoración de la situación económica, la probabilidad de sentirse orgulloso de ser español disminuye un 20%. Así, si entre 2005 y 2012 el promedio de valoración de la situación económica de España descendió en 1,4 puntos, desde una valoración de regular (con una media de 2,9) a una entre mala y muy mala (con una media de 1,5), esto se corresponde con un descenso predicho en la probabilidad de sentirse orgulloso de ser español del 28%. El gráfico 2 muestra los valores predichos de orgullo español en función de la valoración de la situación económica de España y de la comunidad autónoma, manteniendo el resto de variables en su valor central (véase el anexo 1). Tanto el gráfico como la tabla muestran que la percepción de la situa-

ción económica de la comunidad autónoma afecta al orgullo de ser español en el mismo sentido: cuanto peor es la valoración de la situación económica en la comunidad, menor es la probabilidad de sentirse orgulloso de ser español.

Entre el resto de las variables sociodemográficas que correlacionan positivamente con la probabilidad de sentirse orgulloso de ser español destaca la posición en la escala ideológica, de manera que cuanto más a la derecha del espectro ideológico mayor es esta probabilidad; la edad, que incrementa también el sentimiento de orgullo de ser español; y el sexo, puesto que las mujeres se declaran orgullosas de ser españolas con más frecuencia que los hombres. Por su parte, el nivel de estudios y el estatus social muestran una correlación negativa con el sentimiento de orgullo de ser español. Lo mismo ocurre con el grado de arraigo en la comunidad autónoma: los que residen en la misma comunidad autónoma en la que nacieron su padre y su madre tienen un menor sentimiento de orgullo nacional español que los que emigraron ellos mismos o alguno de sus progenitores.

LOS CAMBIOS EN LA NATURALEZA DE LA IDENTIDAD NACIONAL

En lo que se refiere a los posibles cambios experimentados en la naturaleza de la identidad nacional española en el periodo 2002-2015, la cuestión se aborda analizando el nivel de acuerdo con la frase «me siento español porque comparto con los demás españoles...», que se completa con un listado de ítems que *a priori* se podrían clasificar como culturales (lengua, costumbres, historia, etc.) y cívicos (sistema político, Seguridad Social, economía, deberes y derechos, etc.) según las distinciones clásicas en la literatura men-

cionada anteriormente²³. No obstante, la batería de preguntas utilizada incluye otros ítems que no encajan tan claramente en estas dos dimensiones, y que pueden considerarse simbólicos, como la bandera o el himno.

Una exploración descriptiva (gráfico 3) evidencia que todos los elementos que configuran la identidad han disminuido su adhesión media, pero el descenso se produce de forma muy heterogénea, con una mayor pérdida en aquellos elementos relacionados *a priori* con la identidad cívica y la simbólica: las fronteras comunes, la independencia nacional, el sistema político y legal, la economía nacional, los derechos y deberes compartidos, la bandera y el himno. El sistema de Seguridad Social es un caso excepcional: es el único ítem «cívico» que ha perdido muy poca fuerza identificadora en estos años. Por su parte, los ítems relacionados *a priori* con la identidad cultural son los que han perdido menos adhesión y, como consecuencia, estos elementos ligados a una identidad étnico-cultural han aumentado su importancia en relación a los propios de la identidad cívica.

En 2002 tres de los elementos que se pueden considerar cívicos aparecían entre los cinco que recibían más adhesión —el sistema de Seguridad Social, la existencia de derechos y deberes comunes y las fronteras—, mientras que en 2015 el único elemento cívico que continuaba entre los cinco primeros es el que se refería a la Seguridad Social y, por su menor descenso, habían ganado posiciones relativas «la historia y el destino juntos» y «nuestro carácter».

Este mismo descenso se refleja en la tabla 4, que recoge la importancia media que los entrevistados adjudican a cada ítem, en una escala de 1 (nada de acuerdo con su importancia) a 4 (muy de acuerdo).

²³ Aunque reiteramos que no existe un catálogo consensuado según el cual podamos asignar cada uno de los ítems de nuestra batería a una de esas dimensiones (étnico-cultural vs. cívica).

TABLA 4. Valor medio del grado de identificación con cada ítem, 2002-2015

	2002	2015	Diferencia
Las mismas fronteras	3,39	2,81	-0,57
La independencia nacional	3,11	2,55	-0,56
Un sistema político y legal	3,26	2,76	-0,50
Una economía nacional	3,27	2,81	-0,46
Derechos y deberes	3,37	3,01	-0,36
Símbolos: bandera, himno...	3,09	2,77	-0,32
Las fuerzas armadas	3,13	2,83	-0,30
Un idioma común	3,47	3,20	-0,27
Un sistema de Seguridad Social	3,33	3,08	-0,25
El orgullo de ser español	3,12	2,88	-0,24
Nuestro carácter	3,32	3,09	-0,23
Una cultura, costumbres y tradiciones	3,39	3,18	-0,22
Una historia y un futuro juntos	3,29	3,11	-0,18

Fuente: Elaboración propia basada en EB 57.2 y BRIE 36.

Una exploración más profunda a través de un análisis factorial confirmatorio de componentes principales permite captar cómo se relacionan entre sí los ítems anteriores, conformando diferentes dimensiones de la identidad nacional, así como analizar la evolución de dichas dimensiones identitarias entre 2002 y 2015, y entre los diferentes grupos sociodemográficos.

El análisis factorial mostrado en la tabla 5 se ha realizado sobre la base de datos agregada de EURONAT EB57.2 y BRIE 36, conservando únicamente aquellos ítems con cargas factoriales superiores a 0,50 y que son comunes en los resultados de 2002 y 2015 analizados por separado²⁴. El primer factor, el que explica una mayor parte de la varianza (un 41%), coincide *grosso modo* con lo que suele denominarse una identidad cívica. No obstante, dados los contenidos específicos de la batería de preguntas usada, es mejor denominarlo factor político-

económico. Este es el factor que más variabilidad explica tanto en 2002 (38%) como en 2015 (42%), y está formado por el sistema político y legal, los derechos y deberes comunes, el sistema de Seguridad Social y el sistema económico nacional. El segundo factor que más varianza explica (30%)²⁵ es el que podemos denominar cultural, coincidiendo con la literatura sobre el tema, y que incluye la lengua y la cultura. Finalmente, el orgullo de ser español y los símbolos aparecen como un factor diferenciado, el que menor varianza explica, un 29%. Cabe aclarar que estos factores no son excluyentes para los entrevistados, de manera que la mayor parte, tanto en 2002 como en 2015, combina las dimensiones cultural y político-económica en su identidad nacional²⁶. No obstante,

²⁵ En 2002 la varianza explicada por este factor es del 33%, y en 2015, del 30%.

²⁶ Un 94% en 2002 y un 89% en 2015 combinaba las dimensiones cultural y político-económica en su identidad nacional. Un 96% en 2002 y un 92% en 2015 combinaba las dimensiones cultural y simbólica. Y un 84% en 2002 y un 70% en 2015 combinaba las dimensiones simbólica y político-económica.

²⁴ De este modo garantizamos la equivalencia en el significado de las dimensiones de identidad que realizamos entre ambas fechas.

TABLA 5. Dimensiones de la identidad nacional española: análisis factorial de componentes principales

Variabes	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Cultura		0,616	
Lengua		0,607	
Historia		0,580	
Sistema político	0,603		
Derechos y deberes	0,668		
Bienestar	0,672		
Economía	0,668		
Ejército	0,503		0,511
Orgullo			0,695
Independencia nacional			0,571
Carácter			
Fronteras			
Varianza explicada	41%	30%	30%

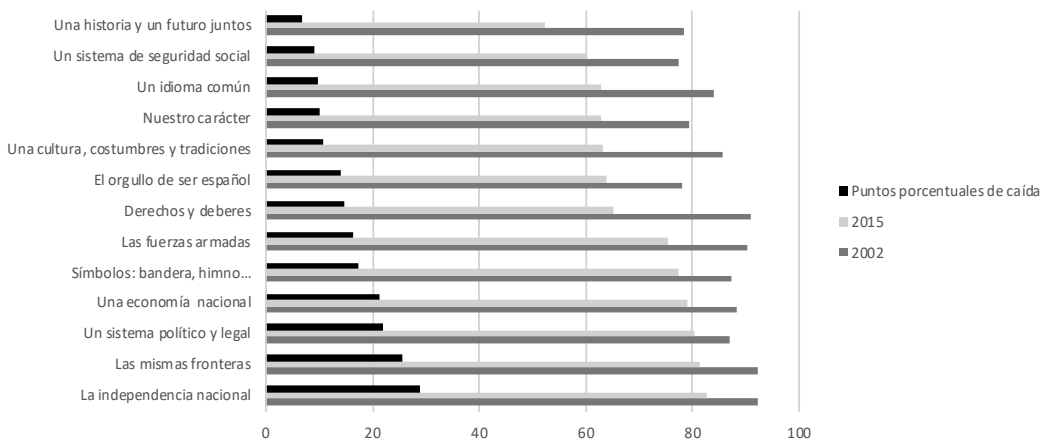
N=1.717. Cargas factoriales superiores a 0,50. Rotación Varimax (Kaiser).

Fuente: Elaboración propia basada en Euronat 57.2 y BRIE 36.

en el periodo analizado ha disminuido más el número de personas que dan importancia a la dimensión político- económica que las que dan importancia a la cultural o la simbólica, y han aumentado quienes anclan su identi-

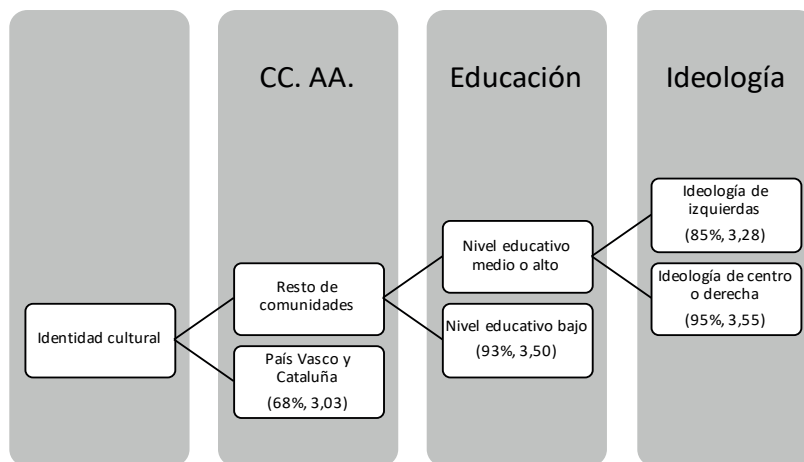
dad únicamente en uno de los tipos identificados.

