



# UNIVERSIDAD DE GRANADA

FACULTAD DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Memoria de Trabajo de Fin de Grado

Análisis de la imagen estereotipada del pueblo ruso en la  
cultura española: un estudio sociológico contrastivo

Curso 2019/2020

Autora

**Nicole Michelle Prado Posada**

Tutor

**Enrique Quero Gervilla**



## Índice

<b>1. Resumen.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Motivación y objetivos.....</b>	<b>1</b>
<b>3. Metodología y proceso.....</b>	<b>1</b>
<b>4. Resultados y conclusiones.....</b>	<b>3</b>

## **1. Resumen**

Este estudio sociológico versa sobre la imagen estereotipada del pueblo ruso en España. Rusia y España son países separados por una gran distancia (configuran las fronteras de Europa), por lo tanto, el contacto entre las sociedades de ambos países a lo largo del tiempo ha sido escaso. La globalización ha permitido que esto cambie y en la actualidad el flujo de migrantes y de turistas crece rápidamente. A pesar de que este contacto entre ambas sociedades sea relativamente reciente, Rusia ha estado siempre muy presente en España, ya sea a través del cine, de la prensa, de la literatura o de la educación. Este estudio analiza con un enfoque actual la percepción del pueblo ruso por la población española. Se focaliza en la imagen estereotipada que ha sido transmitida por los medios de comunicación y el cine, así como en la función que desarrollan estos estereotipos en la sociedad. A través de la encuesta en línea realizada a 443 ciudadanos españoles, se analiza cómo se configura exactamente la idea del pueblo ruso en el imaginario del colectivo español.

## **2. Motivación y objetivos**

La importancia de la redacción y del enfoque que escogen los profesionales de la información es primordial para la percepción de una realidad lejana. A día de hoy podemos saber qué está sucediendo en cualquier parte del mundo en directo gracias a la tecnología y a Internet. Sin embargo, la información presentada en los medios de comunicación puede ser imprecisa. La elección de palabras, adjetivos y verbos para reflejar una realidad muchas veces está condicionada por intereses económicos o políticos. La motivación que mueve este estudio es comprender el enfoque que se ha dibujado a lo largo de la historia en España al presentar información sobre la sociedad rusa y la imagen en la que ha resultado en la actualidad. Asimismo, este estudio trata de comprender en qué medida los estereotipos son fijos en el tiempo y en qué medida favorece o no el contacto directo con la otra cultura.

Los objetivos específicos de este trabajo consisten en determinar exactamente qué idea es la que reside en el colectivo español en cuanto a tres aspectos socioculturales de la sociedad rusa. Estos son en relación a su carácter, su sentido del humor, el sentimiento patriótico y el consumo de alcohol. Del mismo modo, este trabajo tiene por objetivo analizar cómo trasciende esta imagen negativa en la sociedad española a través de los medios de comunicación. Además, trata de definir, con rasgos generales, la imagen total, ya sea positiva o negativa, que reside en España sobre este pueblo.

## **3. Metodología y proceso**

Para llevar a cabo este estudio, se ha definido una metodología precisa que podemos dividir en varias fases. En primer lugar, estudiamos la imagen que se percibe de la población rusa en España. Para esto, analizamos la temática relacionada con la sociedad rusa en medios de comunicación, contenido audiovisual de ocio, manuales de lengua, literatura, contenido publicitario, documentales, contenido de agencias de viajes, etc. Comprobamos que la imagen reflejada de este pueblo era, en líneas generales, negativa.

A continuación, definimos los aspectos socioculturales que comportaban este estereotipo y escogimos los más reiterados, y por lo tanto los más arraigados, para acotar el objeto de estudio. Así pues, nuestro objetivo era comprobar la repercusión de esta imagen en la sociedad española. El estereotipo que

analizamos constaba de tres elementos: el carácter ruso y el poco sentido del humor, el patriotismo y el consumo de alcohol.

Una vez definido el objeto de estudio, pasamos a redactar la encuesta que nos proporcionaría esta información. Para que el resultado de la encuesta fuera significativo eran necesarias al menos 400 respuestas y que estas estuvieran proporcionalmente repartidas por sexo, edad y zona geográfica en el territorio español. Esto era decisivo a la hora de configurar el formato y contenido de la encuesta ya que los participantes eran voluntarios y debía ser fácil y rápida de contestar. Escogimos los formularios de Google para poder enviar la encuesta a través de la mensajería instantánea y dividimos el formulario en dos partes: la primera para conocer el perfil del encuestado y la segunda para conocer la imagen que albergaba del pueblo ruso. En la primera parte se solicitaba la edad, el sexo, la zona geográfica, los estudios, la profesión y si había estado en Rusia alguna vez. En la segunda parte, realizamos 9 preguntas de respuesta binaria (sí o no) y una abierta. Con las 9 preguntas tratamos de obtener la información sobre los tres aspectos socioculturales que habíamos escogido. Para ello redactamos preguntas neutrales e incluso se dividieron en dos cuestiones a la hora de preguntar por un aspecto muy específico para no influenciar en la respuesta del encuestado. Por ejemplo, para la pregunta del consumo de alcohol, primero se cuestionó por el consumo de alcohol en general y después sobre el alcoholismo. Con respecto a la pregunta abierta, *desde su punto de vista ¿qué tres adjetivos definen su imagen sobre el pueblo ruso?*, las respuestas han sido decisivas a la hora de extraer conclusiones. Con la gran participación que obtuvimos, pudimos hacer un análisis exhaustivo que, complementado con el perfil del encuestado, arrojó datos muy interesantes.

Paralelamente a la recopilación de respuestas, se realizó una tarea de documentación en profundidad sobre los estereotipos como fenómeno sociológico. Conocer exactamente qué eran los estereotipos, cómo se formaban y para qué servían era una parte fundamental para poder llevar a cabo esta investigación. Debíamos conocer cuál era la razón de ser de este fenómeno y cuáles eran las causas para la reiteración masiva de verdades no contrastadas. Así pues, hicimos una exhaustiva búsqueda para proporcionar un marco teórico en el que se recogieran los apartados necesarios para más tarde tratar con precisión los datos obtenidos de la encuesta. Este fenómeno aparece por primera vez en España definido en 1917, pero no es hasta 1922 en Estados Unidos que se estudia y analiza con un enfoque sociológico. Desde su aparición hasta la actualidad, la definición ha sufrido modificaciones y se han desarrollado varios enfoques desde los que se puede tratar su funcionalidad. Luego recogimos los más pertinentes por la relación que guardaba con el objeto de estudio y formulamos el marco teórico.

La encuesta contó con la participación de 443 personas. Esto ha sido muy significativo para el estudio ya que se han reflejado multitud de ideas. Una vez obtenidas las respuestas, podíamos proceder a realizar el análisis. Se estudiaron las respuestas de forma general, teniendo en cuenta las respuestas de la muestra total. Pero también se analizaron los datos por grupos de sexo, edad o zona geográfica, en el caso de que los datos fueran relevantes para la investigación. Este análisis va acompañado de ejemplos de la prensa española en los que se reflejan el estereotipo que la hipótesis de partida plantea. Igualmente, contrastamos las respuestas de una misma pregunta por grupos para analizar la evolución y variabilidad de este fenómeno.

#### 4. Resultados y conclusiones

Los resultados que hemos obtenido de este estudio son muy significativos y las conclusiones a las que nos han llevado son de gran valor. Con la alta participación y la pregunta abierta de los adjetivos, obtuvimos datos muy interesantes que permitieron realizar un análisis profundo.

Tal y como la hipótesis de partida planteaba, a ojos de los españoles el pueblo ruso es frío, patriótico y gran consumidor de alcohol. Los adjetivos que definen la sociedad rusa por la española son: fríos, serios y trabajadores. Así pues, confirmamos que el carácter ruso es percibido como frío y serio. Sin embargo, los ciudadanos españoles consideran que sí se puede bromear con los ciudadanos rusos. Por esto, el poco sentido del humor reflejado por la prensa española que configura el estereotipo transmitido no parece haber tenido la repercusión esperada en el pueblo español. Seguidamente, analizamos el aspecto relacionado al patriotismo. Según los encuestados, este pueblo se siente orgulloso de su país y es patriótico. Así pues, la hipótesis de partida queda confirmada. Por último, en relación al consumo de alcohol, la percepción es que la sociedad rusa es una gran consumidora de alcohol, pero esto no lleva al alcoholismo. Observamos que, a pesar del estereotipo usado por los medios españoles, este aspecto tampoco ha tenido un gran efecto.

Aunque los estereotipos sean, mayoritariamente, fijos e invariables, pudimos apreciar los cambios en la percepción de la realidad de las nuevas generaciones. Estas se preocupan por la igualdad de género y por esto tienen una imagen negativa de la sociedad rusa. Utilizan palabras como «machistas» y «homóforos» para definirlos. Esto se diferencia de la percepción que tienen los encuestados de mayor edad, quienes tienen una imagen muy positiva de este pueblo.

Ciertamente, confirmamos que entre el colectivo español existe una imagen negativa del pueblo ruso. Sin embargo, no solo existe esta imagen negativa, sino que también hay una muy positiva de esta sociedad. Además de confirmar los aspectos socioculturales que cuestionábamos (el carácter frío, el patriotismo y el consumo de alcohol), también se reflejaron múltiples aspectos a través de la pregunta abierta de los adjetivos. Así, los resultados afirman que el pueblo ruso es percibido por el español como trabajador, amable e inteligente.

Tras el estudio, podemos describir dos realidades. Por un lado, si el encuestado no se había formado una imagen de este pueblo antes de entablar amistad con un ciudadano ruso, basaba su percepción de todos los ciudadanos en esta persona. Por otro lado, si el encuestado se había formado una imagen de este pueblo antes de entrar en contacto con él (al visitar el país o al entablar una amistad con un ciudadano ruso), prevalecía la percepción que configuraba el estereotipo. De esta manera, no se contrasta la información del estereotipo con la realidad y se condena a este fenómeno a la perpetuidad, haciéndolo en gran medida, fijo e invariable.

En conclusión, hemos confirmado la existencia de la imagen estereotipada del pueblo ruso en España con matices tanto negativos como positivos y hemos comprobado que existe una ligera evolución del estereotipo que va en sintonía con las prioridades de las nuevas generaciones. A pesar del gran carácter fijo e invariable que posee este fenómeno, la imagen transmitida por los medios, que es mayoritariamente negativa a lo largo de la historia, ha resultado no tener un impacto total sobre los ciudadanos españoles.



# UNIVERSIDAD DE GRANADA

FACULTAD DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Trabajo de Fin de Grado

Curso 2019/2020

Título

Análisis de la imagen estereotipada del pueblo ruso en la cultura española: un estudio sociológico contrastivo

Autora

**Nicole Michelle Prado Posada**

Tutor

**Enrique Quero Gervilla**





UGR

Universidad  
de Granada

### Declaración de Originalidad del TFG

(Este documento debe adjuntarse cuando el TFG sea depositado para su evaluación)

D./Dña. Nicole Michelle Prado Posada, con DNI  
(NIE o pasaporte) 53942930H, declaro que el presente Trabajo de  
Fin de Grado es original, no habiéndose utilizado fuente sin ser citadas debidamente. De  
no cumplir con este compromiso, soy consciente de que, de acuerdo con la Normativa  
de Evaluación y de Calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada de 20  
de mayo de 2013, esto *conllevará automáticamente la calificación numérica de cero  
[...]independientemente del resto de las calificaciones que el estudiante hubiera  
obtenido. Esta consecuencia debe entenderse sin perjuicio de las responsabilidades  
disciplinarias en las que pudieran incurrir los estudiantes que plagie.*

Para que conste así lo firmo el 17 de junio de 2020 (FECHA)

Firma del alumno

*Nicole*

# Índice

<b>1. Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Metodología</b> .....	<b>2</b>
<b>3. Marco teórico</b> .....	<b>5</b>
3.1. Concepto de estereotipo.....	5
3.2. Configuración y consolidación de los estereotipos.....	6
3.3. Utilidad de los estereotipos .....	6
<b>4. Hipótesis de partida</b> .....	<b>8</b>
<b>5. Análisis</b> .....	<b>9</b>
5.1. ¿Tiene amistades rusas? .....	9
5.2. Desde su punto de vista, ¿qué tres adjetivos definen su imagen sobre el pueblo ruso? .....	10
5.3. ¿Cree que los rusos y las rusas son personas cercanas? .....	14
5.4. ¿Tendría una amistad con un ruso o una rusa? .....	15
5.5. En su opinión, ¿el pueblo ruso tiene un carácter frío? .....	17
5.6. ¿Cree usted que se puede bromear con un ruso o una rusa? .....	18
5.7. ¿Considera que los rusos y las rusas se sienten orgullosas de su país? y ¿cree que tienen un sentimiento patriótico muy fuerte?.....	19
5.8. ¿Cree que el pueblo ruso es un gran consumidor de alcohol? y si en la pregunta anterior ha respondido “sí”, ¿cree que existe un problema de alcoholismo en Rusia? .....	20
<b>6. Conclusiones</b> .....	<b>22</b>
<b>7. Bibliografía</b> .....	<b>24</b>
<b>8. Anexos</b> .....	<b>26</b>
8.1. Ficha técnica de la encuesta.....	26
8.3. Preguntas de la encuesta .....	27
8.4. Tabla de la división del territorio español .....	29
8.5. Resultados de la encuesta.....	30

# 1. Introducción

Este Trabajo de Fin de Grado (TFG) tiene por objeto hacer un análisis de la imagen estereotipada que tiene la sociedad española del pueblo ruso. Los estereotipos culturales: ¿cómo se generan? La influencia de los medios de comunicación y del cine en la consolidación de los estereotipos son puntos clave. En la sociedad globalizada en la que nos encontramos, un hablante medio recibe diariamente una multitud de impacto de imágenes y textos generados por los medios. Este impacto configura la percepción del mundo y de la realidad (Watzlawick, 1979).

Tras un análisis pormenorizado de las noticias generadas en distintos medios audiovisuales españoles (prensa, radio y televisión), hemos podido apreciar que las alusiones a Rusia y a su población son frecuentes. Además, abarcan multitud de temas que generan en el receptor español una imagen estereotipada del país y de sus habitantes (Pirozhenko, en prensa).

La atención de los medios de comunicación españoles por Rusia es extraordinaria. A nivel político es un país muy influyente en Europa y en el mundo, su presencia en la prensa española en la sección internacional es indudable. Sin embargo, las noticias sobre este país abundan también en la sección de cultura y sociedad que trataremos en este TFG. En el estudio sobre la imagen de Rusia en la prensa española *De la Rusia eterna a la Rusia real* (Maliavina, García Bilbao, & Zanetti Durand, 2009), se subraya el carácter privado de los medios de comunicación y la falta de control por un Consejo Audiovisual. Esto hace aún más notable que la información no sea neutral ni objetiva. Siempre pasará por un filtro de intereses ya sean económicos o políticos. Asimismo, encontramos que los grupos mediáticos son cada vez menos y más grandes. La información se concentra en pocas manos y esto lleva a una situación cada vez más parecida al monopolio. Basta con señalar que, si leemos el diario ABC, Qué! o el Ideal, estamos leyendo al mismo grupo.

Por otra parte, la imagen de Rusia que se transmite en las salas de cine españolas es bastante homogénea. En líneas generales consideramos que es una imagen negativa. Rusia se nos presenta como un país donde prolifera la violencia, cuyo pueblo es serio y frío y tiene un comportamiento indolente cuando afronta circunstancias adversas. Esta imagen consolidada a lo largo de los años tiene su origen en los medios audiovisuales de todo el mundo y en la reproducción y proyección que se hace en los medios de comunicación españoles. El país que ha colaborado de forma más decisiva a esa imagen negativa es EE. UU. (Utrilla, 2013). Sobre todo, a raíz del enfrentamiento mantenido a partir de la revolución de 1917 con la URSS, siendo Rusia la heredera conceptual para los españoles de este gran imperio.