Se deduce, por tanto, que los elementos relacionados con el bienestar y el sistema económico nacional, y de forma particular el pri-

GRÁFICO 3. Evolución del acuerdo con la frase: «Me siento español porque comparto con los demás españoles...». Porcentaje de muy o bastante de acuerdo en 2002 y en 2015. Ítems ordenados en función de los puntos porcentuales de caída (de menos a más)

Fuente: Elaboración propia basada en EURONAT-EB 57.2 y BRIE 36.

GRÁFICO 4. Variables sociodemográficas que discriminan grupos homogéneos de población respecto a su identidad cultural: porcentajes de población y valoración media en una escala de 1 a 4, entre paréntesis



Fuente: EURONAT EB 57.2 y BRIE 36. Elaboración propia (análisis CHAID en STATA). Media en una escala de 1 (nada de acuerdo con la importancia de los ítems incluidos en el factor cultural) a 4 (muy de acuerdo).

mero, son relevantes para los individuos como elementos que intervienen en el desarrollo de su apego a una comunidad política, es decir, en su identidad nacional. Y aunque muchos de los ítems que se consideran cívicos (político-económicos en este análisis factorial) han disminuido su importancia entre 2002 y 2015, siguen teniendo mucho peso como elemento central en la identidad nacional. Esto respalda también la hipótesis sobre la importancia de las condiciones materiales en la fuerza o extensión de la identidad nacional.

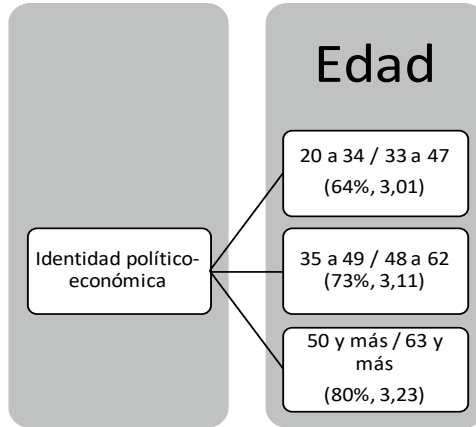
Un análisis de segmentación (Escobar, 1998) en el que se han introducido variables sociodemográficas de control —la edad (3 grupos), el género, la ocupación, la ideología (codificada con los valores de izquierda, centro y derecha), el nivel de estudios y la comunidad autónoma²⁷— permite identificar la importancia relativa de cada una de esas

variables en cada tipo de identidad. En lo que se refiere a la identidad cultural (gráfico 4), como era de esperar, la primera variable que más discrimina es la Comunidad Autónoma, de modo que el porcentaje de entrevistados con este tipo de identidad española es más bajo en Cataluña y el País Vasco que en el resto de comunidades. En el resto de comunidades, encontramos otras dos variables que discriminan: el nivel de estudios y la ideología. El primero actúa en contra de la identidad cultural, es decir, esta se debilita con el aumento del nivel de estudios. En cuanto a la ideología, la identidad cultural aumenta al desplazarse hacia la derecha del espectro político.

En cuanto a la identidad político-económica, la edad es la única variable que discrimina, de manera que este tipo de identidad está más presente entre los de mayor edad (gráfico 5). Por su lado, la ideología es la única variable relevante que discrimina respecto a la identidad simbólica, de manera que el porcentaje de los que tienen este tipo de identidad es mayor cuanto más a la derecha del espectro ideológico se sitúan los individuos

²⁷ En cuanto a la comunidad autónoma, solo se han incluido aquellas que sumaban más de 100 casos en la base de datos conjunta, es decir, Andalucía, Castilla-La Mancha, Cataluña, Galicia, Madrid, Comunidad Valenciana y País Vasco.

GRÁFICO 5. Variables sociodemográficas que discriminan grupos homogéneos de población respecto a su identidad político-económica: porcentajes de población y valoración media en una escala de 1 a 4, entre paréntesis



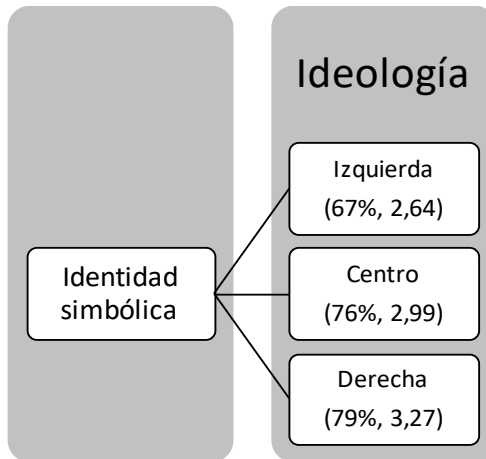
Fuente: EURONAT EB 57.2 y BRIE 36. Elaboración propia (análisis CHAID en STATA). Media en una escala de 1 (nada de acuerdo con la importancia de los ítems incluidos en el factor cultural) a 4 (muy de acuerdo).

(gráfico 6), algo esperable dadas las dificultades que desde la transición a la democracia ha experimentado la izquierda española para asumir como propios estos símbolos (Ruiz Jiménez *et al.*, 2017).

En resumen, en el periodo analizado se ha producido un descenso relativo de los com-

ponentes cívicos frente a los culturales, lo que implica un cierto giro hacia una identidad nacional española más étnico-cultural. Sin embargo, los elementos ligados a factores de bienestar siguen siendo capitales en la construcción y el mantenimiento de la identidad nacional.

GRÁFICO 6. Variables sociodemográficas que discriminan grupos homogéneos de población respecto a su identidad simbólica: porcentajes de población y valoración media en una escala de 1 a 4, entre paréntesis



Fuente: EURONAT EB 57.2 y BRIE 36. Elaboración propia (análisis CHAID en STATA). Media en una escala de 1 (nada de acuerdo con la importancia de los ítems incluidos en el factor cultural) a 4 (muy de acuerdo).

CONCLUSIÓN

El objetivo de esta investigación ha sido testar la plausibilidad de la hipótesis que sugiere la influencia de los elementos económicos sobre la identidad nacional y, en consecuencia, apunta al impacto de la crisis económica sobre la fuerza y la naturaleza de esa identidad.

La identidad nacional española se ha debilitado de forma ligera, pero significativa, en el periodo analizado y es plausible que parte de esa caída se deba a la crisis económica experimentada por el país a partir de 2008 —cuyos efectos no habían desaparecido por completo en 2015— y a su impacto sobre el bienestar de los individuos. El resultado de la correlación entre la evolución de las capacidades adquisitivas de los salarios, por cohortes, y la evolución de la extensión de la identidad nacional española en esas cohortes permite sostener la hipótesis de ese impacto. La influencia está mediatizada por elementos de percepción, de opinión e ideológicos, además de por variables sociodemográficas, como la educación, la edad, el sexo o el estatus social y, obviamente, por la variable geográfica (comunidad autónoma de residencia). Durante ese periodo se han debilitado más los componentes cívicos de la identidad nacional —entre los que se incluye el sentimiento de compartir con los demás españoles una misma economía— que los elementos culturales. Expresado de otro modo, el número de españoles que seguían manteniendo una identidad nacional española fuerte eran en 2015 menos que antes de la crisis y entre ellos pesaban más que antes los aspectos culturales frente a los cívicos.

Este resultado no informa sobre el peso que otros factores no económicos hayan podido tener en el debilitamiento observado durante el periodo en la identidad nacional española, como los específicamente ideológicos y políticos, pero muestra la conveniencia de incorporar al análisis sobre la evolución de las identidades nacionales los aspectos económicos, hasta ahora prácticamente ausentes en estudios cuantitativos.

BIBLIOGRAFÍA

- Andersen, Robert y Fetner, Tina (2008). «Economic Inequality and Intolerance: Attitudes toward Homosexuality in 35 Democracies». *American Journal of Political Science*, 52(4): 942-958.
- Blas, Andrés de (2001). «Identidad y conciencia nacional española». En: Ribot García, L. A.; Valdeón Baroque, J. y Villares, R. (eds.). *Año mil, año dos mil: dos milenios en la historia de España*. Madrid: Sociedad Estatal España Nuevo Milenio.
- Bollen, Kenneth y Díez Medrano, Juan (1998). «Who Are the Spaniards? Nationalism and Identification in Spain». *Source: Social Forces*, 77(2): 587-621.
- Brown, David (1998). «Why Is the Nation-State so Vulnerable to Ethnic Nationalism?». *Nations and Nationalism*, 4(1): 1-15.
- Brubaker, Rogers (1992). *Citizenship and Nationhood in France and Germany*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Brubaker, Rogers (2011). «Economic Crisis, Nationalism and Politicized Ethnicity». En: Calhoun, C. y Derlugian, G. (eds.). *The Deepening Crisis. Governance Challenges After Neoliberalism*. New York: New York University Press.
- Crane, George T. (1998). «Economic Nationalism: Bringing the Nation Back In». *Millennium - Journal of International Studies*, 27(1): 55-75.
- Cussó, Roser; García, Lluís y Grande, Inma (2018). «The Meaning and Limitations of the Subjective National Identity Scale: The Case of Spain». *Ethnopolitics*, 17(2): 165-180.
- Deutsch, Karl W. (1964). «The Price of Integration». En: Jacob, P. E. y Toscano, J. V. (eds.). *The Integration of Political Communities*. Philadelphia: Lippincott.
- Díez Medrano, Juan y Gutiérrez, Paula (2001). «Nested Identities: National and European Identity in Spain». *Ethnic and Racial Studies*, 24(5): 753-778.
- Escobar, Modesto (1998). «Las aplicaciones del análisis de segmentación: el procedimiento Chaid». *Empiria*, 1: 13-49. Madrid.
- Fusi, Juan Pablo (2001). «España: la evolución de la identidad nacional». En: García de Cortázar, F. (ed.). *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales.
- Greenfeld, Liah y Chirot, Daniel (2014). «Nationalism and Aggression». *Theory and Society*, 23(1): 79-103.
- Guinjoan, Marc y Rodon, Toni (2016). «A Scrutiny of the Linz-Moreno Question». *Plubius: The Journal of Federalism*, 46(1): 128-142.