Así pues, en este trabajo analizaremos la imagen de Rusia que reside en el colectivo español en la actualidad y nos centraremos en tres aspectos socioculturales: el carácter ruso y el sentido del humor, el consumo de alcohol y el sentimiento patriótico. El objeto de este trabajo es por una parte constatar la pervivencia o no de esos estereotipos configurados durante largo tiempo y por otra comprender la necesidad de dar una imagen más ajustada a la realidad de Rusia y del pueblo ruso, puesto que la ofrecida por una de las fuentes principales de información (los medios de comunicación) es por lo general negativa.

## 2. Metodología

Para llevar a cabo este trabajo, hicimos un primer análisis de la imagen estereotipada del pueblo ruso en la sociedad española y pudimos constatar una serie de cuestiones recurrentes sobre las que los medios proyectaban una cierta imagen negativa, a saber: un carácter frío y serio, cierta apatía, referencias a la violencia y al alcoholismo, la agresividad de la lengua rusa, etc.

Partiendo de este primer análisis, decidimos acotar el campo de estudio de la imagen del pueblo ruso en España para analizar tres cuestiones: el carácter ruso y su frialdad (incluyendo el sentido del humor), el consumo de alcohol y el sentimiento patriótico. Hay un ítem que podemos considerar transversal a todo el estudio: *desde su punto de vista, ¿qué tres adjetivos definen su imagen sobre el pueblo ruso?* Buscábamos, a través de una respuesta abierta, comprender la forma en que los españoles definirían al pueblo ruso. Debemos considerar que no era requisito haber estado en Rusia o conocer a personas rusas para responder a la encuesta. La respuesta a este ítem nos ha permitido analizar otros aspectos socioculturales asociados a las tres cuestiones analizadas.

Una vez que determinamos los aspectos a estudiar, diseñamos la encuesta de la que obtendríamos la información. Para la formulación de la encuesta contamos con la ayuda de África Díaz García, experta en estudios de mercado. Redactamos una encuesta corta y concisa que se divide en dos partes. La primera requería datos al participante para conocer el perfil (sexo, edad, zona geográfica, estudios, profesión y si había estado alguna vez en Rusia). La segunda parte constaba de 10 preguntas que nos servirían para obtener la información acerca de la imagen del pueblo ruso en España. La experta determinó que, para obtener una respuesta significativa de la población española, al menos eran necesarias 400 participaciones. Además, estas debían estar proporcionalmente repartidas por sexo, edad y por todo el territorio español. Dividimos el mapa de España en cuatro áreas como muestra la siguiente imagen.

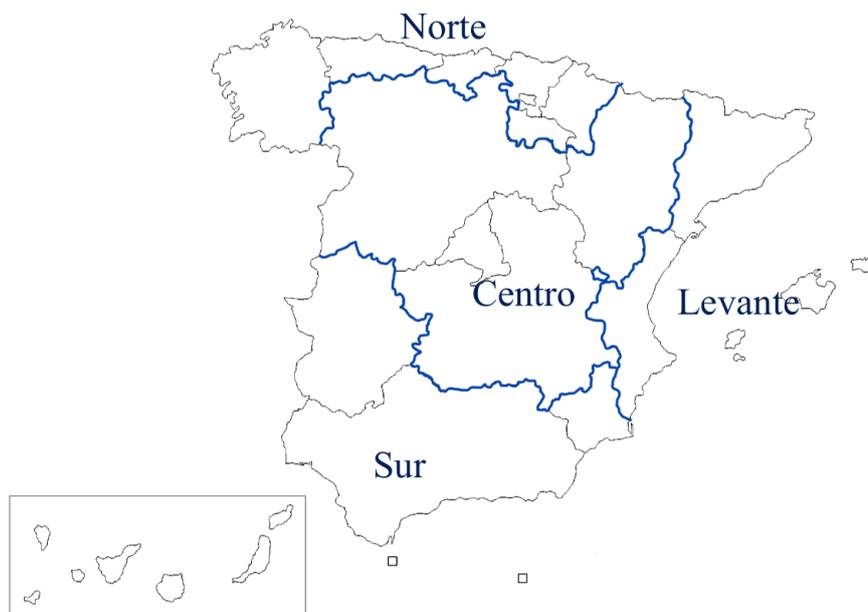


Ilustración 1

Para que las respuestas estuvieran proporcionalmente repartidas se hizo el cálculo que a continuación explicamos. Se sumó la población de las comunidades autónomas que comportaba cada área por sexo y por edad (obtuvimos esta información del Instituto Nacional de Estadística). Por ejemplo, para saber la población del área del levante, que fueran hombres de entre 15 y 24 años se sumó el número de hombres de entre 15 y 24 años de las Islas Baleares, Cataluña y la Comunidad Valenciana.

**Comunidades Autónomas**

**Población por comunidades, edad (grupos quinquenales), Españoles/Extranjeros, Sexo y Año.**  
Unidades:

	BALEARS, ILLES	CATALUÑA	COMUNITAT VALENCIANA	
	Hombres	Hombres	Hombres	
	2019	2019	2019	
<b>15-19 años</b>				
<b>TOTAL</b>	29.230	200.537	128.598	<b>358.365</b>
<b>20-24 años</b>				
<b>TOTAL</b>	30.476	196.126	125.385	<b>351.987</b>
				<b>710.352</b>

**Notas:**

**Fuente:**  
Instituto Nacional de Estadística

El total de hombres de entre 15 y 24 años de la zona del levante es de 710 352. A partir de esta cifra ya podíamos saber el número necesario de encuestados con esas características para que la encuesta, con el objeto de alcanzar 400 participantes, fuera proporcional. Para calcular el número de participantes, se dividió 400 entre el total de la población española mayor de 15 años (39 542 974). Este número se multiplicaba por el número de habitantes por cada zona. Lo mostramos con el mismo ejemplo.

$$400/39\ 542\ 974 * 710\ 352 = 7,185$$

Por lo tanto, aproximadamente 7 hombres del levante de entre 15 y 24 años debían completar la encuesta. De esta manera hicimos el cálculo para todas las zonas, franjas de edad y sexo<sup>1</sup>. La encuesta se lanzó, a través de formularios de Google, el 18 de marzo de 2020 y se cerró el 18 de abril del mismo año.

Mientras se recopilaban los datos, hicimos una exhaustiva búsqueda de material sociológico para poder definir nuestro marco teórico, el cual incluye tres preguntas fundamentales para comprender la existencia de los estereotipos: qué es un estereotipo, cómo se configuran y para qué sirven. Debido al confinamiento por la COVID-19, solo podíamos consultar recursos en línea. Esto dificultó la recopilación de bibliografía ya que varios títulos interesantes para nuestro trabajo solo estaban en versión papel.

<sup>1</sup> La tabla con los resultados se encuentra en el anexo 1

Una vez obtenidas las 443 participaciones, procedimos al análisis de los resultados. Estos se analizaron de forma general, es decir, se analizaron los datos que generó la totalidad de la muestra. Pero también, se estudiaron las respuestas por grupos en el caso de que arrojaran datos interesantes, ya sea por edad, sexo, respuesta positiva o negativa en preguntas concretas, etc. Este análisis va acompañado de elementos visuales para comprender mejor la información. Además, el análisis de los estereotipos se apoya en material de la prensa española actual que complementamos con blogs o vídeos que van dirigidos al público español.

### 3. Marco teórico

#### 3.1. Concepto de estereotipo

El concepto de *estereotipo* tal y como hoy lo conocemos ha sufrido una larga evolución dentro de la literatura científica. Por estereotipo entendemos un conjunto de rasgos asociados a un grupo social (Tajfel H. , 1969). Originalmente, la palabra *estereotipo* solo formaba parte del léxico técnico de la imprenta; sin embargo, hoy en día, ha pasado a tener un uso extendido en el ámbito de la sociología. Así, *estereotipo* designa a una plancha utilizada en estereotipa (tipo de imprenta que consiste en la reutilización de un mismo molde), según la RAE a día de hoy y según Alemany y Bolufer en 1917. En este último, aparece por primera vez en un diccionario de la lengua española, la acepción de estereotipo que en este trabajo trataremos.

*ESTEREOTIPADO, DA. p. p. de Estereotipar. || adj. fig. Impr. Fijo, invariable.*

La publicación de este diccionario es contemporánea al auge en sociología y es a lo largo del siglo XX que el término se acuña gracias a las investigaciones desarrolladas en diversas partes del mundo como Estados Unidos o Francia.

Pese a su pronta aparición en el diccionario, la acepción sociológica de estereotipo no se acuñó hasta 1922 cuando Walter Lippmann, periodista estadounidense, lo definió y analizó en su obra *Opinión Pública*. Así, la base sobre la que ha evolucionado este término se plantea de la siguiente manera. Lippmann concibe los estereotipos como imágenes sobresimplificadas formadas en nuestra mente que se interponen entre la realidad y nuestro conocimiento de ella. También considera que el mundo estaba articulado cognitivamente alrededor de estereotipos, que forman sistemas, que a su vez se agrupan en códigos morales nucleares. Todo esto para que el individuo pueda comprender la realidad social que le rodea. El siguiente escalón de esta base que fundó Lippmann, lo encontramos en el estudio realizado por Katz y Braly en 1933. El estudio consistió en la realización de un cuestionario con adjetivos que cien estudiantes de la universidad de Princeton tuvieron que asociar a diferentes grupos de nacionalidades. En esta misma línea, en la encuesta realizada a la sociedad española de este estudio, se encuentra una primera parte en la que el encuestado debe relacionar tres adjetivos al pueblo ruso. Como hicieron en su momento Katz y Braly, nosotros también analizamos estos adjetivos y las respuestas a las preguntas binarias que componen la encuesta para extraer los estereotipos más marcados de la sociedad rusa en España.

Es interesante para nuestro trabajo también revisar la definición y el análisis de *estereotipo* que ofrece Margarita del Olmo en su artículo *Prejuicios y estereotipos: un replanteamiento de su uso y utilidad como mecanismos sociales* (2005). En este artículo, Del Olmo analiza la función de los prejuicios y estereotipos en la sociedad. Considera que debido a que los estereotipos consisten en una simplificación de la realidad de un grupo para poder clasificarlo, estos son útiles en la comunicación humana. Estas ideas, suelen ser adquiridas por otros; en nuestro trabajo analizaremos la influencia de los medios de comunicación a la hora de crear esta imagen. También, en este artículo, subraya que los estereotipos no son por definición negativos, pueden ser neutros o positivos. Por ejemplo, «todas las rusas son guapas». Pese a que se hable de un conjunto de ideas sencillas, los estereotipos presentan cierta complejidad ya que para describir el comportamiento de un grupo social distinto al que un individuo pertenece, tiene que tener muy claro el comportamiento de sí mismo. Consecuentemente, los estereotipos remarcan la relación que hay entre ambos grupos sociales y las diferencias más notables.

No obstante, la definición más generalizada en la actualidad proviene de la teoría de la categorización estudiada por G. Allport, Bruner, Tajfel y otros en el siglo XX, en la que el estereotipo consiste en la asociación de ideas simples a una categoría social, desde una perspectiva que concibe los estereotipos como una dimensión cognitiva del prejuicio.

### **3.2. Configuración y consolidación de los estereotipos**

Los estereotipos se pueden generar de diversas formas. A continuación, se plantean diversos enfoques que pueden resultar útiles para el estudio que estamos llevando a cabo.

En primer lugar, el enfoque que trata la creación de estereotipos como instrumento político plantea que estos sirven para desfavorecer al «otro grupo» y así afianzar la superioridad de quien los crea. Este fenómeno se suele dar en sociedades en las que los niños crecen con una autoridad paterna incuestionable. Adorno *et al.* (1950) explican que los individuos de personalidad autoritaria suelen tener prejuicios hacia todas las minorías porque han crecido en un ambiente muy etnocéntrico y no toleran matiz alguno distinto al de su sociedad. Uno de los medios para crear estos estereotipos es la promulgación de imágenes de superioridad-inferioridad. En este mismo ámbito, la hipótesis del contacto es insuficiente para contrastar el estereotipo de la realidad (Sherif & Sherif, 1969).

Otra causa por la que se generan los estereotipos son las situaciones conflictivas. Según Campbell (1967), el conflicto de intereses es una fuente principal y origen de estereotipos. Mientras que Tajfel defiende, con la teoría de la identidad social (1984), que los estereotipos se pueden generar por el simple favoritismo endogrupal y la discriminación exogrupal, sin que haya ningún tipo de conflicto.

Ahora bien, la teoría que a nosotros realmente nos interesa es la que presentan Barrie McMahon y Robyn Quin en su obra conjunta *Historias y estereotipos* (1997). En ella explican la gran importancia de los medios de comunicación a la hora de crear, modificar y transmitir estereotipos. Los medios de comunicación llevan a cabo estas acciones con el fin de llegar a una audiencia lo más extensa posible. Los estereotipos, así, son una herramienta ya que consiguen resumir una realidad compleja en algo simple, reconocible y de fácil asimilación. Consecuentemente, el estereotipo es percibido como una verdad por los individuos que integran una determinada comunidad de hablantes. De hecho, el autor y la autora afirman que la reiteración de estas imágenes hace que al final sean consideradas como algo que pertenece a nuestra vida cotidiana.

### **3.3. Utilidad de los estereotipos**

Las funciones que cumplen los estereotipos han sido siempre estudiadas como el justificante de la dominación de un grupo sobre otro. Ciertamente, este es un medio de justificar la actitud negativa y despreciativa hacia un grupo de gente que se considera como amenaza para el grupo dominante (McMahon & Quin, 1997). No obstante, desde finales del siglo XX, se han estudiado las funciones de los estereotipos desde otra perspectiva: la de la funcionalidad para comprender el mundo y sus distintas realidades.

El estereotipo, como ya hemos comentado, es una simplificación de la realidad. Esto permite que, aunque nunca hayamos viajado, tengamos una idea de los pueblos que componen otras sociedades. Sin experiencia alguna en un país muy distanciado del propio, es muy difícil que se genere una imagen compleja y fiel a la realidad. Por lo tanto, los estereotipos, sean ciertos o no, ayudan a nuestro cerebro a clasificar y a ordenar las realidades que no percibimos con los sentidos.

Por otro lado, Margarita del Olmo (2005) afirma que los estereotipos se suelen utilizar para tener una idea del comportamiento de otras personas, pero que esto tiene mucho que ver con el comportamiento propio. Por esa razón, la imagen estereotipada que tenemos del otro refuerza la imagen que uno tiene de sí mismo y de su grupo. Es decir, en este sentido, los estereotipos más que describir al «otro», describen la relación con los «otros», ya que se subrayan los aspectos que más diferencian ambos grupos.

Exponemos un ejemplo parecido al que Del Olmo plantea, pero aplicado a nuestro estudio. Si los ciudadanos españoles clasifican de «frías» a las personas rusas, es porque consideran que es más difícil entablar conversación o amistad con ellas que con personas españolas. Así pues, este estereotipo surge de la diferencia entre la actitud de unos con otros por experiencia personal. No obstante, el estereotipo que se configura gracias a la acumulación de información adquirida por el individuo a través de los medios es, a ojos del receptor, de incuestionable veracidad. Aceptar el estereotipo evita el esfuerzo de formar un pensamiento complejo (McMahon & Quin, 1997). Mas, esa imagen estereotipada puede verse corroborada o modificada en función de la experiencia personal del propio individuo.

En el mundo actual, los estereotipos y prejuicios siguen teniendo esa función prescriptora de grupos dominantes y grupos minoritarios. Sin embargo, la globalización en el siglo XXI ha hecho que el interés por otros países crezca de manera exponencial. En el ámbito social que nosotros estudiamos, lo enfocaremos como una simplificación de la realidad para poder comprender el mundo y no como una dominación de un grupo sobre otro.

## **4. Hipótesis de partida**

Pese a la gran distancia que separa España y Rusia, el pueblo ruso está muy presente en la cultura española. Ya sea por la gran comunidad rusa que reside en España, por el cine, por la historia que nos une o por la cantidad de información que se transmite en la prensa de las actuaciones del gobierno ruso. Rusia juega un papel muy importante a nivel mundial desde el punto de vista geopolítico. Incluso sin haber viajado a Rusia, la ciudadanía española tiene una imagen formada de qué es Rusia y de cómo son los rusos. Nosotros partimos de la hipótesis de que la imagen de Rusia que se ha configurado en el pueblo español a través del tiempo es negativa. Una imagen que se ha construido a lo largo de los años y que se ha visto muy influenciada por el cine y por la prensa, que son, indiscutiblemente, los que han contribuido en mayor medida a la configuración del estereotipo actualmente existente. Este contempla muchos aspectos socioculturales. En el presente trabajo vamos a abordar aquellos aspectos del estereotipo que consideramos más arraigados: la frialdad del carácter ruso, el poco sentido del humor, el patriotismo y el consumo de alcohol.

## 5. Análisis

La muestra de estudio se conforma por 443 ciudadanos españoles, repartidos proporcionalmente en 4 zonas geográficas de España (norte, sur, levante y centro), divididos proporcionalmente por sexo y en 4 franjas de edad (15-24, 25-44, 45-64, 65+).

Para llevar a cabo el presente estudio hemos confeccionado una encuesta que consta de 10 preguntas. Antes de responderlas, el participante debe rellenar un apartado inicial con los datos de edad, sexo, zona geográfica, estudios, profesión y si ha estado alguna vez en Rusia. Puesto que la encuesta pretendía representar la opinión de los españoles, eran necesarias al menos 400 encuestas respondidas para que el resultado fuera significativo. En nuestro caso obtuvimos 443 participaciones. Debido al elevado número de respuestas que debíamos alcanzar, decidimos redactar una encuesta corta y concisa. Es por esto que solo consta de 10 preguntas, de las cuales 9 son de respuesta binaria (sí o no). Ciertamente, puede resultar limitante para expresar las ideas que el encuestado alberga; no obstante, al tratarse de estereotipos, una respuesta impulsiva es más representativa que una razonada. En otras palabras, el participante se ve en la situación de contestar el primer reflejo que tiene cuando ha comprendido la pregunta, como aparecen los estereotipos en la mente, antes de que podamos reflexionar si la imagen corresponde con la realidad.

### 10 preguntas sobre la sociedad rusa

#### 5.1. ¿Tiene amistades rusas?

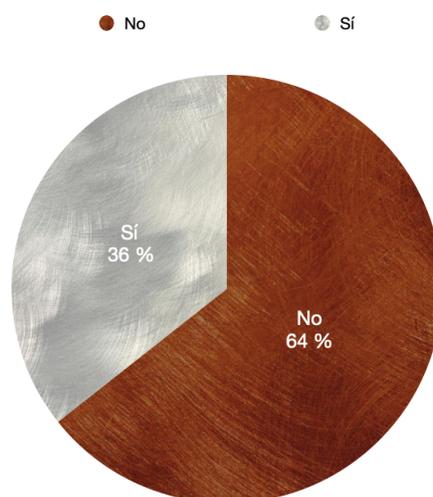


Gráfico 1 Fuente propia

En primer lugar, se pregunta al encuestado si tiene amistades rusas para diferenciar las personas que tienen un contacto con la población rusa y las que no. A pesar del gran número de personas rusas que residen en España a día de hoy (82 630) y el gran número de turistas rusos que recibe cada año, solo un 36 % tiene una relación de amistad con este pueblo. Por lo tanto, la mayor parte de personas que han respondido al cuestionario, lo han hecho basándose totalmente en la imagen que se ha creado a través de la información recibida y no por experiencia propia. En el caso de las personas que sí tienen amistades rusas, puede que esa imagen haya sido creada o modificada a partir de ese contacto. Algunas de las encuestas fueron realizadas de forma telefónica para conseguir llegar a la población mayor de

65 años. De estas encuestas podemos asegurar que, si el encuestado no tenía una imagen formada de Rusia antes de entablar una amistad con una persona de origen ruso, basaba su imagen de este pueblo totalmente en esa persona. Robyn Quin y Barrie McMahon en su obra *Historias y estereotipos* (1997) proponen un ejercicio para comprobar esta idea. Se pide que se dibujen un americano, un joven sin empleo, un esquimal y una abuela. Después de realizar el dibujo, se pide reflexionar sobre la siguiente frase:

Si no tienes un contacto personal con un grupo, tiendes a apoyarte en los medios de masas para obtener una imagen estereotipada. Si has conocido personalmente al menos un miembro del grupo, entonces ese contacto sirve para formar tu propia idea.

Por otra parte, es interesante contar con un gran número de encuestados que no tienen un contacto directo con este pueblo para estudiar el impacto de los medios de comunicación en la idea de la sociedad española. Por supuesto, también es interesante contar con la respuesta de personas que sí tienen ese contacto para poder contrastar la información. Es por esa razón por la que no se hizo una encuesta cerrada solo a personas que no hubieran estado en Rusia o que no tuvieran un contacto real con este pueblo. Se invitó a cualquier ciudadano español mayor de 15 años a rellenar la encuesta.

## 5.2. Desde su punto de vista, ¿qué tres adjetivos definen su imagen sobre el pueblo ruso?

La segunda pregunta es la única que no contempla una respuesta binaria. Se le pide al encuestado que utilice 3 adjetivos para definir al pueblo ruso desde su percepción. Las respuestas han sido muy variadas, hemos obtenido 356 adjetivos distintos. Contrastar las respuestas de esta pregunta ha sido muy significativo para el presente estudio. Las tres palabras más repetidas, aparecieron 135, 95 y 52 veces cada una. En la siguiente nube de palabras, podemos ver los adjetivos que se repiten al menos 5 veces en el conjunto de respuestas. Las palabras tienen un tamaño proporcional a su frecuencia.



Ilustración 2

Como podemos observar, las palabras que utiliza la sociedad española para definir a la rusa son «fríos» y «serios». Podemos relacionar este hecho a las diferencias sociopragmáticas que existe entre la lengua española y la rusa. La cortesía es un fenómeno sociopragmático que juega un papel fundamental en el español (Dimitrinka, 2011). Esta cortesía incluye, por ejemplo, una sonrisa que acompañe el saludo o la despedida en el idioma español, cosa que no sucede en el ruso. Según Dimitrenka, los fenómenos sociopragmáticos condicionan el fracaso o el éxito de la comunicación. Claro está que la omisión de la sonrisa no lleva directamente al fracaso de la comunicación. No obstante, genera en el receptor pensamientos como que el interlocutor es frío o serio. Sobre esto escriben Vitaliya Shauro y Nonna Rybakova en su blog Alma Rusa (2015). Dedicaron un artículo a la «seriedad» rusa que se titula *¿por qué los rusos son tan serios?* En él evidencian las diferencias entre la sonrisa rusa y la europea u occidental. Marcan la diferencia, como nosotros, en la cortesía. Explican que, para los europeos, americanos, etc., la sonrisa es un signo de cortesía que está siempre presente en las conversaciones. Mientras que, para la ciudadanía rusa, esto es un símbolo de afecto que se da siempre con una razón y con personas cercanas.

«Trabajadores» fue la tercera palabra más reiterada. Encontrar que uno de los tres adjetivos más repetidos era positivo no era de esperar. Si calificamos los adjetivos que aparecen en la nube de palabras en positivos, negativos y aquellos que responden a una cualidad física (siguiendo un criterio lo más objetivo posible), comprobaremos que, de los que no responden a una cualidad física (como rubio, grande...) la mitad son positivos y la mitad negativos. De estos datos se deduce que la imagen que existe en España sobre el pueblo ruso no es completamente negativa. Al menos en lo que se refiere en el ámbito social, ya que la imagen que se proyecta de Putin, a través de la prensa española, supone un enorme condicionante en la configuración final del estereotipo. Palabras como «amables, elegantes, cultos, inteligentes, bonito» se utilizaron ya en el año 1857 por Juan de Valera en sus cartas desde Rusia: «Esta sociedad tan amable y tan aristocrática, y estas mujeres tan elegantes y tan hermosas, le tienen a uno como embelesado y suspenso, y no hay modo de dejarlas sin hacer un esfuerzo inaudito».

Resulta curioso que, a pesar de haber pasado más de un siglo y medio, esta sea la idea que todavía reside en el imaginario del colectivo español. Esta imagen sobre las mujeres rusas hoy en día se sigue alimentando con publicaciones como las de la revista *hola!*, que proclamó a Ksenia Sobchak como la mujer más elegante de Rusia en 2018. O con contenidos como el vídeo viral de Bella Devyatkina, la niña rusa que hablaba 7 lenguas, divulgado en 2016.

Adjetivos como «comunistas, pobres, ricos, sufridores, callados, austeros» los relacionamos a la reciente historia rusa y todas sus etapas en el siglo XX y su transición en el XXI. En el programa educativo español de historia contemporánea se incluye la revolución rusa y el desarrollo del comunismo. Así pues, en general, la población española tiene unos conocimientos mínimos sobre este periodo. También existen episodios de la historia que unen, irremediabilmente de forma afectiva, ambos países. Un ejemplo son *Los niños de Rusia* como se conocen en español, o *Los niños de la guerra españoles* como se conocen en ruso. Este episodio hace, sin duda alguna, que la visión de Rusia, refleje algo de ternura.

A continuación, reflejamos los adjetivos escogidos por las 40 personas que sí han estado en Rusia alguna vez y que de las cuales 21 tienen amistades rusas. Las reflejamos con el propósito de comprobar si estos adjetivos coinciden con los de la nube de palabras de las respuestas de la muestra total.

único, distinto, caótico	sincero, explotado, contradictorio	amable, reservado, distante	alcohólica, solidaria, amable	amable, duro, trabajador	historia política, belleza de edificios y cultura
fríos, exigentes e inexpresivos	duros, orgullosos, valientes	no puedo describir a todo un pueblo con tres adjetivos	altivos, orgullosos, guapos	curiosa, desconfiada y sorprendente	trabajador, familiar, amable
constante, trabajador, inteligente	serios	estrictos, distantes y educados	mafia, serios	serios, románticos, pragmáticos	serios, impacientes y cultos
serios, distantes, fríos	austeridad, decadencia, antipáticos	serios, fríos, callados	organizado, estricto, patriota	desorganizado, cercano y tradicional	basto, homófobo y envejecido
muy familiares, grandes filósofos y temperamentales	tenacidad, seriedad, sobriedad	frío, calculador, distante	disciplinados/as, generosos/as, hospitalarios/as	adustos, resilientes, inteligentes	materialismo, frialdad, superioridad
trabajadores, responsables, amables	fuertes disciplinados aman la música clásica	reservado, heterogéneo, frío	triste y resignado	diferentes, distantes, desconocidos	fuerte, amable, trabajador
	trabajador, culto, tenaz	disciplinados	fríos, ricos, mafia	inteligente, cultos y soberbios	

Ciertamente, una gran parte de estos adjetivos son positivos, pero si reflejamos estos resultados de nuevo en una nube de palabras, podemos comprobar que los adjetivos más repetidos son los mismos que en las respuestas generales. Es decir, a pesar de que los participantes que han estado en Rusia tienen una visión bastante positiva de su población, finalmente tienen una idea generalizada que coincide en parte con la imagen negativa que la hipótesis de partida del presente trabajo plantea. Para que quede claro visualmente, insertamos la nube de palabras con los adjetivos que al menos se repiten 2 veces de estos 40 participantes.



Ilustración 3

Como ya hemos comentado, el análisis de los adjetivos ha sido muy significativo para el estudio. Al contrastar los adjetivos por grupos de edad, hemos descubierto datos muy interesantes. En primer lugar, la palabra «homófobos» se reitera 10 veces en el grupo de los participantes más jóvenes y la palabra «machistas» se reitera 5 veces. Estas dos palabras vuelven a aparecer en la siguiente franja de edad (25-44) tan solo 1 y 2 veces respectivamente. Ninguna de las dos palabras aparece en los dos siguientes grupos. Así pues, se refleja en los resultados de nuestra encuesta, la creciente preocupación de las nuevas generaciones por la igualdad de género. Esta imagen homófoba de Rusia la vemos llegar a través de noticias como la que publicó el periódico *El Mundo* (Colás, 2020): «“Este señor es tu mamá”: el vídeo homófobo de la ‘granja de troles’ de Putin para movilizar el voto». Otro dato a destacar es que las personas mayores de 65 años a penas utilizan la palabra «fríos» para describir al pueblo ruso. La palabra más reiterada en este grupo es «trabajadores», seguida de «guapos, serios y fuertes» con la misma frecuencia.

Por último, cabe destacar que 13 personas de las 443 que rellenaron el cuestionario contestaron a esta pregunta de una forma diversa. Por una parte, encontramos respuestas del tipo «no sé», que se puede interpretar como que el participante no tiene un gran conocimiento sobre el pueblo ruso y prefiere no hacer generalizaciones o simplemente que no quería contestar. Por otra parte, tenemos respuestas en las que sí se dan tres adjetivos, pero además se señala que eso no incluye en su totalidad a la población rusa. Esto lo indicaban con frases como «por la imagen que tenemos» o «la mayoría». Otra variante son las respuestas que indican que no quieren dar los adjetivos porque no tienen conocimientos: «no tengo amigos rusos», «no tengo opinión, no los conozco», «no conozco muy bien al pueblo ruso como para opinar» o «no tengo suficientes conocimientos sobre los rusos para poder adjetivarlos». Finalmente, encontramos respuestas que ponen de manifiesto que no debemos considerar los estereotipos como una realidad: «no puedo describir a todo un pueblo con tres adjetivos». Una respuesta que ha destacado por su contenido es la siguiente:

Serios, arrogantes y distantes. Aún así, creo que no se debe generalizar, ya que para conocer bien a la población rusa debería viajar a Rusia y vivir con ellos y conocer sus costumbres. La percepción que tengo de la población rusa es en base a los turistas que vienen, que generalmente suelen ser de clase adinerada y que acostumbra a mirar por encima del hombro a cualquiera que se le ponga por delante. Lo desconozco, pero dudo que toda la población rusa me transmita la misma imagen.

Estas respuestas reflejan que los encuestados saben que un estereotipo no siempre corresponde con la realidad y que debemos ser críticos a la hora de contrastar información para tener una idea lo más objetiva posible. Ahora, analizamos datos relevantes extraídos de estas 13 personas que no se limitaron a dar los tres adjetivos que se pedían.

Encontramos 10 mujeres y 3 hombres entre estas respuestas. Además, eran de personas del sur o del levante, ninguna respuesta pertenece a una persona del centro o del norte. Casi la mitad tenían amistades y rusas. Por último, el gráfico que genera entre estas personas la siguiente pregunta es prácticamente opuesto al que genera la muestra total.

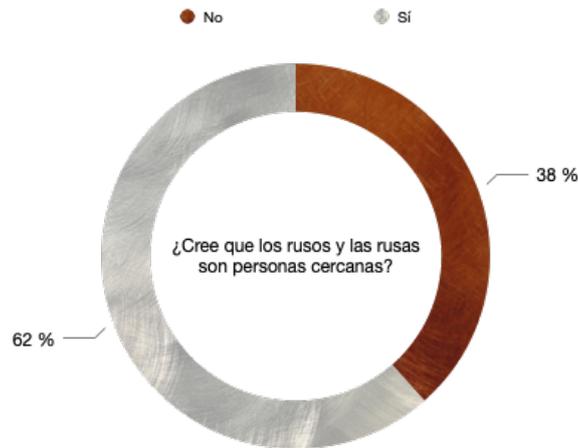


Gráfico 2

Como podemos observar, un 62 % considera que la población rusa es cercana. Mientras que, en el gráfico de la muestra total, que a continuación analizaremos, un 63 % considera que el pueblo ruso no es cercano.