- Hadler, Markus; Tsutsui, Kiyoteru y Chin, Lynn G. (2012). «Conflicting and Reinforcing Identities in Expanding Europe: Individual- and Country-Level Factors Shaping National and European Identities, 1995-2003». *Sociological Forum*, 27(2): 392-418.
- Harris, Marvin (1979). *El materialismo cultural*. Madrid: Alianza Editorial.
- Hettne, Björn (1993). «Ethnicity and Development: An Elusive Relationship». *Contemporary South Asia*, 2(2): 123-149.
- Isernia, P.; Fikey, I.; Serricchio, F. y Westle, Bettina (2012). «But Still It Does Not Move: Functional and Identity-Based Determinants of European Identity». En: Sanders, D.; Magalhaes, C. y Tóka, G. (eds.). *Citizens and the European Polity: Mass Attitudes towards the European and National Polities*. Oxford: Oxford University Press.
- Keating, Michael (2001). *Nations against the State. The New Politics of Nationalism in Quebec, Catalonia and Scotland*. New York: MacMillan Press.
- Keskinen, Suvi; Norocel, Ov Cristian y Jorgensen, Martin Bak (2016). «The Politics and Policies of Welfare Chauvinism under the Economic Crisis». *Critical Social Policy*, 36(3): 321-329.
- Máiz, Ramón (2003). «Framing the Nation: Three Rival Versions of Contemporary Nationalist Ideology». *Journal of Political Ideologies*, 8(3): 251-267.
- Martínez-Herrera, Enric (2002). «From Nation-Building to Building Identification with Political Communities: Consequences of Political Decentralisation in Spain, the Basque Country, Catalonia and Galicia, 1978-2001». *European Journal of Political Research*, 41(4): 421-453.
- McEwen, Nicola (2006). *Nationalism and the State*. Brussels: PIE-Peter Lang.
- Miller, D. (2000). *Citizenship and National Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Muñoz, Jordi (2012). *La construcción política de la identidad española: ¿del nacionalcatolicismo al patriotismo democrático?* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Nieves, Arturo de y Diz, Carlos (2019). «Dual Identity? A Methodological Critique of the Linz-Moreno Question as a Statistical Proxy of National Identity». *Revista Española de Ciencia Política*, 49: 13-41.
- Ruiz Jiménez, Antonia M. (2007). «Los instrumentos de medida de las identidades en los estudios del CIS y el Eurobarómetro: problemas de validez de la denominada escala Moreno». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 117: 161-182.
- Ruiz Jiménez, Antonia M.; Gorniak, Jaroslaw Jozef; Koscic, Ankica; Kiss, Paszkal y Kandulla, Maren (2004). «European and National Identities in EU's Old and New Member States: Ethnic, Civic, Instrumental and Symbolic Components». *European Integration - Online Papers*, 8(11): 1-37.
- Ruiz Jiménez, Antonia M.; Navarro Ardoy, Luis y Ferrí Fuentevilla, Elena (2017). «Patriotas sociales. La izquierda ante el nacionalismo español». *Papers. Revista de Sociologia*, 102(3): 421-448.
- Shayo, Moses (2009). «A Model of Social Identity with an Application to Political Economy: Nation, Class, and Redistribution». *American Political Science Review*, 103(2): 147-174.
- Shulman, Stephen (2002). «Challenging the Civic/Ethnic and West/East Dichotomies in the Study of Nationalism». *Comparative Political Studies*, 35: 554-585.
- Smith, Anthony (1991). *National Identity*. London: Penguin Books.
- Solt, Frederick (2011). «Diversionsary Nationalism: Economic Inequality and the Formation of National Pride». *The Journal of Politics*, 73(03): 821-830.
- Westle, Bettina (2003). «Europäische Identifikation im Spannungsfeld Regionaler und Nationaler Identitäten: Theoretische Überlegungen und Empirische Befunde». *Politische Vierteljahresschrift*, 44(4): 453-482.
- Wright, Matthew (2011). *Diversity and the Imagined Community: Immigrant Diversity and Conceptions of National Identity*. *Political Psychology*, 32(5): 837-862.

RECEPCIÓN: 06/08/2018

REVISIÓN: 01/03/2019

APROBACIÓN: 30/07/2019

ANEXO 1. TRANSFORMACIONES DE VARIABLES EN LOS BARÓMETROS AUTONÓMICOS DEL CIS

Variable empleada	Pregunta original	Codificación original	Recodificación	Descriptivos (recodificadas)	Valor central
Orgullo español	P17 (CIS 2610) P19 (CIS 2956)	1-Muy orgulloso/a 2-Bastante 3-Poco 4-Nada orgulloso/a 8-NS 9-NC	1-Orgullo español (1, 2) 0- No orgullo español (3, 4) Perdidos=8, 9	Media: 0,85 D.T.: 0,35	-
Percepción de la situación económica de España	P2 (CIS 2610) P2 (CIS 2956)	1-Muy Buena 2-Buena 3-Regular 4-Mala 5-Muy mala 8-NS 9-NC	Codificación inversa 1-Muy mal 2-Mala 3-Regular 4-Buena 5-Muy buena Perdidos=8/9	Media: 2,097 D.T.: 0,980	3
Percepción de la situación económica de la comunidad autónoma	P4 (CIS 2610) P4 (CIS 2956)	1-Muy Buena 2-Buena 3-Regular 4-Mala 5-Muy mala 8-NS 9-NC	Codificación inversa 1-Muy mal 2-Mala 3-Regular 4-Buena 5-Muy buena Perdidos=8/9	Media: 2,342 D.T.: 0,986	3
Escala de autoubicación ideológica	P42 (CIS 2610) P40 (CIS 2956)	0-Izquierda (1-Izda CIS 2610) 10-Derecha 98-NS 99-NC	0-Izquierda 10-Derecha Perdidos=98/99	Media: 4,611 D.T.: 1,998	5
Escala de arraigo	P40 (CIS 2610) P38 (CIS 2956)	1 a 20 CC. AA. por orden alfabético y extranjero	1-No nacido en la C. A. de residencia 2-Nacido en la C. A. de residencia y padre (no madre) 3-Nacido en la C. A. de residencia y madre (padre indiferente) 4-Nacido en la C. A. de residencia, madre y padre Ídem.	Media: 2,757 D.T.: 1,413	4
Nivel de estudios	ESTUDIOS (CIS 2610) ESTUDIOS (CIS 2956)	1-Sin estudios 2-Primaria 3-Secundaria 4-FP 5-Medios universitarios 6-Superiores	Ídem.	Media: 3,013 D.T.: 1,461	3
Estatus socioeconómico	ESTATUS (CIS 2610) ESTATUS (CIS 2956)	1-Clases alta/media-alta 2-Nuevas clases medias 3-Viejas clases medias 4-Obreros cualificados 5-Obreros no cualificados 9-NC	Codificación inversa: 1- Obreros no cualificados 2- Obreros cualificados 3- Viejas clases medias 4- Nuevas clases medias 5- Clases alta/media-alta Perdidos=9	Media: 2,944 D.T.: 1,326	2
Edad	P47 (CIS 2610) P45 (CIS 2956)	18 a 97	Ídem.	Media: 46,854 D.T.: 17,889	45
Mujer	P46 (CIS 2610) P44 (CIS 2956)	1-Hombre 2-Mujer	1-Mujer 0-Hombre	Mujer: 50,88% Hombre: 49,12%	-
Eventual	P53 (CIS 2610) P52 (CIS 2956)	1-Asalariado fijo 2-Asalariado eventual 3-Empresario o profesional con asalariados 4-Profesional o trabajador autónomo 5-Ayuda familiar 6-Cooperativista 7-Otra 9-NC	1-Eventual (2, 4, 5, 6, 7) 0-No eventual (1, 3) Perdidos=9	Eventual: 37,55% No eventual: 62,45%	-
Situación laboral	P51 (CIS 2610) P50 (CIS 2956)	1-Trabaja 2-Jubilado o pensionista (anteriormente ha trabajado) 3-Pensionista (anteriormente no ha trabajado) 4-Parado y no ha trabajado 5-Parado y busca su primer empleo 6-Estudiante 7-Trabajo doméstico no remunerado 8-Otra situación 9-NC	1-Activo ocupado (1) 2-Inactivo (2, 3, 7) 3-Activo desocupado (4, 5) 4-Estudiante (6) Perdidos=9	Activo ocupado: 45,43% Inactivo: 33,00% Activo desocupado: 16,84% Estudiante: 4,73%	-

The Decline of the Spanish National Identity during the Economic Crisis

El debilitamiento de la identidad nacional española durante la crisis económica

Carmen González Enríquez, Antonia M.^a Ruiz Jiménez and Daniel Romero Portillo

Key words

- Economic Crisis
- Welfare Nationalism
- Civic Identity
- Ethnic Identity
- Spanish National Identity

Palabras clave

- Crisis económica
- Identidad cívica
- Identidad étnica
- Identidad nacional española
- Nacionalismo del bienestar

Abstract

This article examines the evolution of the strength and nature of the Spanish national identity, considering the years 2002 and 2015, before and after the economic crisis starting in 2008. A correlation between economic factors and Spanish national identity, has been found with this identity having weakened during the analyzed period and with certain civic elements losing weight. To test the specific significance of the economic crisis on this change, an analysis of fictitious cohorts is carried out, relating change in purchasing power of wages for different age groups to changes in the feeling of national identity. The article also relates the evolution of the feeling of Spanish pride with other individual sociodemographic and political factors. Finally, the change in the nature of national identity is analyzed.

Resumen

Este artículo analiza la evolución de la fuerza y la naturaleza de la identidad nacional española entre dos años, 2002 y 2015, antes y después de la crisis económica iniciada en 2008. Existe una correlación entre los factores económicos y la identidad nacional española, de manera que esta se ha debilitado durante el periodo analizado y han perdido peso relativo en ella algunos elementos cívicos. Para testar el peso específico de la crisis económica en esta evolución se realiza un análisis de cohortes ficticias en el que se relaciona la evolución del poder adquisitivo salarial de los diferentes grupos de edad con la evolución de su sentimiento de identidad nacional. Por otra parte, se analiza la evolución del sentimiento de orgullo de ser español en relación con el de otros factores individuales sociodemográficos y políticos. Finalmente se investiga el cambio en las dimensiones de la identidad nacional española.