### 5.3. ¿Cree que los rusos y las rusas son personas cercanas?

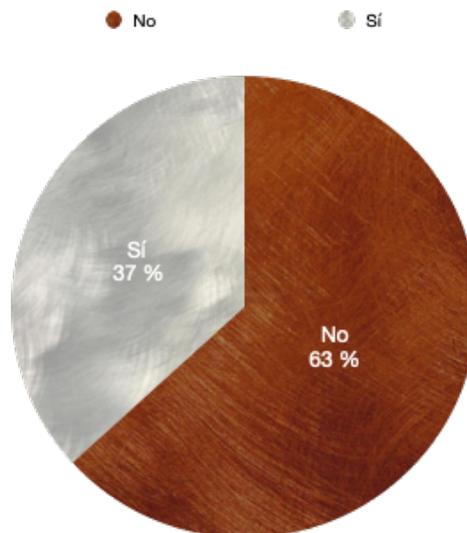


Gráfico 3

La tercera pregunta cuestiona al participante sobre la cercanía que muestra el pueblo ruso. Un 63 % de los encuestados considera que este pueblo no es cercano. Este resultado refleja a la perfección el estereotipo que la hipótesis de partida plantea. Parte de la responsabilidad de la formación de esta imagen es del cine. La percepción repetida del personaje ruso como «malo» ha sido una de las bases para el estereotipo. Así lo plantea Daniel Utrilla (2013) en «A Moscú sin Kalashnikov»: «Sin embargo, fue Hollywood el que nos bombardeó la retina con el mensaje acribillante de que los rusos eran siempre los malos de la película».

Asegura que, a finales del siglo XX, la imagen de Rusia que llegaba a España a través del cine estadounidense siempre era falseada. No obstante, esta no es una realidad que se haya quedado atrás. Hoy en día, este rol de villano se conserva en producciones incluso españolas, alimentando así el

estereotipo. Lo vemos en anuncios y en películas y va siempre acompañado de un acento muy marcado que ni siquiera corresponde con el acento de una persona rusa hablando español. Otra de las causas de la formación de este estereotipo son las diferencias sociopragmáticas que explicamos con la nube de palabras en la segunda pregunta, la cortesía es un elemento cultural muy importante en la comunicación humana. Finalmente, la cercanía que puede describir a los ciudadanos de Rusia puede estar en relación a su clima, ya que se tiende a pensar que el carácter de la población depende del clima del país. Como Rusia es percibida por el conjunto español como un país de largos y fríos inviernos, se tiende a pensar que su sociedad también es fría. Un ejemplo de esto lo podemos encontrar en el blog de viajes *traveler.es*. Dedicaron un artículo a la capital rusa (Ruiz, 2017), en el que describen los choques culturales y el primer punto dice lo siguiente.

Nada más llegar, te darás cuenta de que probablemente eres el más sonriente del aeropuerto. No te lo tomes como algo personal. Aunque no nos gusta generalizar, los rusos tienen fama de fríos, como su clima durante el invierno, habitualmente bajo cero.

Este ejemplo refleja muy bien porqué las palabras «fríos» y «serios» han sido las más populares en la segunda pregunta. Este tipo de material es el que configura y acuña poco a poco el estereotipo. Ejemplos como este podemos encontrar en la red, aunque son mucho más comunes en conversaciones informales.

Cabe destacar que solo 76 personas de las 158 que respondieron que sí tenían amistades rusas consideran que el pueblo ruso sí es cercano. Este dato es interesante porque, como afirman Sherif & Sherif (1969), el contacto con el «otro» no es suficiente para acabar con el estereotipo. Es decir, más de la mitad de las personas que sí tienen una amistad rusa, siguen considerando que el pueblo ruso, en general, no es cercano.

#### 5.4. ¿Tendría una amistad con un ruso o una rusa?

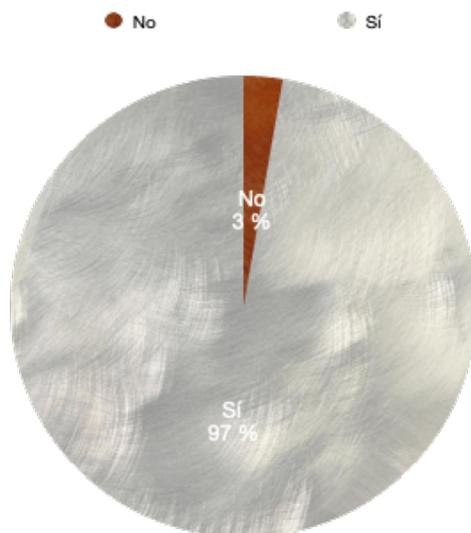


Gráfico 4

A pesar de clasificar como frío y distante este pueblo, la gran mayoría de la sociedad española (97 %) sí tendría una amistad con una persona de origen ruso. Una de las razones puede ser la curiosidad que reside en la ciudadanía española acerca de este país. Ya vimos en la nube de palabras que una gran parte eran adjetivos positivos. «Elegantes, agradables, solidarios, curiosos, hospitalarios, valientes...» son palabras que invitan a conocer al pueblo ruso. La aparición de los adjetivos «únicos, cultos o

majos» deja ver que también hay una idea generalizada de que compartir experiencias con este pueblo puede resultar enriquecedor. Cabe mencionar, que España es un gran receptor de turistas de todo el mundo, no es extraño que quiera conocer el pueblo que lo visita.

A continuación, analizamos las respuestas de las 12 personas que contestaron que no tendrían una amistad con una persona de origen ruso. Solo 2 de ellas sí habían estado en Rusia, por lo cual, las otras 10 tienen la imagen de este pueblo creada a partir de información recibida y no creada a partir de experiencia propia. La franja de edad más repetida entre estas respuestas es la de 45-64 con 7 encuestados, seguida de 15-24 con 4 encuestados. Un hombre mayor de 65 años también contestó negativamente. En cuanto al sexo, 5 de las respuestas son de mujeres y 7 de hombres. Una de las causas de la creación de estereotipos es la falta de información y de espíritu crítico. Sorprendentemente, 7 de estos participantes tienen estudios superiores. Este hecho no encaja del todo con el perfil de una persona capaz de cuestionar las ideas que transmiten cada día los medios de comunicación. Reflejamos los adjetivos que dieron como respuesta los encuestados, para ver con claridad la imagen que tienen del pueblo ruso.

adinerado, corrupto	no tengo opinión, no los conozco	fríos, ostentosos, metódicos	desconfiados, egocéntricos, arrogantes
serios, diferentes, sobrios	enérgicos, autosuficientes, autoritarios	fríos, cerrados, aislados	fríos, calculadores, distantes
gente poco sociable, patrióticos, fríos	serios, aburridos, responsables	fríos, calculadores, poco sociables	fríos, ricos, mafia

Como podemos comprobar, la hipótesis que planteamos se ve totalmente confirmada por estas respuestas. No obstante, lo señalamos porque es en estos casos cuando el estereotipo pasa a ser un prejuicio. Marcamos la diferencia entre estereotipo y prejuicio según la manera de actuar de cada persona. Un estereotipo es la imagen que tenemos sobre una persona o sociedad; sin embargo, el prejuicio es la actitud negativa o despreciativa que adoptamos hacia esa persona o sociedad a causa de los estereotipos (Del Olmo, 2005).

### 5.5. En su opinión, ¿el pueblo ruso tiene un carácter frío?

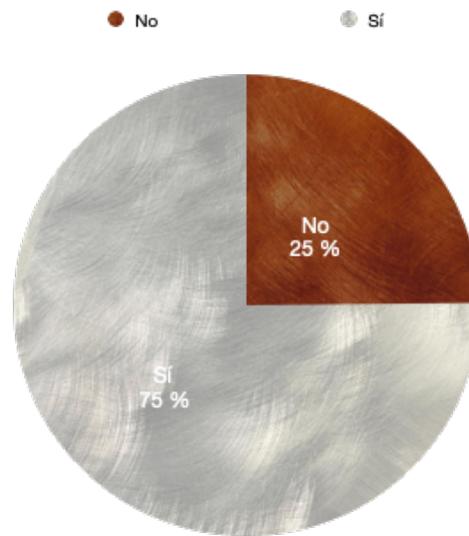


Gráfico 5

Como vimos en la nube de palabras, «fríos» es el adjetivo escogido por la sociedad española para definir a la rusa. Un 75 % de los encuestados considera que el pueblo ruso tiene un carácter frío. Este estereotipo se ha generado, en parte, por las razones que comentamos en la pregunta 3: el cine y las diferencias sociopragmáticas. Además, la prensa española ha contribuido enormemente a la formación de este estereotipo (Maliavina, García Bilbao, & Zanetti Durand, 2009).

Al analizar las respuestas de las 110 personas que contestaron que el pueblo ruso no tiene un carácter frío, encontramos varios datos a destacar. El 83 % contestó que consideraba al pueblo ruso cercano. Este porcentaje es muchísimo más alto que el de la muestra total, en la que es del 36 %. Es una respuesta lógica puesto que las dos preguntas aluden a la misma idea, la imagen negativa del carácter ruso. No obstante, lo remarcamos porque no es exactamente lo mismo. Ya hemos visto que también en la muestra general hay diferencia en los porcentajes de una pregunta y otra. Por otra parte, 53 personas de este grupo eran de la zona geográfica del sur (Andalucía, Extremadura, Murcia o las Islas Canarias), es decir, el 51 %. Y más de la mitad eran mujeres, solo un 38 % eran hombres. Lo reflejamos en las siguientes gráficas circulares anilladas.



Gráfico 6

## 5.6. ¿Cree usted que se puede bromear con un ruso o una rusa?

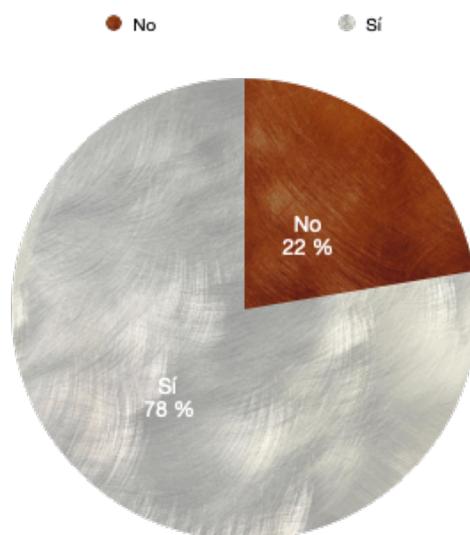


Gráfico 7

Uno de los recursos de la comunicación más usados por la sociedad española son las bromas. Haverkate (1991) explica que las bromas son una de las muestras de la cortesía positiva. Esta cortesía es la que trata de aproximarse al interlocutor. Para la buena interpretación de las bromas son necesarios conocimientos y valores que ambos interlocutores conozcan. Estas pequeñas burlas en las conversaciones cotidianas muchas veces sirven para rebajar la tensión que puede conllevar una conversación o simplemente con el objetivo de hacer reír al interlocutor. Sorprendentemente, un 78 % de los encuestados consideran que sí se puede bromear con una persona de origen ruso. La hipótesis del presente trabajo versa sobre el poco sentido del humor que conforma el estereotipo del pueblo ruso. Este estereotipo se deja ver, por ejemplo, en la noticia que anunciaba el periódico BBC (2018) a dos días de comenzar el mundial, que resume en las siguientes palabras que la población rusa no sabe sonreír.

bbc.com

### Rusia 2018: cómo enseñan a algunos rusos a sonreír antes del Mundial

12 junio 2018

**En Rusia sonreír en público no es una práctica habitual, de hecho, hasta se considera sospechoso hacerlo.**

Ante la llegada masiva de extranjeros por el Mundial de Rusia 2018, el país eslavo está intentado revertir esta tendencia.

El corresponsal de la BBC en Moscú, Steve Rosenberg, estuvo en sesiones de entrenamiento a profesionales para que muestren una cara amable ante el público visitante.

Esta noticia fue recuperada por el periódico *El confidencial* entre otros, y fue retransmitida de una manera más extensa y detallada, a pesar de que la fuente de información era el corresponsal de la BBC. La noticia escrita de la página web de la BBC va acompañada de un vídeo que explica cómo y por qué enseñan a los trabajadores del mundial a sonreír.

Así pues, la respuesta obtenida del cuestionario no corresponde con la hipótesis de partida. Si la ciudadanía española, en general, considera que sí se puede bromear con un ciudadano de origen ruso es porque cree que, usando este recurso, la comunicación tendrá éxito. No sería compatible que la sociedad española pensara que las personas rusas tienen poco sentido del humor y que se puede bromear con ellas al mismo tiempo. Por lo tanto, esta parte de la imagen del pueblo ruso presupuesta no corresponde con la realidad.

### 5.7. ¿Considera que los rusos y las rusas se sienten orgullosas de su país? y ¿cree que tienen un sentimiento patriótico muy fuerte?

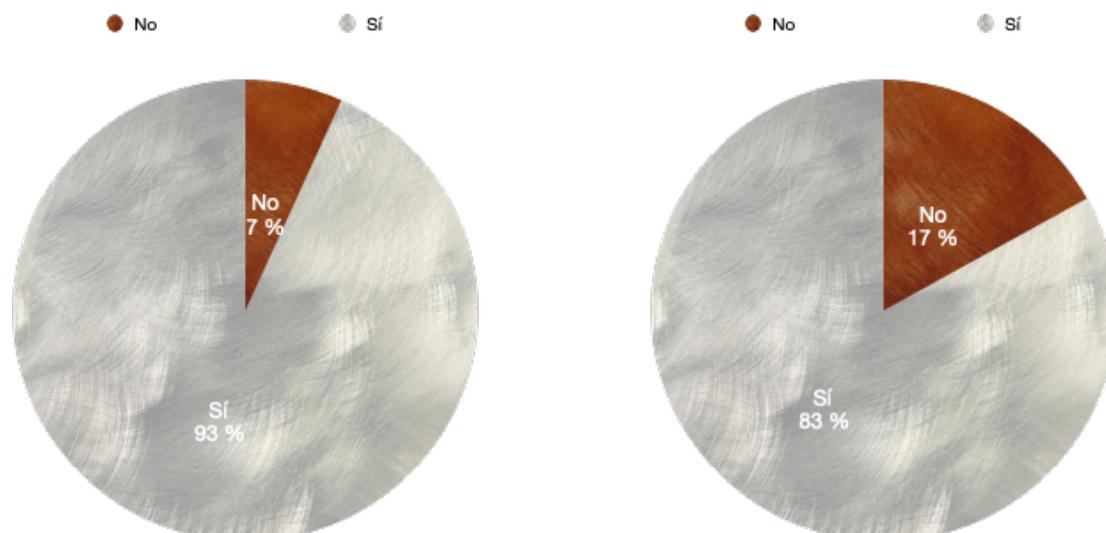


Gráfico 8

El siguiente ítem de la encuesta cumplía con la función de introducir a la cuestión número 8, que preguntaba directamente lo que buscábamos saber: si el pueblo ruso es considerado patriótico. Antes de preguntar esto, quisimos saber si los encuestados consideraban que la población rusa se sentía orgullosa de su país, que no es exactamente lo mismo que ser patriótico. Esta pequeña diferenciación reside en que sentirse orgulloso de su país no incluye necesariamente un amor que una fuertemente a la patria, como sí lo incluye el patriotismo. Esta pregunta se enfocaba más en cómo hablan, describen y muestran Rusia sus ciudadanos a través de sus palabras. Según la respuesta de la séptima pregunta, un 93 % de la población encuestada considera que estos ciudadanos están orgullosos de su país. Mas, un 10 % menos cree que tienen un sentimiento patriótico muy fuerte. Es decir, un 83 % considera que tienen un sentimiento patriótico muy fuerte. Esta pequeña diferenciación entre el orgullo por el país propio y el patriotismo se ve reflejada en las respuestas de los 10 encuestados que consideran que los ciudadanos rusos no se sienten orgullosos de su país, pero sí son patrióticos. Asimismo, de las 75 personas que contestaron negativamente a la pregunta 8 (si tienen un sentimiento patriótico muy fuerte), 55 contestaron que el pueblo ruso sí estaba orgulloso de su país.

La imagen del pueblo ruso patriótico, la podemos ver a través de titulares como «Más patriotismo en el cine, la receta de Rusia para combatir a Hollywood» publicado en *El Imparcial* (2019). Este artículo trata sobre «T-34», una película basada en una historia real del ejército ruso. En el artículo se ve un alto grado de patriotismo impulsado desde el Estado y que el pueblo recibe bien. Es interesante ver el desprecio que se muestra por las personas que no demuestran ese patriotismo al no valorar la película positivamente.

Pese a la histórica recaudación, los críticos no han sido muy generosos con la película y le han puesto un aprobado raspado, lo que no gustó nada al ministro, que comparó a los que criticaron "T-34" con los que abandonaron el frente durante la invasión alemana en 1941.

Este es un gran ejemplo para ver lo que la hipótesis de partida plantea. Los medios de comunicación promueven una imagen patriótica del pueblo ruso y el 83 % de la población encuestada considera que esto es verdad.

### 5.8. ¿Cree que el pueblo ruso es un gran consumidor de alcohol? y si en la pregunta anterior ha respondido “sí”, ¿cree que existe un problema de alcoholismo en Rusia?

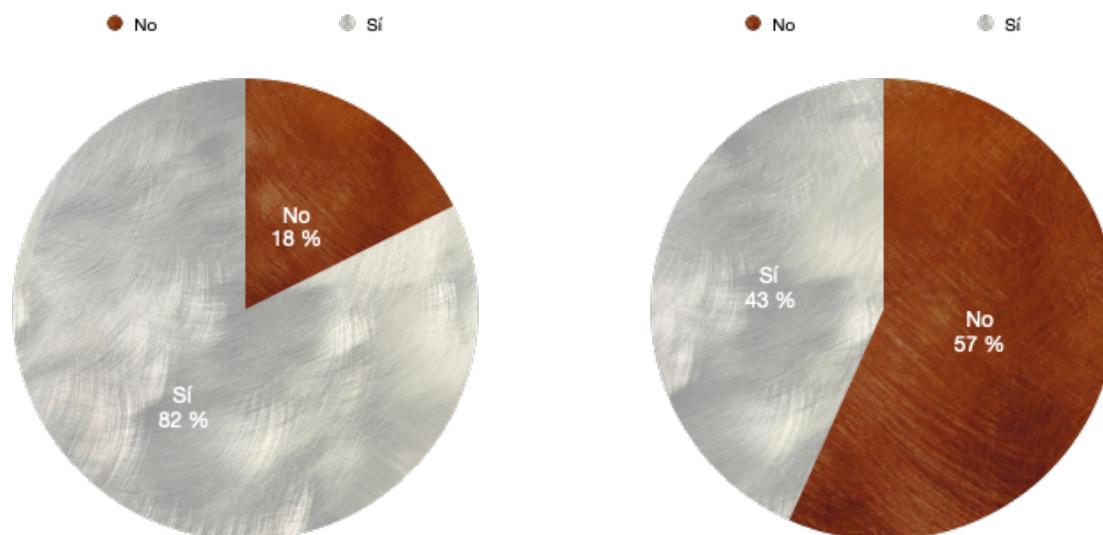


Gráfico 9

Las dos últimas preguntas del cuestionario tenían por objetivo comprobar si el estereotipo de que los rusos son alcohólicos existe hoy en día entre la ciudadanía española. Al igual que la pregunta anterior, para acceder a esta información se plantearon dos consultas. En primer lugar, el encuestado debía responder si consideraba que el pueblo ruso era un gran consumidor de alcohol. En segundo lugar, si había respondido positivamente a esta pregunta, debía decir si este gran consumo de alcohol degeneraba en un problema de alcoholismo. Cabía esperar que un alto número de participantes considerara al pueblo ruso un gran consumidor de alcohol: el resultado fue el 82 %. Sin embargo, ha resultado curioso que solo el 43 % del grupo que había contestado positivamente a la pregunta anterior considerara que este consumo degenerara en un problema de alcoholismo. De nuevo, la encuesta arroja resultados que nos sorprenden. La palabra «vodka» se reitera en las respuestas de los tres adjetivos. También es común el pensamiento de que los rusos se calientan con vodka durante los fríos inviernos como vemos en el artículo del periódico (versión en línea) *Levante* «Las bebidas alcohólicas y la

termorregulación corporal» (Taulé, 2020). Además, las palabras «bebedores, borrachos y alcohólicos» aparecen en los resultados de los adjetivos 14, 9 y 7 veces respectivamente. Esta imagen del pueblo ruso como alcohólico se ha formado a lo largo de muchos años. Una de las razones es la siguiente anécdota que bien se resume en el periódico *El Español* (JB., 2020).

La leyenda de Vladímir el Grande sobre la cristianización de Rusia dice lo siguiente: el joven gobernante invitó a emisarios de las grandes religiones para que lo convencieran de adoptar su creencia. Descartó a los judíos porque no tenían patria. Los musulmanes le interesaron cuando estos le mostraron los placeres carnales del paraíso, pero cuando averiguó que el islam prohibía el alcohol no tuvo ninguna duda. "Beber es la alegría de los rusos. Sin ese placer no existimos", afirmó el zar. Y Rusia se hizo cristiana.

Otras aportaciones a este pensamiento han sido los vídeos de Boris Yeltsin, ex presidente de la Federación Rusa, en los que se afirma que estaba con frecuencia ebrio. No obstante, en la actualidad seguimos percibiendo esta imagen a través de titulares como el del periódico 20 minutos: «Sara Hurtado: “Aquí en Moscú hasta hace unos días estaban abiertos los locales de bebidas alcohólicas”» (Sánchez de Castro, 2020). Es destacable que el titular recoja palabras de la patinadora para señalar que en Moscú la venta de alcohol no había cesado a pesar de la situación de pandemia, cuando el artículo trata principalmente de la situación de la deportista en cuarentena lejos de su familia.

## 6. Conclusiones

El presente estudio sociológico versa sobre la imagen estereotipada del pueblo ruso que se ha ido configurando a lo largo de la historia en España, en gran medida, a través de los medios de comunicación y del cine. Así, este estudio analiza con un enfoque actual la percepción del pueblo ruso por la población española y busca definir la imagen que reside en el colectivo español. La elaboración de un corpus a partir de documentos publicados en prensa y medios audiovisuales, nos ha permitido comprobar que la imagen que tiene la sociedad española de Rusia y del pueblo ruso es, en líneas generales, negativa. Tomando como punto de partida el mencionado corpus, hemos analizado tres aspectos concretos: el carácter ruso y el poco sentido del humor, el sentimiento patriótico y el consumo de alcohol.

Para conocer la imagen que reside en el colectivo español sobre el pueblo ruso, hemos llevado a cabo una encuesta en línea. Esta encuesta ha sido sencilla y concisa y ha alcanzado un total de 443 encuestas respondidas. Esta es una muestra significativa no solo por la cantidad de formularios completados, sino que también por la distribución de las respuestas, ya que están repartidas proporcionalmente por edad, sexo y zona geográfica de España. La encuesta se divide en dos partes. En la primera, se pregunta la edad, el sexo, la zona geográfica, los estudios, la profesión y si había estado alguna vez en Rusia, con el fin de conocer el perfil del encuestado. En la segunda parte, se plantean diez cuestiones: nueve de ellas son de respuesta binaria (sí o no) y una pregunta abierta que requiere al encuestado escribir los tres adjetivos que, desde su percepción, definen al pueblo ruso.

La hipótesis de partida del presente estudio planteaba que los medios de comunicación en España proyectaban una imagen negativa sobre el pueblo ruso, que reincidía con gran frecuencia en tres aspectos socioculturales: el carácter serio y el poco sentido del humor, el patriotismo y el alcoholismo. Las respuestas obtenidas de la encuesta nos han permitido realizar un análisis exhaustivo sobre estas cuestiones, así como obtener información sobre la sociedad española que nos ha llevado a conclusiones que no estaban previstas.

En primer lugar, hemos confirmado la existencia de la imagen estereotipada negativa del pueblo ruso en España. Tal y como la hipótesis de partida planteaba, a ojos de los españoles, el pueblo ruso es frío, patriótico y gran consumidor de alcohol. Los adjetivos que definen la sociedad rusa por la española son: fríos, serios y trabajadores. Así pues, confirmamos que el carácter ruso es percibido como frío y serio. Sin embargo, los ciudadanos españoles consideran que sí se puede bromear con los ciudadanos rusos. Por esto, el poco sentido del humor reflejado por la prensa española que configura el estereotipo transmitido no parece haber tenido la repercusión esperada en el pueblo español. Seguidamente, analizamos el aspecto relacionado al patriotismo. Según los encuestados, este pueblo se siente orgulloso de su país y es patriótico. Así pues, la hipótesis de partida queda confirmada. Por último, en relación al consumo de alcohol, la percepción es que la sociedad rusa es una gran consumidora de alcohol, pero esto no lleva al alcoholismo. Observamos que, a pesar del estereotipo usado por los medios españoles, este aspecto tampoco ha tenido un gran efecto.

En segundo lugar, pudimos apreciar diferencias entre la imagen que tenía formada el grupo más joven de edad y el más mayor. Las nuevas generaciones se preocupan cada vez más por la igualdad de género y eso se ve reflejado en la percepción que tienen de la realidad. Encontramos en sus respuestas palabras

como «homófobos» y «machistas» para definir a la sociedad rusa. Por otro lado, las respuestas del grupo mayor coinciden con una imagen más bien positiva de este pueblo. Además, a la hora de emplear tres adjetivos para definirlo, los más reiterados son positivos. Así pues, a pesar del gran carácter fijo e invariable que posee el estereotipo como fenómeno sociológico, se manifiesta una evolución de la imagen de este pueblo que va en sintonía con las prioridades de las nuevas generaciones.

El presente estudio ha confirmado la existencia de una imagen negativa del pueblo ruso entre el colectivo español. No obstante, también ha confirmado la existencia de una imagen positiva de este pueblo en España. Además de corroborar los aspectos socioculturales que cuestionábamos (el carácter frío, el patriotismo y el consumo de alcohol), también se reflejaron múltiples aspectos positivos a través de la pregunta abierta de los adjetivos. Muchos de los adjetivos que se emplearon para definir al pueblo ruso configuraban la imagen de una sociedad que invitaba a ser descubierta. Así, los resultados afirman que el pueblo ruso es percibido por el español como trabajador, amable e inteligente.

Tras el estudio, podemos describir dos realidades. Por un lado, una persona que no tiene una imagen formada del pueblo ruso y que entabla amistad con un ciudadano de origen ruso, basará la imagen de este pueblo en las características de esta persona. Por otro lado, si una persona tiene una imagen formada del pueblo ruso antes de entrar en contacto con él (ya sea al entablar amistad con una persona de origen ruso o al visitar el país), prevalecerá la percepción que configura el estereotipo. De esta manera, no se contrasta la información del estereotipo con la realidad y se condena a este fenómeno sociológico a la perpetuidad, haciéndolo en gran medida, fijo e invariable.

En conclusión, hemos confirmado la existencia de la imagen estereotipada del pueblo ruso en España con matices tanto negativos como positivos. Además, se observa una ligera evolución de esta imagen a través de la percepción de la realidad de las nuevas generaciones, ya que estas tienen nuevas prioridades sociales. Asimismo, hemos comprobado que la imagen negativa del pueblo ruso transmitida por los medios de comunicación no tiene un impacto total sobre la sociedad española.

## 7. Bibliografía

- Campbell, D. T. (1967). Stereotypes and perceptions of group differences. *American Psychologist*(22), 817-829.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Harcourt, Brace & Co.
- Colás, X. (4 de junio de 2020). "Este señor es tu mamá": el vídeo homófobo de la 'granja de troles' de Putin para movilizar el voto. Recuperado el 6 de junio de 2020, de *El Mundo*: <https://www.elmundo.es/internacional/2020/06/04/5ed8d35afdddfbf9f8b45aa.html>
- Alemany y Bolufet, J. (1917). *Diccionario de la Lengua Española*. Barcelona: Ramón Sopena.
- Adorno, T. W., Frenkel-Brunswik, E., Levinson, D. J., & Nevitt Sanford, R. (1950). *The Authoritarian Personality*. New York: Harper & Row.
- Del Olmo, M. (2005). Prejuicios y estereotipos: un replanteamiento de su uso y utilidad como mecanismos sociales. *XXI, Revista de educación*(7), 13-23.
- Dimitrinka, G. N. (2011). Consideraciones pragmáticas sobre la cortesía y su tratamiento en la enseñanza del español como L1. *Tejuelo*, 64-84.
- Haverkate, H. (1991). Exploraciones semánticas y pragmáticas del español. *Foro hispánico*(2).
- JB. (11 de mayo de 2020). Así sacrificaba Stalin a sus soldados a base de alcohol: el estúpido asalto del ejército soviético. Recuperado el 11 de junio de 2020, de *El Español*: [https://www.elespanol.com/cultura/historia/20200511/sacrificaba-stalin-soldados-alcohol-estupido-ejercito-sovietico/483951841\\_0.html](https://www.elespanol.com/cultura/historia/20200511/sacrificaba-stalin-soldados-alcohol-estupido-ejercito-sovietico/483951841_0.html)
- Katz, D., & Braly, K. (1933). Racial stereotypes in one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*(28), 280-290.
- McMahon, B., & Quin, R. (1997). *Historias y estereotipos*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Más patriotismo en el cine, la receta de Rusia para combatir a Hollywood. (19 de enero de 2019). Recuperado el 11 de junio de 2020, de *El Imparcial*: <https://www.elimparcial.es/noticia/197684/cultura/mas-patriotismo-en-el-cine-la-receta-de-rusia-para-combatir-a-hollywood.html>
- Maliavina, S., García Bilbao, P. A., & Zanetti Durand, C. (2009). *De la Rusia eterna a la Rusia real*. Madrid: Atenea.
- Pirozhenko, O. (en prensa). El impacto mediático: Rusia en los medios de comunicación españoles. En S. Suárez Cuadros, E. Vercher García, E. Quero Gervilla, B. Barros García, & P. Marynenko (Ed.), *Actas de las V Jornadas Andaluzas de Eslavística 2019*.
- Ruiz, E. (10 de noviembre de 2017). Moscú, qué ver en la ciudad donde la Tierra empieza. Recuperado el 11 de junio de 2020, de *Traveler*: <https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/moscu-que-ver/11459>
- Rusia 2018: cómo enseñan a algunos rusos a sonreír antes del Mundial. (12 de junio de 2018). Recuperado el 5 de junio de 2020, de *BBC*: <https://www.bbc.com/mundo/media-44457781>
- Sánchez de Castro, D. (14 de abril de 2020). *Sara Hurtado*: "Aquí en Moscú hasta hace unos días estaban abiertos los locales de bebidas alcohólicas". Recuperado el 11 de junio de 2020, de *20 minutos*: <https://www.20minutos.es/deportes/noticia/4225570/0/sara-hurtado-patinadora-hielo-moscu-coronavirus/>

- Shauro, V., & Rybakova, N. (18 de Mayo de 2015). ¿por qué los rusos son tan serios? Recuperado el 4 de junio de 2020, de *Alma Rusa*: <https://almarusa.es/sociedad/rusos-serios/>
- Sherif, M., & Sherif, C. W. (1969). *Social Psychology*. New York: Harper-Inter.
- Tajfel, H. (1969). Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, 79-97.
- Tajfel, H. (1984). *The social dimension*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Taulé, G. (3 de enero de 2020). Las bebidas alcohólicas y la termorregulación corporal. Recuperado el 11 de junio de 2020, de *Levante*: <https://www.levante-emv.com/sociedad/2020/01/03/bebidas-alcoholicas-termorregulacion-corporal/1961845.html>
- Utrilla, D. (2013). *A Moscú sin Kaláshnikov*. Madrid: Libros del K.O.
- Valera, J. (1986). *Cartas desde Rusia*. Barcelona: Laertes.
- Watzlawick, P. (1979). *¿Es real la realidad?* Barcelona: Herder.