Citation

González Enríquez, Carmen; Ruiz Jiménez, Antonia M.^a and Romero Portillo, Daniel (2020). "The Decline of the Spanish National Identity during the Economic Crisis". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 170: 95-114. (<http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.170.95>)

Carmen González Enríquez: Universidad Nacional de Educación a Distancia | mcgonzalez@poli.uned.es
Antonia M.^a Ruiz Jiménez: Universidad Pablo de Olavide | amruiz@upo.es
Daniel Romero Portillo: Universidad Pompeu Fabra | daniel.romero01@estudiant.upf.edu

INTRODUCTION¹

The objective of this article is to compare the strength of Spanish national identity and the components making it up at two specific moments: 2002, a period of economic growth, and 2015, when the country was recovering from the effects of the economic crisis that began in 2008. Based on this comparison, the article offers information and an analysis of the importance of economic factors on the sense of Spanish identity in general and specifically, the impact of the economic crisis on this identity, thereby contributing to the debate on the influence of variation of material living conditions on the strength and characteristics of national identity.

Our comparison is limited due to an absence of demoscopic studies in Spain examining the nature of the country's national identity. Studies on national identity have been systematically based on the so-called "Linz scale"², which is also mentioned in this article, although this instrument has many limitations, such as the fact that it cannot assess the force of the emotional bond or provide information on identity characteristics in terms of its cultural or civic components.

Many authors have suggested that the cultural homogenization produced by globalization tends to decrease the cultural roots of national identities, an accelerated process in the European Union due to the intense ex-

change of individuals in its interior and given the dense network of economic, cultural, social and political relationships created by the distinct member societies. According to the "conflictive identities model" (Westle, 2003: 455) there is a zero-sum exchange between the links to different territorial entities which, in the case of Spain, in addition to developing at a supra-national level, also develops at a sub-state level (Bollen and Medrano, 1998; Díez Medrano and Gutiérrez, 2001). Although the dual identity (that of individuals who feel equally "Spanish" and of "their region") continues to be majoritarian, almost one out of every five Spaniards declares that they do not feel emotionally linked to Spain (CIS, Study no. 3238, 2019)³. It is well known that this type of citizens is not distributed homogeneously across the country. Therefore, Spain's continuity as a sovereign state based on a common identity across its current territory has been explicitly questioned, most evidently in October of 2003 with the so-called *Plan Ibarretxe*, and currently due to the independence movement of Catalonia.

One of the most frequently considered aspects on identities, but one that has received little attention in Spain, is the meaning or nature of the emotional tie with the nation (components of national identity). Traditionally, a distinction has been established between the ethical and cultural components and the civic elements of national identity (Brubaker, 1992: 184; Blas 1994; Greenfeld and Chirot, 2014: 834; Máiz, 2003: 259-261; Wright, 2011: 838; McEwen, 2006: 26)⁵. This

¹ The authors wish to express their thanks to the anonymous reviewers of this article, whose comments, criticisms and suggestions have resulted in a considerable improvement of it. We are also grateful to Jose Pablo Martínez for his collaboration on the statistical processing of data. This work would not have been possible without the transfer by the Elcano Royal Institute of data from the BRIE 36. The analysis of the *Barómetros autonómicos* conducted by the CIS forms a part of the research project PRY028/17 financed by the Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces

² The Linz scale measures the feeling of belonging of citizens to different territorial entities. The response options range from belonging exclusively to region to shared feeling of belonging and to exclusively feeling Spaniard.

³ Of the distinct authors contributing to the study of the Spanish national identity, we highlight Andrés de Blas (2001), Juan Pablo Fusi (2001), Enric Martínez-Herrera (2002) and Jordi Muñoz (2012). Only Jordi Muñoz (2012) has carried out a partial analysis of the role of economic factors on in this identity.

⁴ Greenfeld and Chirot use a slightly different classification, distinguishing between the civic-individualistic and ethnic-collectivist types of nationalism or national identity.

⁵ Despite all this, there is no complete or consensual "catalog" of ethnic-cultural and civic elements.

division, firstly formulated by Kohn (1945), continues to be widely used and many Pan-European surveys continue to design their questionnaires with indicators that were created from this ethnic-cultural vs. civic typology, especially to facilitate the analysis of temporal evolution of identities, thus creating a dependency on this instrument. In our analysis, attention is paid to the evolution of the dimensions making up Spanish national identity, paying attention to these classifications, but not strictly relying on any of them given their complementary nature. The objective is to explore how the configuration of the Spanish national identity in 2002 was affected during the period of study, in which a strong economic crisis has evolved after years of economic growth.

Beyond its theoretical relevance, the analysis of the strength and nature of national identity is also politically relevant. A strong national identity may be considered an asset. But, given that national identities tend to be created based on a contrast with “other” or “others”, an identity with a strong nativist component may provide public support for protectionist public policies, or against the presence of a foreign cultural group; while a very weak identity may dissolve the foundations of solidarity that sustain the nation-state, affecting, for example, social support to the national defense or the national tax system.

ECONOMICS AND NATIONAL IDENTITY: WELFARE CHAUVINISM

There is considerable theoretical and empirical information on national identities, their development, typology and components, but much less has been discussed about the impact on national identity of material living conditions. In this area, empirical studies have focused on the history, examining, for example, the role of certain occupational groups on identity creation, or analyzing the

economic incentives for pro-independence movements in conditions of economic crisis, such as that suffered in Eastern Europe during the late 80s and early 90s. Generally speaking, “cultural materialism” (Harris, 1979) has held little space in the literature on the evolution of national identities.

The so-called “welfare chauvinism” is a relatively recent term coined in distinct studies that specifically link the economic situation with national identity. According to Keskinen, Norocel and Jorgensen (2016: 323), “economic issues and the benefits of welfare are closely connected to the issues of culture and national identity (...)”. Thus, various authors have suggested that the self-portrayal of the member states (especially democracies) as agents of equitable development, has been the most important instrument for forging national identities “so that the image of the nation was reconstructed as the social justice community” (Brown, 1998: 2; see also Keating, 2001: 35 and McEwen, 2006). However, this same idea, labeled as a theory of social cohesion by Solt (2011: 826), was already found in the writings of Deutsch (1964) when arguing that through the creation of improved living conditions, governments created links of identity between the population and the state; and he explained that in order to maintain these links, it is not only important to sustain the welfare, but also to ensure an extensive distribution of benefits amongst the entire population (Deutsch, 1964: 143).

The field of psychology has also highlighted the relationship between national identity and economics, based on the idea that identities include a symbolic component between “our” status and “theirs”, in which the perception of power and the economic situation are relevant factors (Shayo, 2009: 150-151).

If in fact, positive economic results of the state policies, redistribution and a general increase in wellbeing have served to strengthen the nation-state as a cohesive political

community, then we may ask: what would be the effect of an economic crisis and a setback in the assets offered by the welfare state? Empirical evidence here is quite limited.

When focusing on emotional aspects — although from a theoretical perspective, without empirical evidence—, Deutsch (1964: 146) suggests that economic crisis or increased inequality may affect the strength of the national links and may enhance disintegrating trends. From a psychological perspective, Brown (1998: 10-11) suggests changes in the components of identity, although it is not clear if these changes involve the strengthening or weakening of national links. Brown notes that the existence of inequality may be interpreted as a deficiency of the nation, and that individuals who do not feel protected or safe within the supposed nation-state community may begin to doubt whether they actually belong to it. In a crisis context, this may imply the redefining of how the distinction between our people and the others is understood, favoring more restrictive interpretations of national membership, based on strict definitions of citizenship or the territory (state borders), as well as ethnicity (excluding immigrants or rejected segments of society that, despite being legal citizens of the state, are not socially accepted as full members of the *nation*) (Brubaker, 2011: 94-95). In other words, economic crisis and inequality create insecurity, which may lead people to retreat to their primary groups (Andersen and Fetner, 2008: 10-11), weakening the idea of the nation as a community of solidarity. However, it is not clear if a more restrictive interpretation of who forms part of the nation may result on stronger emotional ties with the new and more limited “us”.

In view of this literature, the following hypotheses are proposed, regarding the impact of the economic crisis that began in 2008:

- a) That it has negatively affected the strength of identification with Spain.
- b) That it has produced a change in the nature of the national identity, increasing the weight of the ethnic-cultural elements.

The data from Eurostat and the Spanish National Statistics Institute (INE, based on its initials in Spanish) suggested that the economic crisis occurring in Spain led to a worsening of the living conditions of the population through the net destruction of 3,803,000 employment positions, 18% of the total, and an increase in unemployment rates which went from 7% in 2007 to 27% by 2013⁶. The destruction of employment was accompanied by a reduction in labor costs, a mechanism leading to internal devaluation in Spain and, as of 2011, reduction on public spending on policies affecting welfare and equality of opportunities, especially education and public health. In the years following the crisis, the percentage of the population that was at risk of poverty⁷ increased by 6 points, from 23% in 2007 to 29% in 2014, while the mean of household consumption decreased each year between 2009 and 2014⁸ and the inequality, measured by the Gini Coefficient, rose from 32 to 35 points and Spain became the EU country with the greatest difference between the income earned by the richest 10% of the population and that of the poorest 10% (13.7 times in 2014)⁹.

There is no consensus with respect to when the crisis beginning in 2008 finally ended. Much of the macroeconomic data began to improve by 2015. However, levels of employment similar to those of 2007 were

⁶ INE, Labor Force Survey.

⁷ The definition of the “at-risk of poverty rate” can be accessed in Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:At-risk-of-poverty_rate

⁸ INE, Household Budget Survey.

⁹ Eurostat EU-SILC Survey.

not reached until 2018, and not in all regions of the country. The purchasing power of wages, in 2018, continued to be lower than that of 2007. So, according to these indicators, the crisis has yet to end.

OBJECTIVES AND METHODOLOGY

The evolution of the Spanish national identity between the two referenced years may depend on elements that are not related to the economic crisis, such as the reaffirmation of alternative or complementary identities (European, regional, local), cultural transformations provoked by globalization (cosmopolitanism, or its opposite, the rejection of globalism) or the discrediting of the public institutions that represent the citizens. Our analysis cannot determine the relative weight of each of these factors, as a comparative international research would be needed to accomplish that aim, which is not the objective of this work. Our more modest goal is to determine the plausibility of the hypotheses that suggest the importance of economic elements on national identity and, therefore, refer to the impact of the economic crisis on the strength and nature of the Spanish identity.

The analysis takes into account that the influence of material changes on national identity is affected by the perception of the economic situation, which, in turn, is the result of several factors, such as the level of information, the influence of other opinions or the expectations of each individual.

One of our sources are the Regional Barometers (*Barómetros Autonómicos*) conducted by the CIS corresponding to the years 2005 and 2012¹⁰. These barometers, containing between 400 and 1,430 interviews per territory, and a sample of some 11,000 interviews per study, offer two indicators that may be considered *proxies* of national identity. The

“Linz scale”, which permits to measure the evolution of the identification with two territories, the national and the regional, and a question about the pride to be Spanish. As previously mentioned, the “Linz scale” does not determine the nature of national identity (its character, components) nor does it measure its intensity¹¹ (Nieves and Diz, 2019; Guinjoan and Rodon, 2016; Ruiz Jiménez, 2007; Cussó, García, and Grande 2018). To consider these aspects, two surveys conducted in 2002 and 2015 were analyzed both using an almost identical questionnaire on both dates, and with similar samples, in terms, of size and distribution. The first was carried out in 2002 as part of the European EURONAT research project, including samples from eleven countries, Spain¹² among them, and the second was completed in Spain as part of the Barometer of the Elcano Royal Institut (BRIE 36, April 2015). On both occasions, the sample included 1,000 individuals. Both questionnaires asked the same questions on territorial identities and about the elements which, according to interviewees, explained their feeling of being Spaniards.

These surveys used the feeling of closeness to the inhabitants of the nation-state as proxy of national identity. The questionnaire asked the interviewees how close did they feel to the inhabitants of their same city or village, their region, Spain and Europe¹³, a

¹¹ The Linz scale does not present the interviewees with the option “I don’t feel Spanish nor from my region” and its main objective is to measure the evolution of the distribution of identities between two territorial levels, country and region, in a zero-sum, where the increase in one identity is compensated by the decrease of the other. For this reason, the pride of being Spanish has been chosen among the CIS data as proxy of national identity.

¹² Eurobarometer 57.2 (April 2002). Available at www.gesis.org (study ZA3640). The research team of the EURONAT project, funded by the FP5, designed the questionnaire for this survey, which was carried out using this special Eurobarometer.

¹³ The question is “How close do you feel to other Spaniards?” (potential responses: very close, quite close,

¹⁰ Studies no. 2610 (2005) and no. 2956 (2012).

question that has been frequently used by researchers of territorial identity (see Isernia *et al.* 2012). Despite its unidimensionality, this scale of social distance allows for the measurement of the strength of the emotional bond with the nation. The scale does not inform about the type of national identity, be it ethnic-cultural or civic (Ruiz Jiménez, 2007). The feeling of closeness is an appropriate *proxy* of the strength of the national identity since it gathers its duality: the identification with the territory and the emotional bond with its inhabitants (Hadler *et al.*, 2012). As indicators of the type of national identity questions were included on the elements or features that subjectively explain attachment to national identity (see below) (Ruiz Jiménez *et al.*, 2004).

In addition to these two surveys, the research gathers also data from other Spanish and international quantitative surveys which were conducted on similar dates and had used analogous questions to address Spanish national identity.

To estimate the weight of the living conditions on the evolution of the national identity –measured as feeling of closeness to conationals– the change in purchasing power of wages was compared with the change in strength of national identities. The analysis compared the evolution of purchasing power and national identity on each adult age group, based on the hypothesis that if a decrease in identity is caused in part by the economic crisis, the age groups suffering the most during this period will be those experiencing the greatest weakening in their national identity.

An analysis of fictitious cohorts was carried out, comparing the average purchasing power of wages of an age group with its power 13 years later, using data from the INE's Wage Structure Survey. Wages were

somewhat close, not at all close).

compared taking into account the accumulated inflation in the period 2002 to 2015, deflating the 2015 data accordingly. The data produced by the Consumer Price Index (CPI) show an inflation of 33,4% for the period. This comparison between the purchasing power of salaries (Table 1) was used as a *proxy* of the impact of the crisis on the wellbeing of the individuals¹⁴. This indicator was given preference over the unemployment rate since the latter is less indicative of the level of material wellbeing, as its impact is mediated by other variables such as life stage, receipt of subsidies, the specific nature of gender-related behavior regarding labor activity and household income. On the other hand, as it is obvious, the percentage of the working age population that is employed and waged is much greater than that of those who are unemployed, for any of the dates in the analyzed period.

Changes in purchasing power of wages of each age group have been correlated with changes in the national identity of those same age groups (Table 2). The samples have been divided into 5 year age brackets: the youngest group in the first survey was between the age of 20 and 24 and therefore, was completing their studies or in their initial employment years, while at the time of the second survey, they were between 33 and 37 years old, in full working life ¹⁵. The oldest group was between 50 and 54 years old in 2002 and therefore, was between the ages of

¹⁴ Only one of the four surveys used (Barómetro autonómico conducted of the CIS on 2012) collects information on the level of income of the interviewees; therefore, it is not possible to analyze the relationship between the evolution of this variable and that of national identity.

¹⁵ The data published on wages by the INE does not offer a breakdown per year of age, but instead, uses 5 year-age groups. So, there is a slight temporal mismatch: those who in 2002 were between the ages of 20 and 24 are compared with those who in 2015 were between the ages of 35 and 39 (instead of those who were between 33 and 37, since the INE does not provide information for this age bracket).

63 and 67 years old in 2015, with the majority of these individuals having retired at this point¹⁶.

To capture the effect of the perception of economic situation over the impact of economic crisis on national identity, a multi-level logistic regression was carried out, based on data from the Regional Barometers of the CIS from 2005 and 2012. The CIS has conducted three of these barometers (2005, 2010 and 2012) and here, the first and last ones are analyzed: that of 2005 was conducted in a period of economic growth, while that of 2012 was carried out during the worst moments of the crisis, when, in addition to the destruction of employment, budgetary cuts were also implemented (2012).

To analyze the effect of changes taking place during the period over the nature of national identity, descriptive techniques were used, such as principal component factor analysis; and subsequently, an analysis of segmentation on the identified factors. This allows us to explore the socio-demographic characteristics of those having distinct types of national identity.

THE ECONOMIC CRISIS AND THE DECLINE OF NATIONAL IDENTITY

Various studies have detected a decrease in Spanish national identity during the years of the economic crisis. The Eurobarometer¹⁷ reveals a decline since 2003, when 92% of all surveyed Spaniards declared that they felt very or quite close to other Spaniards, to 84% in 2017. Using the indicator “proud to be Spanish”, polls from the *World Values Survey* detected that during the period 2000-

2011, the percentage of Spaniards declaring to feel “very proud” to be Spanish decreased by 5 points, going from 60% to 55%¹⁸. An identical question, but within the context of a distinct questionnaire, carried out by the CIS on two dates, regarding national defense and armed forces (studies 2447 from 2002 and 3110 from 2015)¹⁹, also reveals this decline in the pride of being Spanish. The total of those feeling “very” or “quite” proud went from 85% in 2002 to 77% in 2015. Also, the comparison between the results of the Regional Barometers of 2005 and 2012 shows the decline in the feeling of being Spanish. This lowering results from the data regarding both indicators: the pride of being Spanish and the identification with Spain measured by the “Linz scale”. In 2005, the percentage of those feeling very or quite proud to be Spanish was 85%, and lowered to 80% in 2012.

Similarly, the comparison of the results on Spanish national identity from the ISSP (*International Social Survey Program*) surveys of 2003 and 2013²⁰, which used the same scale of closeness as the EURONAT and BRIE surveys, but in regard to the country’s territory instead of its citizens, reveals a decrease in those being “very” or “quite” identified with their Spanish conationals from 96% to 84%, as well as an increase in those “little” or “not at all” identified, which, rose from 3% to 14%. Finally, the comparison of data from the EURONAT and BRIE scales, carried out in 2002 and 2015, shows a small yet statistically significant decrease²¹ in the degree of identification with

¹⁶ In this case, the purchasing power of the wages of this age group (50 to 54) in 2002 is compared with that of the retirement pensions of this group in 2015 (65-69 years of age).

¹⁷ <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm>

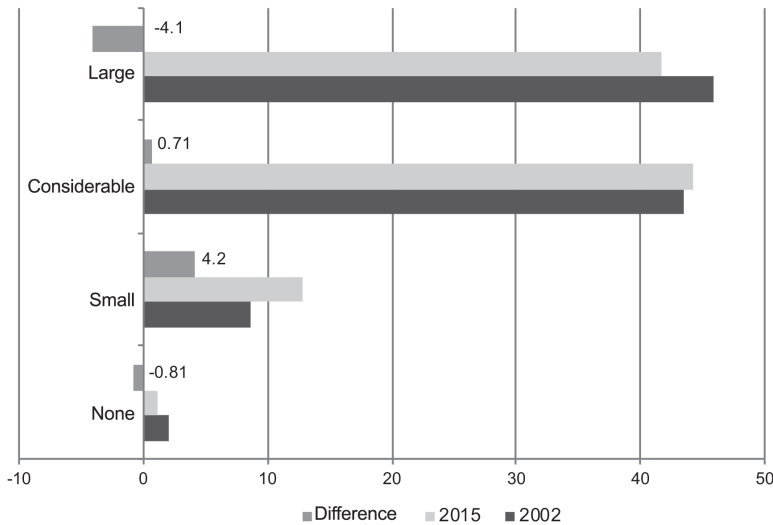
¹⁸ <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>

¹⁹ <http://www.cis.es>

²⁰ Studies ZA3910 and ZA5950 respectively. See <https://www.gesis.org/issp/modules/issp-modules-by-topic/national-identity/>

²¹ To verify that these changes are statistically significant, both databases (2002 and 2015) have been added and a contingency table was created, crossing the feel-

GRAPH 1. Degree of closeness to other Spaniards, 2002-2015



Source: EB 57.2 and BRIE 36. Author's own elaboration.

Spain. Those feeling “very” or “quite” close to other Spaniards was 89% in 2002 and decreased to 85% in 2015, whereas those feeling “little” or “not at all close” to other Spaniards increased from 11% to 14%. Graph 1 shows that the proportion of very strongly identified individuals has decreased by almost the same degree as the poorly identified individuals have increased, 4 percentage points.

So, is it plausible that this decrease is related to economic or social welfare factors?

To test this hypothesis a correlation analysis has been carried out, comparing the evolution of wages with that of the national identity among the different age groups for the period 2002-2015 (Table II). The results show a positive correlation of 0'5558²² be-

tween the evolution of purchase power of wages and the evolution of the intensity of national identification, making plausible the hypothesis that the decrease in real value of salaries has had a lowering impact on the strength of the national identity.

As seen in Table I, all those age-groups from 35 years and up in 2002 lost purchasing power during the period. Those below 29 years old in 2002, who were by then at the beginning of their employment life, were the only age group that did not experience this general loss of purchasing power of wages. In comparative terms, those individuals who

age groups (20-34, 35-49 and 50-64) and therefore, those up to the age of 79 in 2015 are included. This oldest age group (from 50 to 64 years of age in 2002) is the one that had experienced the biggest drop of their purchasing power during the period and also the biggest decrease of their feeling of closeness to other Spaniards. Five-year age brackets were chosen, excluding those over the age of 55 in 2002, so that this effect of decrease of purchasing power, upon entering the retirement age, not attributable to the crisis, would have less impact on the set of results.

ing of closeness and the year. The *chi squared* (X^2) test indicates that the null hypothesis (that the distribution is equal in 2002 and 2015) may be rejected with a confidence margin of 99%.

²² The correlation is even greater ($r=0.85$) if using larger

TABLE 1. *Evolution of purchasing power of wages by age groups*

Age group in 2002	Mean gross annual salary in 2002 (A)	Age group in 2015	Mean gross annual deflated salary in 2015 (B)	Salary evolution S = (B-A)/A %
20-24	12.107.40	35-39	16.789	38.67
25-29	15.594.73	40-44	18.169	16.51
30-34	18.646.67	45-49	18.788	0.76
35-39	20.703.60	50-54	19.437	-6.12
40-44	22.299.87	55-59	20.583	-7.70
45-49	23.819.86	60-64	18.527	-22.20
50-54	25.444.69	65-69	12.454(*)	-51.05

(*) Retirement pension.

Source: Wage Structure Survey (INE) 2002 and 2015; Evolution of the CPI (INE); Social Security Statistics. Author's own elaboration.

TABLE 2. *Evolution of feeling of closeness to Spaniards by age group*

Age group in 2002	Mean of closeness to Spaniards in 2002 (C)	Age group in 2015	Mean of closeness to Spaniards in 2015 (D)	Identity evolution I = (D-C)/C %
20-24	3.095	33-37	3.186	2.94
25-29	3.186	38-42	3.301	3.61
30-34	3.372	43-47	3.205	-4.97
35-39	3.223	48-52	3.300	2.38
40-44	3.283	53-57	3.233	-1.52
45-49	3.246	58-62	3.360	3.51
50-54	3.476	63-67	3.273	-5.85

Source: EURONAT EB 57.2 and BRIE 36. Author's own elaboration.

in 2015 had reached retirement age were those who suffered the biggest income loss, but this decrease cannot be attributed to the crisis but to retirement.

Other factors intervene in the crisis' impact on national identity, such as the perception of the economic situation, the ideology, age, gender, education level and social status. This can be seen in the results of the logistic regression analysis based on data from Regional Barometers of the CIS, conducted in 2005 and 2012, shown in Table III.

As initial step, a multi-level logistic regression was conducted using the year as

the sole independent variable, confirming a statistically significant decline in the pride of being Spanish in 2012 as compared to 2005. When variables on perception of the Spanish and regional economies were included in the model, the year was no longer found to be significant. That is, it is plausible that the decline in pride is at least partly due to the deterioration of the economic situation as perceived by the citizens. In the model shown in Table III, distinct sociodemographic control variables are included. The model confirms that there is a robust correlation between the individual's perception of the country's economic situation and the Spa-

TABLE 3. Influence of subjective perceptions regarding the economic situation on Spanish national identity: multilevel logistic regression (2005-2012)

Fixed part	Coef.	t	OR
Constant	2.584***	(9.87)	13.25***
2012	0.134	(1.72)	1.143
Spain's economic situation	0.226***	(5.36)	1.254***
Regional economic situation	0.152***	(4.02)	1.164***
Ideology 0-10	0.351***	(22.74)	1.421***
Scale of regional connection	-0.257***	(-10.65)	0.774***
Academic level	-0.183***	(-8.32)	0.832***
Status	-0.0851***	(-3.69)	0.918***
Age	0.0173***	(6.91)	1.017***
Temporary worker	-0.0782	(-1.32)	0.925
Female	0.305***	(5.55)	1.357***
Employment situation			
Active employed (ref. cat.)			
Inactive	0.120	(1.25)	1.128
Active unemployed	-0.0308	(-0.40)	0.970
Student	-0.499***	(-4.29)	0.607***
Variable part: Region			
Var (cons)	1.270**	(2.59)	3.560**
N	15,831		
DIC	9,580.8		

* p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

Dependent variable: Proud to be Spanish, with 1 being very or quite proud and 0 being somewhat or not at all proud.

The independent variables of this study are centered as indicated in Annex 1.

Source: Regional barometers of the CIS 2005 and 2012 (2610, 2956). Author's own elaboration.

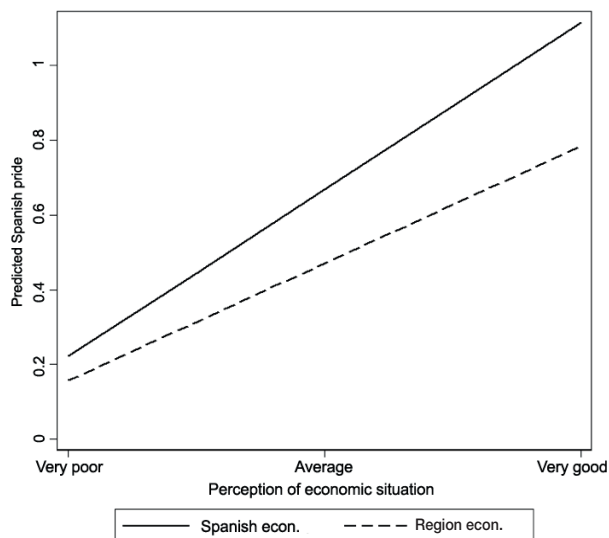
nish identity measured as pride of being Spanish even when controlling the effect of other variables.

So, the better the evaluation of the Spanish economic situation, the more likely that an individual will feel proud to be Spanish, with a rate of 1.25. That is, for every increase in the assessment of Spain's economic situation, from 1 (very bad) to 5 (very good), the probability of feeling proud to be Spanish increases by 20%. Or, the other way round, for every one-point decrease in the assessment of the economic situation, the probability of feeling proud to be Spanish decreases by 20%. The average assessment of Spain's economic situation decreased by 1.4 points between 2005 and 2012, from a quite

good (with a mean of 2.9) to a bad or very bad one (with a mean of 1.5), and this corresponds to a predicted decrease in the probability of feeling proud to be Spanish of 28%. Graph 2 shows the predicted values of pride of being Spanish based on the evaluation of the national and regional economic situation, maintaining the other variables in their central value (see Annex 1). Both the graph and the table reveal that the perception of the economic situation affects the feeling of pride: the worse the assessment of the economic situation, the lower the probability of feeling proud to be Spanish.

Among other sociodemographic variables correlating positively with the probability of feeling proud to be Spanish, the position

GRAPH 2. Predicted values of Spanish pride for distinct assessments of the economic situation in Spain and the region (based on multi-level logistic regression shown in Table III)



Source: EB 57.2 and BRIE 36. Author's own elaboration.

on the ideological scale is of special relevance, as the further to the right, the greater the probability; age and gender have also a significant weight: women and older people are more frequently found among those feeling proud to be Spanish, compared with men and younger individuals. On the other hand, education level and social status have a negative correlation with pride of being Spanish. The same negative correlation can be found with the strength of the emotional bond with the region: those residing in the same region where their mother or father was born feel less proud to be Spanish as compared to those who emigrated (themselves or one of their parents).

Changes in the nature of the natural identity

The evolution of the features of the Spanish national identity during the period 2002 to 2015, is analyzed here using the results of a question which asks for the degree of agree-

ment with the sentence "I feel Spanish because I share... with other Spaniards", completing the sentence with a list of items that may be classified *a priori* as cultural (language, customs, history, etc.) or civic (political system, social security, economy, rights and duties, etc.) according to the classic distinctions²³. However, the battery of used items includes others that do not fit as clearly into any of these two dimensions, and that may be labelled as symbolic, such as the flag or the anthem.

A descriptive exploration (Graph 3) reveals that all the elements making up identity have lost power of attachment, but the decrease is very uneven, with a greater loss in those elements that are related to civic and symbolic identity: common borders, national independence, the political and legal system, the

²³ We reiterate that there is no commonly accepted catalog according to which we can assign each of the items of our battery to one of these dimensions (ethnic-cultural vs. civic).

TABLE 4. Mean value of the degree of identification with each item 2002-2015: "I feel Spanish because I share ... with other Spaniards". Scale: 1 (strongly disagree) to 4 (strongly agree)

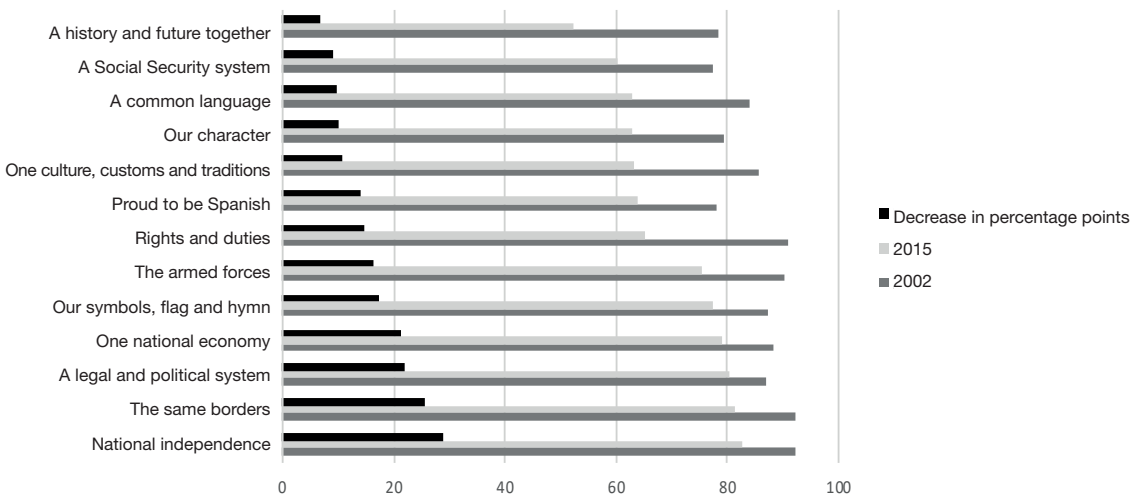
	2002	2015	Difference
The same borders	3.39	2.81	-0.57
National independence	3.11	2.55	-0.56
A political and legal system	3.26	2.76	-0.50
One national economy	3.27	2.81	-0.46
Rights and duties	3.37	3.01	-0.36
Symbols: flag, anthem...	3.09	2.77	-0.32
The armed forces	3.13	2.83	-0.30
One common language	3.47	3.20	-0.27
A Social Security system	3.33	3.08	-0.25
Pride in being Spanish	3.12	2.88	-0.24
Our character	3.32	3.09	-0.23
One culture, customs and traditions	3.39	3.18	-0.22
A history and future together	3.29	3.11	-0.18

Source: EB 57.2 and BRIE 36. Author's own elaboration.

national economy, shared rights and duties, the flag and the anthem. The Social Security system is an exceptional case: it is the only "civic" item that has lost very little identifying strength in these years. The items related to

cultural identity are those that have lost less attachment and, thus, these elements linked to an ethnic-cultural identity have increased its importance as compared to those referring to civic identity.

GRAPH 3. Evolution based on the sentence: "I feel Spanish because I share... with other Spaniards" Percentage of high or quite high agreement in 2002 and 2015. Items ordered based on decrease in percentage points (from lower to higher).



Source: EB 57.2 and BRIE 36. Author's own elaboration.

TABLE 5. *Dimensions of Spanish national identity: principal components factor analysis*

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Culture		0.616	
Language		0.607	
History		0.580	
Political system	0.603		
Rights and duties	0.668		
Wellbeing	0.672		
Economy	0.668		
Armed forces	0.503		0.511
Pride			0.695
National independence			0.571
Character			
Borders			
Explained variance	41%	30%	30%

N=1.717. Factorial loads over 0,50. Varimax Rotation.

Source: Euronat 57.2 and BRIE 36. Author's own elaboration.

In 2002, three of the elements that may be considered civic appeared amongst the five causing the highest attachment –the Social Security system, the existence of common rights and duties and the borders–, whereas in 2015, the only civic element that continued amongst the top five was that referring to Social Security; and, given their lower decrease, the following had gained positions: “history and joint destiny” and “our nature”.

This same lowering is shown in Table IV, which presents the evolution of the level of attachment to each item, on a scale from 1 to 4.

A more thorough exploration through factor analysis of principal components allows us to determine the relationship between the items, making up different dimensions of national identity. Once those dimensions have been identified, the analysis compares their evolution between 2002 and 2015 among the different sociodemographic groups.

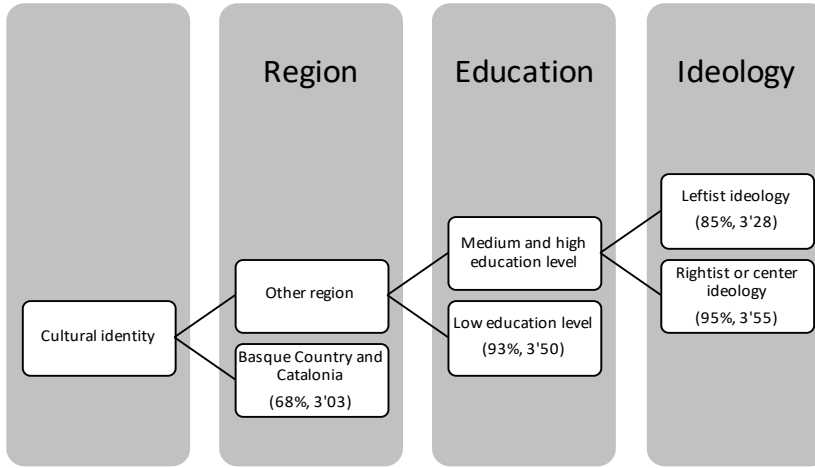
The factor analysis shown in Table V has been carried out on the aggregate EURONAT EB57.2 and BRIE 36 database, maintaining only those items with factorial loads excee-

ding 0.50 and that are found in both the results from 2002 and 2015, analyzed separately²⁴. The first factor, that explaining the largest percentage of the variance (41%) coincides *grosso modo* with the so-called civic identity. However, given the specific content of the battery of questions used, it should actually be labelled the political-economic factor. This factor explains the biggest variability in both 2002 (38%) as well as in 2015 (42%), and it is formed by the following items: the political and legal system, common rights and duties, the Social Security system and the national economic system. The second factor, which explains 30%²⁵ of the variance, can be defined as cultural, and includes language and culture. Finally, pride of being Spanish and attachment to symbols appear as a differentiated factor, that explaining the lowest amount of variance, 29%. It

²⁴ In this way, we ensure the equivalence in meaning of the identity dimensions on both dates.

²⁵ In 2002 this factor explained 33% of the variance and 30% in 2015.

GRAPH 4. Sociodemographic variables discriminating homogenous groups of the population with respect to cultural identity: percentages of the population and mean assessment on a scale of 1 to 4, in parenthesis.



Source: EURONAT EB 57.2 and BRIE 36. Author's own elaboration (CHAID analysis in STATA). Mean on a scale of 1 (strongly disagree with the importance of the items included in the cultural factor) to 4 (strongly agree).

should be clarified that these factors are not mutually exclusive as most interviewees in both 2002 and in 2015 combined cultural and political-economic dimensions in their national identity²⁶. However, during the analyzed period, the number of individuals whose national identity was self-explained by their attachment to political-economic dimensions decreased more than those attached to the cultural or symbolic aspects. While those attached to only one of the identified dimensions have increased.

Thus, it may be deduced that elements related to welfare and economy and especially the former, are very relevant in the forming and maintaining of the attachment of Spanish population to national identity. And although many of the items that are considered civic (labelled as political-economic in this factor

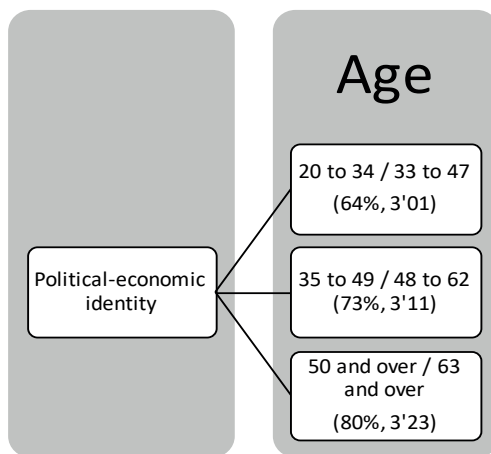
analysis) have decreased their weight between 2002 and 2015, they continue to be key elements of the Spanish national identity. This also supports the hypothesis regarding the importance of living conditions on the strength or extension of national identity.

An analysis of segmentation (Escobar, 1998) that introduces sociodemographic control variables —age, gender, occupation, ideology, education level and region²⁷— detects the relative importance of each of these variables on each identity type. As for cultural identity (Graph 4), as expected region is the most discriminating variable, with the percentage of individuals holding this type of Spanish identity being the lowest in Catalonia and the Basque Country. In the rest of the country, we find two other discriminating variables: education level and ideology. The first acts against cultural identity, that is, this

²⁶ 94% of the sample in 2002 and 89% in 2015 combined the cultural and political-economic dimensions in their national identity. 96% in 2002 and 92% in 2015 combined the cultural and symbolic dimensions. And 84% in 2002 and 70% in 2015 combined the symbolic and political-economic dimensions.

²⁷ As for the regions, only those that included more than 100 cases in the collective joint database were included, that is, Andalusia, Castilla-La Mancha, Catalonia, Galicia, Madrid, Valencia and Basque Country.

GRAPH 5. Sociodemographic variables discriminating homogenous groups of the population with respect to their political-economic identity: percentages of the population and mean assessment on a scale of 1 to 4, in parenthesis



Source: EURONAT EB 57.2 and BRIE 36. Author's own elaboration (CHAID analysis in STATA). Mean on a scale of 1 (strongly disagree with the importance of the items included in the cultural factor) to 4 (strongly agree).

type of national identity is weaker among those more educated. As for ideology, the cultural identity is stronger among those who place themselves on the right of the political spectrum.

Regarding political-economic national identity, age is the only variable that discriminates, with this type of identity being the most present in older individuals (Graph 5). On the other hand, ideology is the only relevant variable that discriminates with respect to symbolic identity (Graph 6). This result is coherent given the reluctance of the Spanish left to exhibit national symbols (flag, anthem) since transition to democracy (Ruiz Jiménez *et al.*, 2017).

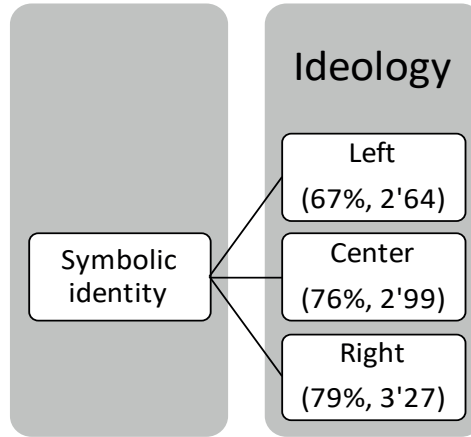
In summary, during the analyzed period, a bigger decrease has taken place in the civic components as compared to the cultural ones, implying a certain shift in Spanish national identity towards a more ethnic-cultural identity. However, the elements linked to welfare continue to be essential in the creation and maintenance of national identity.

CONCLUSION

The aim of this study has been to examine the plausibility of the hypothesis that suggests the influence of economic elements on national identity and, therefore, highlights the impact of the economic crisis on the strength and nature of this identity.

Spanish national identity has weakened slightly but significantly over the analyzed period (2002 to 2015) and it is plausible that a part of this decrease is due to the economic crisis experienced by the country since 2008 —whose effects had not yet to completely disappeared in 2015— and its impact on wellbeing. The result of the correlation between the evolution of the purchasing power of wages, by age groups, and the evolution of the extension of Spanish national identity in these cohorts, allows us to sustain the hypothesis with regard to this impact. The influence of economic crisis is mediated by elements of perception, opinion and ideology, in addition to sociodemographic variables such as education,

GRAPH 6. Sociodemographic variables discriminating homogenous groups of the population with respect to their symbolic identity: percentage of the population and mean assessment on a scale of 1 to 4, in parenthesis



Source: EURONAT EB 57.2 and BRIE 36. Author's own creation (CHAID analysis in STATA). Mean on a scale of 1 (strongly disagree with the importance of the items included in the cultural factor) to 4 (strongly agree).

age, gender or social status, and obviously, by the geographic variable. During the analyzed period, civic components of national identity have deteriorated —including the feeling of sharing a common economy with all Spaniards— more than cultural elements. In other words, the number of Spaniards who maintain a strong national Spanish identity decreased during the crisis and among them the cultural aspects gained weight while the civic ones lost influence.

This result does not inform about the impact of other non-economic factors, be it ideological or political, on the weakening of Spanish national identity during the period, but it does reveal the need to take into account the economic variables in the analysis of the evolution of national identities. These economic variables have been until now virtually absent in quantitative studies.

BIBLIOGRAPHY

Andersen, Robert and Fetner, Tina (2008). "Economic Inequality and Intolerance: Attitudes to-

ward Homosexuality in 35 Democracies". *American Journal of Political Science*, 52(4): 942-958.

Blas, Andrés de (2001). "Identidad y conciencia nacional española". In: Ribot García, L. A.; Valdeón Baroque, J. and Villares, R. (eds.). *Año mil, año dos mil: dos milenios en la historia de España*. Madrid: Sociedad Estatal España Nuevo Milenio.

Bollen, Kenneth and Díez Medrano, Juan (1998). "Who Are the Spaniards? Nationalism and Identification in Spain". *Source: Social Forces*, 77(2): 587-621.

Brown, David (1998). "Why Is the Nation-State so Vulnerable to Ethnic Nationalism?". *Nations and Nationalism*, 4(1): 1-15.

Brubaker, Rogers (1992). *Citizenship and Nationhood in France and Germany*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Brubaker, Rogers (2011). "Economic Crisis, Nationalism and Politicized Ethnicity". In: Calhoun, C. and Derluguian, G. (eds.). *The Deepening Crisis. Governance Challenges After Neoliberalism*. New York: New York University Press.

Crane, George T. (1998). "Economic Nationalism: Bringing the Nation Back In". *Millennium - Journal of International Studies*, 27(1): 55-75.

Cussó, Roser; García, Lluís and Grande, Inma (2018). "The Meaning and Limitations of the Subjective

- National Identity Scale: The Case of Spain". *Ethnopolitics*, 17(2): 165-180.
- Deutsch, Karl W. (1964). "The Price of Integration". In: Jacob, P. E. and Toscano, J. V. (eds.). *The Integration of Political Communities*. Philadelphia: Lippincott.
- Díez Medrano, Juan and Gutiérrez, Paula (2001). "Nested Identities: National and European Identity in Spain". *Ethnic and Racial Studies*, 24(5): 753-778.
- Escobar, Modesto (1998). "Las aplicaciones del análisis de segmentación: el procedimiento Chaid". *Empiria*, 1: 13-49. Madrid.
- Fusi, Juan Pablo (2001). "España: la evolución de la identidad nacional". In: García de Cortázar, F. (ed.). *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales.
- Greenfeld, Liah and Chirot, Daniel (2014). "Nationalism and Aggression". *Theory and Society*, 23(1): 79-103.
- Guinjoan, Marc and Rodon, Toni (2016). "A Scrutiny of the Linz-Moreno Question". *Plubius: The Journal of Federalism*, 46(1): 128-142.
- Hadler, Markus; Tsutsui, Kiyoteru and Chin, Lynn G. (2012). "Conflicting and Reinforcing Identities in Expanding Europe: Individual- and Country-Level Factors Shaping National and European Identities, 1995-2003". *Sociological Forum*, 27(2): 392-418.
- Harris, Marvin (1979). *El materialismo cultural*. Madrid: Alianza Editorial.
- Hettne, Björn (1993). "Ethnicity and Development: An Elusive Relationship". *Contemporary South Asia*, 2(2): 123-149.
- Isernia, P.; Fikey, I.; Serricchio, F. and Westle, Bettina (2012). "But Still It Does Not Move: Functional and Identity-Based Determinants of European Identity". In: Sanders, D.; Magalhaes, C. and Tóka, G. (eds.). *Citizens and the European Polity: Mass Attitudes towards the European and National Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Keating, Michael (2001). *Nations against the State. The New Politics of Nationalism in Quebec, Catalonia and Scotland*. New York: MacMillan Press.
- Keskinen, Suvi; Norocel, Ov, Cristian and Jorgensen, Martin Bak (2016). "The Politics and Policies of Welfare Chauvinism under the Economic Crisis". *Critical Social Policy*, 36(3): 321-329.
- Máiz, Ramón (2003). "Framing the Nation: Three Rival Versions of Contemporary Nationalist Ideology". *Journal of Political Ideologies*, 8(3): 251-267.
- Martínez-Herrera, Enric (2002). "From Nation-Building to Building Identification with Political Communities: Consequences of Political Decentralisation in Spain, the Basque Country, Catalonia and Galicia, 1978-2001". *European Journal of Political Research*, 41(4): 421-453.
- McEwen, Nicola (2006). *Nationalism and the State*. Brussels: PIE-Peter Lang.
- Miller, D. (2000). *Citizenship and National Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Muñoz, Jordi (2012). *La construcción política de la identidad española: ¿del nacionalcatolicismo al patriotismo democrático?* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Nieves, Arturo de and Diz, Carlos (2019). "Dual Identity? A Methodological Critique of the Linz-Moreno Question as a Statistical Proxy of National Identity". *Revista Española de Ciencia Política*, 49: 13-41.
- Ruiz Jiménez, Antonia M. (2007). "Los instrumentos de medida de las identidades en los estudios del CIS y el Eurobarómetro: problemas de validez de la denominada escala Moreno". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 117: 161-182.
- Ruiz Jiménez, Antonia M.; Gorniak, Jaroslaw Jozef; Koscic, Ankica; Kiss, Paszkal and Kandulla, Maren (2004). "European and National Identities in EU's Old and New Member States: Ethnic, Civic, Instrumental and Symbolic Components". *European Integration - Online Papers*, 8(11): 1-37.
- Ruiz Jiménez, Antonia M.; Navarro Ardoy, Luis and Ferri Fuentesvilla, Elena (2017). "Patriotas sociales. La izquierda ante el nacionalismo español". *Papers. Revista de Sociología*, 102(3): 421-448.
- Shayo, Moses (2009). "A Model of Social Identity with an Application to Political Economy: Nation, Class, and Redistribution". *American Political Science Review*, 103(2): 147-174.
- Shulman, Stephen (2002). "Challenging the Civic/Ethnic and West/East Dichotomies in the Study of Nationalism". *Comparative Political Studies*, 35: 554-585.
- Smith, Anthony (1991). *National Identity*. London: Penguin Books.
- Solt, Frederick (2011). "Diversionary Nationalism: Economic Inequality and the Formation of National Pride". *The Journal of Politics*, 73(03): 821-830.

Westle, Bettina (2003). "Europäische Identifikation im Spannungsfeld Regionaler und Nationaler Identitäten: Theoretische Überlegungen und Empirische Befunde". *Politische Vierteljahresschrift*, 44(4): 453-482.

Wright, Matthew (2011). *Diversity and the Imagined Community: Immigrant Diversity and Conceptions of National Identity*. *Political Psychology*, 32(5): 837-862.

RECEPTION: August 06, 2018

REVIEW: March 01, 2019

ACCEPTANCE: July 30, 2019

ANNEX 1. TRANSFORMATIONS OF VARIABLES IN THE CIS AUTONOMIC BAROMETERS

Variable used	Original question	Original coding	Recoding	Descriptors (recoded)	Central value
Spanish pride	Q17 (CIS 2610) Q19 (CIS 2956)	1-Very proud 2-Considerably 3-Little 4-Not at all proud 8-NS 9-NC	1-Spanish pride (1, 2) 0- No Spanish pride (3, 4) Losses=8, 9	Mean: 0.85 S.D.: 0.35	-
Perception of the Spanish economic situation	Q2 (CIS 2610) Q2 (CIS 2956)	1-Very good 2-Good 3-Average 4-Poor 5-Very poor 8-NS 9-NC	Inverse coding 1-Very poor 2-Poor 3-Average 4-Good 5-Very good Lost=8/9	Mean: 2.097 S.D.: 0.980	3
Perception of the regional economic situation	Q4 (CIS 2610) Q4 (CIS 2956)	1-Very good 2-Good 3-Average 4-Poor 5-Very poor 8-NS 9-NC	Inverse coding 1-Very poor 2-Poor 3-Average 4-Good 5-Very good Lost=8/9	Mean: 2.342 S.D.: 0.986	3
Scale of ideological self-positioning	Q42 (CIS 2610) Q40 (CIS 2956)	0-Left (1-Left CIS 2610) 10-Right 98-NS 99-NC	0-Left 10-Right Lost=98/99	Mean: 4.611 S.D.: 1.998	5
Scale of connectedness	Q40 (CIS 2610) Q38 (CIS 2956)	1 to 20 Region by alphabetical order and foreign	1-Not born in the region of residence 2-Born in the region of residence and of father (not mother's) 3-Born in the region of residence and of the mother (father is indifferent) 4-Born in the region of residence, mother and father's	Mean: 2.757 S.D.: 1.413	4
Education level	EDUCATION (CIS 2610) EDUCATION (CIS 2956)	1-No studies 2-Primary school 3-Secondary school 4-Professional training 5-University studies 6-Higher degrees	Idem	Mean: 3.013 S.D.: 1.461	3
Socio-economic status	STATUS (CIS 2610) STATUS (CIS 2956)	1-Upper/mid-upper classes 2-New middle class 3-Old middle class 4-Skilled laborers 5-Unskilled laborers 9-NC	Inverse coding: 1- Unskilled laborers 2- Skilled laborers 3- Old middle class 4- New middle class 5- Upper/mid-upper classes Lost=9	Mean: 2.944 S.D.: 1.326	2
Age	Q47 (CIS 2610) Q45 (CIS 2956)	18 to 97	Idem.	Mean: 46.854 S.D.: 17.889	45
Female	Q46 (CIS 2610) Q44 (CIS 2956)	1-Male 2-Female	1-Female 0-Male	Female: 50.88% Male: 49.12%	-
Temporary	Q53 (CIS 2610) Q52 (CIS 2956)	1-Stable employee 2-Temporary employee 3-Entrepreneur or professional with employees 4-Professional or self-employed 5-Family assistance 6-Cooperative member 7-Other 9-NC	1-Temporary (2, 4, 5, 6, 7) 0-Not temporary (1, 3) Lost=9	Temporary: 37.55% Not temporary: 62.45%	-
Employment situation	Q51 (CIS 2610) Q50 (CIS 2956)	1-Works 2-Retired or pensioner (worked previously) 3-Pensioner (previously did not work) 4-Unemployed and has not worked 5-Unemployed and seeking first employment 6-Student 7-Unpaid domestic worker 8-Other situation 9-NC	1-Active employed (1) 2-Inactive (2, 3, 7) 3-Unemployed active (4, 5) 4-Student (6) Lost=9	Active employed: 45.43% Inactive: 33.00% Active unemployed: 16.84% Student: 4.73%	-