## 8. Anexos

### 8.1. Ficha técnica de la encuesta

<b>FICHA TÉCNICA</b>	
<b>Ámbito</b>	Nacional
<b>Universo</b>	Población española de ambos sexos a partir de 15 años de edad
<b>Muestra diseñada</b>	400 encuestas
<b>Muestra recogida</b>	443 encuestas
<b>Afijación</b>	Proporcional
<b>Cuotas</b>	Por sexo cruzado por cuatro grupos de edad y cuatro zonas geográficas
<b>Error muestral</b>	Para un nivel de confianza del 95% (dos sigmas), y $P=Q$ , el error real es de $\pm 4,00$ % para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple
<b>Procedimiento de recogida de la información</b>	Formularios de Google
<b>Fechas del trabajo de campo</b>	Del 18 de marzo de 2020 a 18 de abril de 2020

## 8.3. Preguntas de la encuesta

### Sección 1

#### Edad

- 15-24
- 25-44
- 45-64
- 65 o más

#### Sexo

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decirlo

#### Estudios

Texto de respuesta corta

#### ¿Ha viajado alguna vez a Rusia?

- Sí
- No

#### Zona geográfica

- Norte (Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, Navarra, Rioja)
- Levante (Cataluña, Comunidad Valenciana, Islas Baleares)
- Centro (C. León, Madrid, C. La Mancha, Aragón)
- Sur (Extremadura, Andalucía, Murcia, Islas Canarias)

### Sección 2

#### 10 preguntas sobre la sociedad rusa

#### ¿Tiene amistades rusas?

- Sí
- No

#### Desde su punto de vista, ¿qué 3 adjetivos definen su imagen sobre el pueblo ruso?

Texto de respuesta corta

#### ¿Cree que los rusos y las rusas son personas cercanas?

- Sí
- No

#### En su opinión, ¿el pueblo ruso tiene un carácter frío?

- Sí
- No

#### ¿Cree usted que se puede bromear con un ruso o una rusa?

- Sí
- No

**¿Considera que los rusos y las rusas se sienten orgullosas de su país?**

- Sí
- No

**¿Cree que tienen un sentimiento patriótico muy fuerte?**

- Sí
- No

**¿Cree que el pueblo ruso es un gran consumidor de alcohol?**

- Sí
- No

**Si en la pregunta anterior ha respondido “sí”, ¿cree que existe un problema de alcoholismo en Rusia?**

- Sí
- No

#### 8.4. Tabla de la división del territorio español

	Nº de habitantes	39542972:400	Personas encuestadas	Personas encuestadas
<b>Norte</b>				
<b>Hombres</b>				
15-24	326286	1,01155E-05	3,300546033	3
25-44	951847	1,01155E-05	9,628408329	10
45-64	1101575	1,01155E-05	11,14298191	11
65+	748607	1,01155E-05	7,572534109	8
<b>Mujeres</b>				
15-24	309877	1,01155E-05	3,134560794	3
25-44	940629	1,01155E-05	9,51493265	10
45-64	1135823	1,01155E-05	11,48941756	11
65+	1007455	1,01155E-05	10,19091105	10
<b>Levante</b>				
<b>Hombres</b>				
15-24	710352	1,01155E-05	7,185565656	7
25-44	1965750	1,01155E-05	19,88454413	20
45-64	1938983	1,01155E-05	19,61378254	20
65+	1120077	1,01155E-05	11,33013889	11
<b>Mujeres</b>				
15-24	669381	1,01155E-05	6,771123506	7
25-44	1917172	1,01155E-05	19,39315337	19
45-64	1956846	1,01155E-05	19,79447571	20
65+	1465195	1,01155E-05	14,82118002	15
<b>Sur</b>				
<b>Hombres</b>				
15-24	715468	1,01155E-05	7,237316554	7
25-44	1878990	1,01155E-05	19,00692335	19
45-64	1881808	1,01155E-05	19,03542882	19
65+	978574	1,01155E-05	9,898765297	10
<b>Mujeres</b>				
15-24	677104	1,01155E-05	6,849245512	7
25-44	1.829.249	1,01155E-05	18,50376826	19
45-64	1829249	1,01155E-05	18,50376826	19
65+	1.256.828	1,01155E-05	12,71344363	13
<b>Centro</b>				
<b>Hombres</b>				
15-24	609529	1,01155E-05	6,1656906	6
25-44	1698174	1,01155E-05	17,1778791	17
45-64	1752334	1,01155E-05	17,72573458	18
65+	662607	1,01155E-05	6,702601109	7
<b>Mujeres</b>				
15-24	586974	1,01155E-05	5,937535497	6
25-44	1702096	1,01155E-05	17,21755209	17
45-64	1812644	1,01155E-05	18,33580038	18
65+	1405491	1,01155E-05	14,21724421	14
<b>Total</b>	39542974	1,01155E-05	399,9969535	401



45-64	Hombre	Licenciatura filología	Administrativo	No	Norte	No	Trabajadores, agradecidos y alegres	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	No	
45-64	Hombre	Licenciado	Biólogo	No	Centro	No	Distante, prepotente, maleducado	No	Sí						
45-64	Hombre	Bachillerato	Supermercados	No	Levante	Sí	Simpáticos, amables y buenos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Mujer	Superiores	Economista	No	Centro	No	Frios, distantes, egoístas	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Mujer	Universitarios	Farmacéutica	No	Norte	No	Austero, Reservado, Religioso	No	Sí						
45-64	Hombre	universitarios	ingeniero	No	Norte	Sí	educado, serio, borracho.	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Mujer	Fp	Cajera	No	Levante	No	Adinerados, déspotas, buena imagen	No	Sí	Sí	No	No	No	No	
45-64	Mujer	Formación profesional	Ordenanza	No	Levante	No	Serios elegantes fríos	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Hombre	Bachiller	Reposición	No	Norte	No	Cercanos , amigables , honrados	Sí							
25-44	Mujer	Secundarios	Carnicera	No	Levante	Sí	Amables, educados y respetuosos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Mujer	Filología	Ama de casa	No	Levante	No	Por la imagen que tenemos: fríos, introvertidos, callados.	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Ciclo de Producción de audiovisuales, espectáculos y eventos	Estudiante	No	Norte	No	Fríos, serios y blancos	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	Bachillerato	Administración	No	Levante	Sí	Distante	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Universitarios	Estudiante	No	Centro	No	Vodka, frío, serios	No	Sí						
15-24	Mujer	En la universidad	Ninguna	No	Norte	No	Revolucionarios, curiosos, brutos	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	Universitarios	Profesor de Secundaria	No	Norte	No	Serio, trabajador, familiar	No	Sí						
15-24	Mujer	Graduada	Dietista nutricionista	No	Centro	Sí	Bruto, patriota, borde	No	Sí						
45-64	Mujer	Licenciatura	Bibliotecaria	No	Norte	No	Alegre, luchador, muy variado	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Mujer	Grado medio	Coach	No	Levante	Sí	Rico Ambicioso único	Sí	Sí	No	Sí	No	No	Sí	No
15-24	Hombre	estudiante	estudiante	No	Levante	Sí	fríos, secos, dimitris	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	

25-44	Mujer	Cfgs comercio internacional	Pescatera	No	Norte	No	Frío estrictos y duros	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	ESO	Limpieza	No	Levante	No	Altos, inteligentes y familiares	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Bachillerato	Estudiante	No	Levante	Sí	Amables	Sí	No						
15-24	Mujer	Eso, bachillerato y cursando Universidad	Intento de maestra	No	Levante	No	Grande, hablan fuerte y ricos	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Mujer	Magisterio de Educación Infantil	Estudiante	No	Centro	Sí	Cercano, confiable, simpático	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	No
15-24	Mujer	Eso y estoy cursando 1° de bachiller	Ninguna	No	Levante	Sí	No sé	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No	
25-44	Hombre	Ciclo formativo superior	Reponedor	No	Levante	No	Antipáticos. Superficiales. Materialistas	No	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	Ninguno	Vago	No	Levante	Sí	Borrachos, agresivos y poco inteligente	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	Marketing	Delegado de ventas	No	Levante	No	Patriotas, emprendedores, fríos	No	Sí						
45-64	Mujer	E. G. B.	Autónoma	No	Levante	No	Adinerado, limpio, bonito.	Sí							
15-24	Hombre	Fpb jardineria	Jardinero	No	Levante	Sí	Pobreza vodka bosque	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	1°FPB ADMINISTRACIÓN	Estudiante	No	Levante	Sí	Lunatico, peligroso y muy bonito	Sí							
45-64	Mujer	Bachillerato	Funcionaria	No	Norte	No	Fuerte trabajador bebedor	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Hombre	Bachiller	Músico	No	Levante	Sí	Locos, grandes y fuertes	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	No
25-44	Mujer	Graduado escolar	Limpieza, ama de casa, camarera	No	Levante	Sí	No lo sé	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	No
25-44	Mujer	Universitarios	Técnica de gestión económica	No	Levante	Sí	Muy ricos. Muy pobres. Muy guapas	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Eso	Dependiente	No	Levante	Sí	Turismo, economía, gastronomía	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	No
15-24	Mujer	Cursando 1 de bachillerato	Estudiante	No	Levante	Sí	frío, diferente, tímido	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
15-24	Mujer	La eso	Estudiante	No	Levante	No	Frio, interesante, bonito	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí
45-64	Hombre	Graduado escolar	Encargado de almacén de turismo	No	Levante	No	Blanqueo, prepotentes, frios	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Magisterio infantil	Maestra	No	Levante	No	Secos, fríos y grandes	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No

15-24	Hombre	Bachiller	Economía	No	Levante	Sí	Muy muy bonito	Sí							
15-24	Hombre	Magisterio infantil	No tengo	No	Levante	No	Grande	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Tecnico administrativo	Cajera	No	Levante	Sí	Fuertes, inteligentes, habiles	Sí	Sí	No	Sí	No	No	Sí	No
65 o más	Hombre	Graduado escolar , básicos	Jubilado	No	Levante	No	No tengo opinión no los conozco	No	No	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Mujer	Educación Primaria	Maestra y monitora de comedor escolar	No	Norte	No	Resistentes, alternativos y alegres.	Sí	Sí	No	Sí	No	No	Sí	No
15-24	Mujer	Magisterio infantil	Ninguna	No	Centro	No	Secos, educados y amables	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Hombre	Fp	Cajero	No	Levante	No	Prepotentes	No	Sí						
25-44	Mujer	Primaria y secundaria obligatoria	Cajera/reponedora	No	Levante	No	Serios, fríos y distantes.	No	Sí	Sí	No	Sí	No	Sí	No
25-44	Mujer	Tec. Superior Administracion	Empleada de supermercado	No	Levante	No	Inteligentes, rudos y presumidos	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Magisterio Infantil	Estudiante	No	Centro	No	Frio, nieve, guerra civil	No	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí	No
45-64	Mujer	Bachiller	Administrativa	No	Levante	No	Adinerados - soberbios - antisociales	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Bup	Limpiadora	No	Sur	No	Frío, bebida y moscu	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	Licenciado doctor	Restaurador obras de arte	No	Sur	No	Fríos, serios y generosos	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No
25-44	Mujer	Técnico superior en laboratorio clínico y biomedico	Auxiliar de enfermería	No	Sur	No	Frío, lejano, serio	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
25-44	Mujer	Licenciads	Camarera	No	Levante	Sí	Disciplinados, educados, inteligentes	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	Grado superior	Comercial	No	Sur	No	Simpaticos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No	No
25-44	Mujer	Fp 2	Administrativa	No	Levante	No	Suyos, callados, exigentes	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	EGB	Charcutero	No	Centro	No	Fríos, ostentosos, metódicos	No	No	Sí	No	Sí	No	Sí	Sí
25-44	Mujer	Bachiller	Logistica	No	Norte	No	Que son muy inteligente ,son muy ellos ,son muy independiente	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Hombre	E.S.O	Dependiente	No	Levante	No	Estirados, adinerados, elegantes	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No

25-44	Mujer	Formación profesional	Agente inmobiliario	No	Levante	Sí	Serios y muy suyos la mayoría	Sí	No						
25-44	Mujer	E.S.O	Perfumera	No	Levante	Sí	Cerrados, adinerados y elegantes	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	Grado	Arquitecto Técnico	No	Levante	No	Trabajadores, disciplinados y hospitalarios	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No	No
45-64	Hombre	Ingeniero tecnico	Tecnico de Telecomunicaciones	No	Norte	Sí	Disciplina, tesón	Sí							
25-44	Mujer	2ESO	limpiezas	No	Levante	No	Organizado diciplicado patriotas	Sí	No						
15-24	Hombre	Graduado	Dietista-Nutricionista	No	Centro	No	Bonito, cultural, único	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Mujer	Fp	Cajera	No	Levante	No	Adinerados, déspotas, buena imagen	No	Sí	Sí	No	No	No	No	
45-64	Hombre	Universitarios	Profesional	No	Levante	Sí	Desconfiados, simpáticos y carácter cerrado	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
15-24	Mujer	La ESO	Estudiante	No	Levante	No	Belleza, guerra y cultura	No	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Universitativos	Estudiante	No	Levante	No	Frios, serios, elegantes	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	
45-64	Hombre	EGB	Marinero	No	Levante	Sí	Patriotismo,individualismo,generosos]	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Hombre	Universidad no finalizada	Ingeniero de Redes	Sí	Levante	Sí	Amable, Duro, Trabajador	Sí							
15-24	Mujer	Universidad	Estudiante	No	Levante	Sí	Cariñosos, amables y trabajadores	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Hombre	ESO	Estudiante	No	Centro	No	Locos Diferentes Majos	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Grado superior	Esteticista	No	Centro	Sí	Sociable, serio, controlador	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No
45-64	Mujer	Bachiller	Administrativo	No	Levante	No	Rectitud y constancia	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No	
45-64	Mujer	EGB	Dependiente	No	Levante	No	Desconfiados,Serios,responsables.	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
45-64	Hombre	Ingeniería	Auditor energetico	No	Centro	No	Dureza, austeridad, frialdad	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
45-64	Mujer	DUE	Enfermera	Sí	Centro	No	Historia política, belleza de edificios y cultura	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Grado en traducción e interpretación	Estudiante	No	Norte	No	Serios, brutos y bordes	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Mujer	Bachiller	Camarrera	No	Levante	No	Aguerridos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No

25-44	Mujer	Bachiller	Camarera	No	Levante	No	Aguerridos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Ingeniería de Minas	No trabajo	No	Norte	No	Distante, anticuado, clasista (no todos)	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	ADE	Estudiante	Sí	Levante	Sí	Fríos, exigentes e inexpresivos	No	Sí						
25-44	Mujer	Licenciada en Publicidad y RRPP	Community manager y diseñadora gráfica	No	Norte	No	Frío, serio, distante	Sí	No						
45-64	Hombre	Universitarios	Informático	No	Centro	No	Rudo, bebedor y cercano	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí
45-64	Mujer	Bachillerato	Decorada	No	Centro	No	Disciplinados, rudos y orgullosos	No	Sí						
45-64	Mujer	Fp-2	Administrativa	No	Centro	No	Grandes, guapos y rusos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No	
15-24	Hombre	Magisterio infantil	Deportista profesional	No	Levante	No	Carácter, fiesta, seriedad	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No
45-64	Hombre	Ingeniero técnico en topografía	Ingeniero técnico en topografía	No	Centro	No	Trabajadores, fríos, organizados.	Sí							
15-24	Mujer	Ingeniería en organización industrial	Estudiante	No	Norte	Sí	Frío, alcohol, duro	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No
15-24	Hombre	Superiores (Grado)	Estudiante	No	Norte	No	severo, fuerte, intransigente	No	Sí						
65 o más	Hombre	Ninguno.	Jubilado. Anteriormente agricultor	No	Sur	No	Cerrados de mente. Humildes. Trabajadores	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	
45-64	Mujer	Primarios	Carnicera	No	Sur	No	Creo que es muy bonito	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
65 o más	Mujer	Ninguno	Jubilada. Anteriormente agricultora	No	Sur	No	Fríos. Serios. Raros	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	Ingeniería Técnica	Tecnico comercial (sector industrial)	No	Norte	Sí	Serios , trabajadores y respetuosos	Sí							
65 o más	Mujer	Bachiller superior	Administrativa comercial	No	Sur	No	Complejidad, sentido artistico y pasional	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
45-64	Mujer	Bachiller	Desempleada	No	Levante	No	Fríos, puntuales, cabezotas	No	Sí						
45-64	Mujer	Diplomada filología hispánica	Profesora	No	Sur	No	Frío, alcoholizado, reprimido	No	Sí						
45-64	Mujer	Secundaria	Parada	No	Norte	No	Reservado, patriota, serio	No	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Mujer	Bachillerato	Estudiante	No	Centro	Sí	Sociables , serios , honestos	Sí	Sí	No	Sí	No	No	No	No

25-44	Hombre	Grado superior de admón. Y finanzas	Contable	No	Levante	No	Unicos , sociables y guapas	Sí							
25-44	Mujer	Formacion profesional Administrativo FPII	Banca	No	Levante	No	Frio, distante, restricciones	No	Sí						
45-64	Mujer	Bachillerato	Operaria fabricación azulejos	No	Levante	No	Fuertes, trabajadores, peculiares	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	Eso	Repartidor	No	Levante	No	Desconfiados, egocentricos , arogantes	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Grado superior	Mercadona	No	Levante	No	Rudos serios distantes	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
65 o más	Mujer	Primarios	Modista, presidenta cooperativa industrial	No	Sur	No	guapas, rubias	No	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí	
65 o más	Hombre	Primarios	Dependiente de tejidos, jubilado	No	Sur	No	enorme	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No	
65 o más	Mujer	Bachiller	ama de casa	No	Sur	Sí	estupenda, trabajadores, cariñosa, agradable	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No	
45-64	Hombre	Medicina	Profesor de universidad	Sí	Sur	No	Duros, orgullosos, valientes	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
45-64	Mujer	Doctor en medicina	Médico	Sí	Sur	Sí	No puedo describir a todo un pueblo con tres adjetivos	Sí	Sí	No	Sí	No	No	No	No
15-24	Mujer	bachillerato	estudiante	No	Levante	No	rusos patatas y majos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	No	No
45-64	Mujer	Universitarios	Profesora	Sí	Sur	Sí	Altivos, orgullosos, guapos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
65 o más	Mujer	Bachiller Superior	Funcionaria Universidas recién jubilada	No	Centro	No	Disciplina, Educación, Tristes	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Traducción e Interpretación	Profesora	No	Sur	No	Estricto, frío, conservador	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
65 o más	Mujer	Diplomada	DUE ENFERMERA	No	Centro	No	Bueno	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
65 o más	Hombre	Graduado en Economía y G. Social	Empleado de Banca	No	Centro	No	Cultos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	
45-64	Mujer	Universitarios	Profesora de primaria	No	Sur	No	Agradables , amables, disciplinados...	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
65 o más	Mujer	EGB	Cocinera	No	Levante	No	son buenas personas trabajadores ayudan a la gente	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí

45-64	Hombre	Bachiller	Director	No	Levante	No	Muy serios , carácter fuerte , superiores	No	Sí	No						
45-64	Mujer	Medios	Maestra de Educación Infantil	No	Sur	No	Fríos,serios y trabajadores.	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Técnico Superior educación Infantil	Animadora	No	Levante	No	Serios, exigentes y educados	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No		
15-24	Hombre	Bachillerato	Estudiante de Grado de Biología	No	Sur	Sí	Fuerte, con convicción y machista	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Mujer	Universitaria	Animadora	No	Levante	No	Serios, rudos y temperamentales	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Mujer	Universitarios	Auxiliar administrativa	No	Levante	No	Serios, adinerados, secos	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Hombre	Tecnico superior en acondicionamiento físico	Entrenador	No	Sur	Sí	Ser tímida blanquita y alta	No	Sí							
25-44	Hombre	Licenciatura en Farmacia	Farmacéutico	No	Levante	No	Frio, Color, Patriotismo	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Universitarios	Estudiante	No	Sur	No	Duro, revolucionario, homófobo	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Mujer	Maestra. Diplomada	Escuela infantil	No	Sur	No	Sosos. Frio. Tono alto de voz	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Doble Grado en Derecho y CCPP	Ninguna	No	Sur	Sí	Autocrático, distante y homófobo	No	Sí							
45-64	Mujer	Universitarios	Maestra de educación infantil	No	Sur	Sí	Gente amable, idioma brusco, mucho frio	Sí	No							
45-64	Mujer	Licenciada	Medico	No	Sur	Sí	Fuertes, con caracter y divertidos.	No	Sí	No						
25-44	Mujer	Doctora Psicología	Profesora FCCE Ugr	No	Sur	No	Frios, bebedores, fuertes	No	Sí							
45-64	Hombre	Bachiller	Quiromasajista	No	Sur	Sí	Borracho, mandones y protectores	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Hombre	Universitarios	Asesor comercial	No	Sur	Sí	Trabajadores	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
65 o más	Mujer	Diplomada	Funcionaria jubilada	No	Sur	No	Fuertes, rudos y poco amigables	No	Sí	No						
45-64	Hombre	Licenciado en medicina y cirugía	Estomatologo	No	Sur	Sí	Limpieza.seriedad y trabajo	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	No	No
65 o más	Hombre	Superiores	Jubilado	No	Sur	No	Aislamiento, soledad, miedo	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No	No
15-24	Mujer	Filología hispánica	Actriz	No	Sur	No	Rudo, concienzudo y frío	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No	No

25-44	Mujer	Medios	RRHH	No	Sur	Sí	Trabajador, sociables, inteligentes	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	No	No
65 o más	Mujer	Graduado escolar	Jubilada	No	Sur	No	No conozco ninguna	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No	No
65 o más	Mujer	Profesora de secundaria	Jubilada	No	Sur	No	Fuertes.. amables.. guapos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Mujer	Filología hispánica	Actriz	No	Sur	No	Rudo, concienzudo y frío	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No
15-24	Mujer	Traducción	Traducción	Sí	Sur	Sí	Curiosa, desconfiada y sorprendente	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí
25-44	Mujer	Superior	Educadora infantil	No	Sur	No	Serios, educados y estrictos	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Grado en Derecho	Edtudiante	No	Sur	Sí	Serios, trabajadores , pesimistas.	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	Doctor	Profesor	No	Sur	No	Sinisestro, frío	No	Sí						
15-24	Hombre	Grado en Fisioterapia	Estudiante	No	Sur	Sí	Metodológicos, disciplinados y serios	No	Sí						
65 o más	Mujer	Universidad	Maestra	Sí	Sur	No	Trabajador, familiar, amable	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
25-44	Hombre	FPGM	Formador en cadena de supermercados	No	Sur	No	Introvertidos, serios y soberbios	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
25-44	Hombre	FPGM	Formador en cadena de supermercados	No	Sur	No	Introvertidos, serios y soberbios	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
45-64	Hombre	Bup	Pensionista	No	Sur	Sí	Guapos, rubios, serios	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Hombre	Grado Superior Actividades Físico-Deportivas	Camarero	No	Sur	Sí	Frialdad, Fortaleza, Autoridad	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	Grado en Administración y Dirección de Empresas	Desempleado	No	Sur	Sí	Frío, antipático y seco	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	ESO, TECO y Aux. Enfermería	Estudiante	No	Sur	No	Patriotas, educados/ordenados y trabajadores	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
45-64	Hombre	Superiores	Profesor	Sí	Sur	No	Constante, trabajador, inteligente	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Anatomía patológica y citodiagnostico	Tecnico de anatomia patologic	No	Sur	Sí	Frio , disciplinados, diferentes	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	

15-24	Mujer	Bachillerato	Camarera	No	Sur	No	No tengo amigos rusos	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí
15-24	Hombre	Estoy estudiando bachillerato	Ninguna	No	Sur	No	Unido, Potente y Fuerte	No	Sí	No	No	Sí	Sí	No	
15-24	Hombre	Eso / Bachillerato / FP	En paro	No	Sur	No	Cachimbas, fuertes y listos	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
25-44	Hombre	Master en cocina	Cocinero	No	Sur	No	Frío, Interesante y Bonita	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Mujer	Bachillerato	Empresaria	Sí	Sur	Sí	Serios	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
45-64	Mujer	Bachillerato	Empresaria	No	Sur	No	Luchadores - fuertes- oprimidos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
45-64	Hombre	Grado superior química	Técnico de laboratorio químico	No	Sur	No	Grande, no democrático, muy desigual	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	Grado superior	Vacunador de peces	No	Sur	No	Frío, Ak-47 y Putin	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Hombre	Ciclo formativo superior administración y finanzas	Ninguna	No	Sur	No	Agresivos, fuertes, blancos	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No	Sí	Sí
15-24	Mujer	traducción	estudiante	No	Sur	No	serio , diferente, sobrio	No	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Estricto, disciplinario, acogedor	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Traducción e Interpretación	Ninguna	No	Norte	No	Reservado, obediente, radical.	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Graduado en Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Serios, directos, fríos	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Traducción	Estudiante	No	Centro	Sí	Cerrados, serios	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No
15-24	Mujer	ESO, BACHILLER, GRADO	Estudiante	No	Sur	No	Frio	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Traducción e Int	Estudiante	No	Levante	No	Frío, distante, cerrado	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Cerrado, frío, formal	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Universidad	Estudiante	No	Sur	Sí	Atentos, diplomáticos y algo alegres	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí
15-24	Mujer	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Levante	No	Solitario, tendencia a beber demasiado, gente muy fría	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Fríos, trabajadores, disciplinados.	No	Sí						

15-24	Mujer	Traducción e interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Frío, conservador y machista	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
15-24	Mujer	Grado en Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Centro	No	Metódico, independiente, disciplinado	No	Sí	No	Sí	Sí	No	No	
15-24	Mujer	Traducción	Estudiante	No	Sur	Sí	Resistente, duro y bruto	No	Sí						
15-24	Mujer	4° de carrera	Estudiante	No	Sur	Sí	Fríos, serios y ordenados	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Traducción e interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Combativos, patriotas, costumbristas	Sí							
15-24	Mujer	Grado en Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Mente cerrada, antipáticos y fríos	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Hombre	Primaria	Mantenimiento	No	Sur	Sí	Seriedad, sociales, patriotismo	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	economía	estudiante	No	Sur	No	oblas autónomo hebreo, chechenia, Ramzam kadyrov	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No	
15-24	Mujer	Estudiante Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Frialidad, hermetismo,	No	Sí						
15-24	Mujer	Traducción e Interpretación	Ninguna	No	Sur	Sí	Fríos, desconfiados, cerrados	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Grado Univeritario	Traducción e Interpretación	No	Sur	No	Frialidad, pobreza, lejanía	No	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí	No
15-24	Mujer	Grado en Comunicación Audiovisual	Estudiante	Sí	Sur	No	Estrictos, distantes y educados	No	Sí						
15-24	Mujer	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Serios, fríos, altos	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Hombre	Universitarios	Estudiante	No	Sur	No	Frío, alocado y duro	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Mujer	Bachiller	Funcionaria	No	Sur	No	Frío, agradable, bebedores	Sí	No						
15-24	Mujer	Universitarios	No	No	Sur	No	Fríos, trabajadores y serios	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No
65 o más	Mujer	Universitario	Jubilada	Sí	Sur	Sí	Mafia, serios	No	Sí						
45-64	Mujer	Diplomada en Trabajo Social	Trabajadora Social	No	Sur	No	Talentoso, distante, interesados	No	Sí	Sí	No	Sí	No	Sí	Sí
15-24	Mujer	Traducción e interpretación	Estudiante	No	Sur	Sí	Tradicional, cerrado y especial	No	Sí						
15-24	Hombre	Grado en Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	Sí	Frío, conservador y hospitalario	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí

45-64	Hombre	Doctor	Profesor	No	Sur	No	Sinisestro, frío	No	Sí							
25-44	Hombre	Estudiante de Arquitectura	Estudiante	No	Sur	Sí	Reservados pero intensos cuando los conoces. Muy hospitalarios además. Podríamos decir Hospitalarios, Reservados y Sociales creo yo.	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	No	No
15-24	Hombre	Traducción e interpretación	Soy estudiante	No	Centro	No	Frío, gris, complejo	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	
15-24	Mujer	Universitarios	Estudiante	No	Sur	Sí	Cerrados, eficientes y directos	Sí	No							
15-24	Mujer	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	Sí	Tradicional y trabajador	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	No	No
15-24	Hombre	CCAFD	Universitario	No	Sur	No	Serios, arrogantes e introvertidos.	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Hombre	Bachillerato	Militar	No	Levante	Sí	Cerrados, serios y leales	No	Sí	No						
25-44	Mujer	Magisterio Educacion Infantil	Maestra	No	Levante	No	Alegres, familiares y tradicionales	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Educacion Primaria e Infantil	Educadora infantil	No	Sur	No	Bonito, fría, serio	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Hombre	Licenciado en derecho	Abogado	No	Levante	Sí	Fríos, distantes, exigentes	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
25-44	Mujer	Título superior de música	Professora de música	No	Levante	No	Disciplina, serietat, rectes	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
25-44	Mujer	Master Universitario	Fisioterapeuta	No	Levante	No	Frio, distante, elitista	No	Sí							
15-24	Mujer	Univesitarios	Estudiante	No	Sur	No	Frío aburrido serio	No	Sí	Sí	No	Sí	No	Sí	No	No
25-44	Mujer	Ciencias Ambientales	Ambientóloga	No	Levante	No	Estricto, frío y inteligente	No	Sí	No						
15-24	Mujer	Universitaria	Estudinte	No	Sur	No	Sobriedad, comunismo, independiente	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
15-24	Hombre	Grado en Economía	Consultor	No	Sur	Sí	Serio, directo, inteligente	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	
15-24	Hombre	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	Sí	Austero, serio y homófobo	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	
15-24	Hombre	Estudiante de TEI	No	No	Sur	No	Profesionales, retrógrados, homófobos	No	Sí	No						
15-24	Hombre	Graduado	Entrenador personal	No	Levante	Sí	Honestidad, patriota, seriedad	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
45-64	Mujer	Primaria	Ama de casa	No	Sur	Sí	Reservada poco sociables comunistas	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No



15-24	Mujer	Estudios Ingleses	Estudiante	No	Levante	Sí	Frío, reservado, introvertido	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	
45-64	Mujer	ESO	Ama de casa	No	Sur	No	Serio, frío, autoritario	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
15-24	Mujer	Grado en Traducción e interpretación	Estudiante	No	Levante	Sí	Seriedad, eficacia e astucia	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Grado en arqueología	Estudiante	No	Sur	No	Homofobia, conservador, militar	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Grado en Biología	Estudiante	No	Sur	No	Estricto, intolerante, frío	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	
15-24	Mujer	Arqueología	Estudiante	No	Sur	No	Homófobos, racistas, cerrados	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No	No
45-64	Mujer	EGB	Parada	No	Sur	No	Frío, serio, patriótico	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Biología	Estudiante	No	Sur	No	Serios, amables, inteligentes	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No
15-24	Mujer	Grado en Logopedia	Estudiante	No	Sur	No	Directos, trabajadores, individuales	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Mujer	Superiores (grago)	Maestra	No	Levante	No	Obstinados, frios, poco empáticos	No	Sí						
15-24	Mujer	Grado en Biología	Estudiante	Sí	Sur	No	Organizado, estricto, patriota	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Graduada en Biología	Profesora en una Academia	No	Sur	No	No conozco muy bien el pueblo ruso como para opinar.	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No
15-24	Mujer	Grado en traducción e interpretación	Estudiante	Sí	Centro	No	Desorganizado, cercano y tradicional	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No	No
65 o más	Hombre	Graduado	Comercial	No	Levante	No	Extraños, ricos y guapos	No	Sí	Sí	No	Sí	No	Sí	Sí
45-64	Mujer	Bachillerato	Contable	No	Levante	Sí	Fríos, simpáticos y elegantes	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Mujer	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Distante, serios y sosos	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	Ingeniería	Estudiante	Sí	Centro	No	Basto, homófobo y envejecido	No	Sí						
25-44	Hombre	Grado universitario	Instructor fitness	No	Levante	Sí	Introvertidos, educados, algo serios	No	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí	No
15-24	Hombre	Universitario	Estudiante	No	Sur	No	Serios, altos, trabajadores	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No
45-64	Hombre	Universitario	Aparejador	No	Sur	No	Enérgicos autosuficientes autoritarios	No	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Norte	Sí	Religioso, estricto, sumiso	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí

15-24	Hombre	Bachillerato y ciclo superior	Estudiante universitario	No	Norte	Sí	Familiar, hospitalario, orgulloso	Sí	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
15-24	Hombre	Bachillerato	Estudiante universitario	No	Norte	Sí	Agradecido, fuerte, humilde	No	Sí	No	Sí	No	No	Sí	No
15-24	Mujer	Universitarios, Traducción e interpretación	Estudiante	No	Norte	No	Fuertes, fríos, trabajadores	Sí							
15-24	Mujer	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Norte	No	fríos, alcohólicos, científicos	No	Sí						
15-24	Mujer	Estoy en 4 curso de grado	Ninguna	No	Norte	No	Frío, curioso, cerrado	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí
25-44	Mujer	Universitarios	Estudiante	No	Norte	No	Fríos, solitarios y bordes	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Frío, cerrado, aislado	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	INFORMATICA	ESTUDIANTE	No	Centro	Sí	Sinceros, frios, amables	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
15-24	Mujer	Grado Superior	Artista	No	Norte	Sí	Amables, serios y confiables	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	No
15-24	Mujer	Grado universitario, máster universitario	Enfermera	No	Centro	No	Sufridor, hermético, tradicionalista	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Mujer	Licenciatura Psicología	Variada	No	Levante	No	Conflicivos, irrespetuosos, nuevos ricos	No	Sí	No	No	Sí	No	Sí	Sí
45-64	Mujer	Doctora en Filología	Profesora	Sí	Sur	No	muy familiares, grandes filósofos y temperamentales	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
15-24	Mujer	Arqueología	Camarera	No	Sur	Sí	Nostálgico, romántico, jerárquico	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Mujer	superiores	profesora	Sí	Sur	Sí	tenacidad, seriedad, sobriedad	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	Universidad	Profesor	Sí	Levante	No	Frío, calculador, distante	No	No	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí
45-64	Hombre	Superiores	Profesor universitario	No	Sur	No	Temperamentales, violentos, orgullosos	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí
65 o más	Hombre	Educación Física	Profesor	No	Sur	No	Sufridores, trabajadores	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Hombre	Doctor en Filología	Profesor universitario	No	Sur	Sí	Sinceros, amables y generosos	No	Sí						
45-64	Hombre	Doctor	Médico	No	Sur	No	Resistente, resignado y abnegado	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
45-64	Hombre	Superiores	Profesor	No	Sur	Sí	Sobrios	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No



25-44	Hombre	Bachiller	Entrenador Baloncesto	No	Levante	No	Frio,respetuoso,de costumbres	No	Sí	No	Sí	No	No	Sí	No
15-24	Hombre	Formación profesional grado superior	Estudiante Arquitectura	No	Levante	Sí	Introvertidos, trabajadores y machistas	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No	No
45-64	Mujer	Superiores	Ama de casa	No	Sur	No	Borrachos, guapos y excéntricos	No	Sí						
45-64	Hombre	Derecho	Administrativo Contable	No	Sur	No	Fríos, cuadriculados y cerrados	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	Universitarios	Estudiante	No	Sur	Sí	Frío, especial, inteligente	Sí							
25-44	Mujer	Doctorado	Profesora	No	Sur	No	agradables, respetuosos, organizados	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	No	No
45-64	Hombre	Coach	Coach	No	Sur	No	Frios, Distantes y Conservadores	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Mujer	Universitarios	Profesora de infantil	No	Sur	No	Frío, lejano, grande	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
65 o más	Hombre	Licenciado en Filología Hispánica	Profesor (jubilado)	No	Sur	No	fríos, valientes, luchadores	No	Sí						
45-64	Mujer	Bachiller	Auronoma	No	Sur	No	Serios, bebedores y agresivos	No	Sí						
45-64	Mujer	Licenciada en Filología Hispánica	Profesora (jubilada)	No	Sur	No	serios, aburridos, responsables	No	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
65 o más	Mujer	Magisterio	Maestra (jubilada)	No	Sur	No	trabajadores, especuladores, bailarines	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	No
65 o más	Mujer	Bachiller Superior	Gerente comercial	Sí	Sur	Sí	Fuertes disciplinados aman la musica clasica	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Mujer	Licenciatura Filología Hispánica	Coach	No	Sur	Sí	Luchador, introspectivo, cerrado	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Licenciada en Traducción e Interpretación	Asistente departamento jurídico empresa	No	Norte	Sí	Reservados, competitivos, desconfiados	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	Universitarios	Estudiante	No	Levante	Sí	Familiares, trabajadores, distantes.	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Fp superior	Animación	No	Levante	No	Serios, ricos, derrochadores	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	No
65 o más	Mujer	Licenciada psicología	Psicologa	No	Norte	Sí	Tenaces inteligentes	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Hombre	Bachiller	Técnico de sonido	No	Sur	No	Fuerte, rubios, rudos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No

15-24	Hombre	Biología	Estudiante de Grado	No	Levante	Sí	No sabría cómo calificarlos	Sí	Sí	No	No	Sí	No	No	No
45-64	Hombre	BACHILLER, UNIVERSITARIOS(NO FINALIZADOS)	BANCA	No	Levante	Sí	INTROVERTIDO, DESCONFIADO, FRÍO	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
45-64	Mujer	Grado	Enfermera	No	Sur	No	Frios, cultos, obedientes	No	Sí						
15-24	Hombre	Bachillerato	Estudiante	No	Levante	Sí	Serios, reservados y trabajadores	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	
15-24	Mujer	Doble grado derecho y ADE	Estudiante	No	Sur	Sí	Valientes, serios y alocados	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	Universitario 3 curso de Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Sur	No	Serios, bebedores y rectos	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Informática	Informática	No	Norte	No	Frío, desconfianza, control	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Grado y Master	Educadora Infantil	No	Norte	No	Curioso, cultural e innovador	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No	
25-44	Hombre	Técnico Superior	Desarrollador de software	No	Norte	Sí	Disciplinados, bebedores, educados	No	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No
25-44	Hombre	Ingeniería Técnica en Informática de Gestión	Programador informático	No	Norte	No	Tosco, comprometido y solidario	Sí	No						
25-44	Hombre	Universitarios	Entrenador	No	Norte	No	Comunismo, cerrados, dopados	No	Sí						
25-44	Mujer	Criminología	Opositora	No	Sur	Sí	No tengo suficientes conocimientos sobre los rusos para poder adjetivarlos.	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No	No
25-44	Hombre	Master estadística	Consultor informático	No	Norte	No	Rudos, Borrachos, Resistentes	No	Sí						
25-44	Mujer	Universitarios	Ingeniería	No	Norte	No	Frío rubio bruto	No	Sí						
25-44	Hombre	Ingeniería técnica	Consultor informático	No	Norte	No	Alocados, toscos, seguros	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Universitarios	Profesora	No	Sur	No	Resistentes, trabajadores, inteligentes	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Hombre	Universitarios	Informático	No	Norte	Sí	Serios, ricos, callados	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Carrera en Estudios Ingleses	Alumna de máster	No	Sur	No	Bebedores, cerrados, serios	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Hombre	Ingeniería	Ingeniero	No	Norte	No	Frío, luchador, orgulloso	No	Sí						
45-64	Hombre	Doctorado	Profesir	No	Sur	Sí	Duros, trabajadores, mafiosos	No	Sí						

15-24	Hombre	Forja Artística	Mozo de almacén	No	Sur	Sí	Fuerte, orgulloso, trabajador	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Cocina y gastronomía	Ninguno	No	Sur	No	Fuerte, trabajadores, amistosos	Sí	No						
45-64	Hombre	Universitarios (nivel doctorado)	Profesor de universidad	Sí	Sur	Sí	reservado, heterogéneo, frío	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No
25-44	Hombre	Titulado Ingeniero Técnico	Consultor informático	No	Norte	No	Serio, fuerte y tradicional	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Licenciada	Jefa de compras	No	Sur	No	Extenso, frío, precioso	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
45-64	Mujer	Universitarios	Enfermera	No	Sur	No	Bonito y frío	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Hombre	Máster	Contratado predoctoral	No	Sur	No	Fuerte, poderoso, rígido	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Ingeniería de Telecomunicaciones	Técnico de Ingeniería	No	Norte	No	duros, fríos, prácticos	No	Sí						
25-44	Mujer	Lic.en Relaciones Internacionales	Lic.Relaciones Internacionales	No	Sur	No	Frios, desconfiados, resilientes	No	Sí						
25-44	Hombre	Ingeniería de Telecomunicaciones	Técnico de Ingeniería	No	Norte	No	duros, secos, patrióticos	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Mujer	posgrado	investigador	No	Sur	No	frío, duro, distante	No	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Administración y turismo	Turismo	No	Sur	No	Estrictos, formales, trabajadores	No	Sí						
15-24	Hombre	Grado en traducción e interpretación	Estudiante	No	Centro	No	Frío, tradicional, austero	No	Sí						
25-44	Hombre	Fp Grado Superior (Tafad)	Animador	No	Levante	Sí	Patriotas, introvertidos, familiares	Sí	No						
15-24	Hombre	Universitarios	Estudiante	No	Sur	No	Serios, ordenados y reservados	Sí	No						
15-24	Hombre	Traducción e Interpretación	Estudiante	No	Centro	Sí	frío, histórico, inquebrantable	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	No
45-64	Hombre	Doctorado	Profesor universitario	No	Sur	No	sufrido, cordial, valiente	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Mujer	Universitarios	Estudiante	No	Sur	No	frío, poco sociables, alcohólicos	No	Sí						
25-44	Hombre	Grado edificación	Arquitecto técnico	No	Sur	Sí	Fuertes, duros, cabezones	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
15-24	Hombre	Ingeniería Informática	Estudiante	No	Sur	No	Orgullosos Curiosos Suyos	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No	No
45-64	Mujer	Bachiller o equivalente	Agricultura	No	Sur	Sí	Disciplinados y competitivos	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No

25-44	Hombre	Grado Magisterio	Informador	No	Sur	No	Comunismo, Homófobos, Potencia	Sí	No							
45-64	Hombre	Graduado escolar	Carretillero	No	Sur	Sí	Trabajadores	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	
25-44	Mujer	diplomatura turismo	técnico información turística	No	Sur	No	tercos, distantes, introvertidos	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	
25-44	Mujer	PhD	Científica	No	Levante	No	Callados, respetuosos, trabajadores	Sí	Sí	No	Sí	No	No	No		
25-44	Mujer	Graduado y master	Enfermera	No	Levante	Sí	Recto, ordenado y respetuoso	No	Sí							
25-44	Hombre	Doctorado	Estudiante de doctorado	No	Sur	No	Distante, inteligente, bruto	No	Sí	Sí	No	Sí	No	No	No	
25-44	Hombre	Magisterio	Maestro	No	Levante	No	Serios, arrogantes y distantes. Aún así, creo que no se debe generalizar, ya que para conocer bien a la población rusa debería viajar a Rusia y vivir con ellos y conocer sus costumbres. La percepción que tengo de la población rusa es en base a los turistas que vienen, que generalmente suelen ser de clase adinerada y que acostumbra a mirar por encima del hombro a cualquiera que se le ponga por delante. Lo desconozco, pero dudo que toda la población rusa me transmita la misma imagen.	No	Sí	No						
25-44	Hombre	Ciclo superior	Camarero	No	Centro	Sí	Fuertes, frios y guapos.	Sí	No							
15-24	Mujer	Estudios Ingleses	Ninguna	No	Sur	Sí	Fríos, fuertes, rudos	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No	No	
15-24	Mujer	Máster en Educación Social	Maestra de primaria y educadora socia	No	Sur	No	Frío, serio, conservador	No	Sí	No						
25-44	Mujer	Grado en Economía	Administrativa	No	Norte	No	Frios, fiesteros, elegantes	No	Sí							
15-24	Hombre	Ingeniería civil (en curso)	Estudiante	No	Sur	No	Fríos, distantes, formales	No	Sí							
15-24	Hombre	Grado en Traducción e Interpretación	RRPP	No	Sur	Sí	amigables, generosos, un poco locos	Sí	Sí	No	Sí	No	No	Sí		
15-24	Mujer	Universitarios	Ninguna	No	Levante	No	Poderoso, rico, trabajador	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No	
15-24	Mujer	Universitarios	Estudiante	No	Sur	Sí	Inteligentes, solidarios, distantes	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	

15-24	Mujer	Fp	Estudiante	No	Centro	No	Amables,distantes,lejanos	No	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	
15-24	Mujer	Universitarios	Estudiante	No	Sur	Sí	Inteligentes, solidarios, distantes	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	
15-24	Mujer	Universitarios	Estudiante	No	Sur	Sí	Inteligentes, solidarios, distantes	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	
15-24	Mujer	Grado en psicología	Psicóloga	No	Sur	No	Seriedad, autoridad y frialdad.	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	
45-64	Mujer	Diplomado	Enfermera	No	Levante	Sí	Cercanos divertidos patriotas	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
45-64	Mujer	Bachiller	Ama de casa	No	Levante	Sí	Serios, ordenados y estrictos	No	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí	
45-64	Mujer	Superiores	Enfermera	No	Levante	No	Frío,recto,ordenado	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	
15-24	Mujer	ESO	ninguna	No	Sur	Sí	no recuerdo haber tenido una conversación con ella sobre el pueblo ruso	Sí	No	No						
45-64	Mujer	Auxiliar Enfermeria	Ama de casa	No	Levante	No	Carácter fuerte	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
15-24	Hombre	Bachillerato	Estudiante	No	Sur	No	Fríos, serios y trabajadores	No	Sí							
45-64	Mujer	Licenciada en Derecho	Formadora y contable	No	Sur	Sí	Personas serias, responsables y trabajadoras	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
15-24	Mujer	Universitarios	Estudiante	No	Sur	No	Frio, elegante y distante	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
25-44	Mujer	Doctorado	Profesora/Investigadora	No	Levante	Sí	Inteligentes, reservados, perseverantes	Sí	No							
25-44	Hombre	Doctorado	Medico	No	Levante	Sí	Trabajador, subyugado, mucha desigualdad social	Sí								
25-44	Hombre	Ciencias de la Actividad Física y Deportiva	Entrenador de Korbball	No	Levante	No	Serios, trabajadores, distantes.	No	Sí	No						
45-64	Mujer	Bachillerato	Ama de casa	No	Levante	Sí	Constantes	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
45-64	Hombre	Medios	Militar	No	Levante	Sí	Disciplinado, inteligencia, constancia	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No		
45-64	Mujer	Grado	Enfermera	No	Levante	No	distante ,desconicido,lejano	No	Sí							
45-64	Mujer	Bachiller	Administrativo	No	Sur	No	Serios	No	Sí	No						
45-64	Mujer	Admiinistrattiva y comercial	LLIRIA	No	Levante	Sí	Buena	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	



45-64	Mujer	Filología alemana. Máster Traducción. Máster Cinr	Profesora Universidad	Sí	Centro	No	disciplinados	No	Sí							
45-64	Mujer	Secundaria	Administrativa	Sí	Sur	No	Fríos ricos mafia	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Mujer	Diplomada en Educación Infantil. Licenciada en Psicopedagogía.	Maestra	No	Sur	Sí	Agradables. Reservados. Lógicos	Sí								
45-64	Hombre	Universitarios	Profesor	No	Sur	No	Frio, bebedor, trabajador	No	Sí							
65 o más	Hombre	Primaria	Policía nacional (jubilado) y campesino	No	Sur	No	deportistas y campeones (antes), mafiosos (ahora, en la Costa del Sol y en Inglaterra)	No	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	No	No
65 o más	Mujer	Primaria	Ama de casa	No	Sur	No	cerrados, borrachos, serios	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
25-44	Hombre	Licenciado en traducción	Traductor y gerente de comercio	Sí	Sur	Sí	Inteligente, cultos y soberbios	No	Sí							
25-44	Hombre	Bachillerato	Repartidor	No	Sur	No	Culto, estratificado, sufrido	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
25-44	Mujer	Universitarios	Auxilio judicial	No	Sur	No	Frío, borrachos y con picaresca.	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
45-64	Mujer	DOCTORADO	PROFESORA UNIVERSITARIA	No	Centro	Sí	Apasionados, autoritarios, luchadores	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí