



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

PROGRAMA DE DOCTORADO EN HUMANIDADES Y
SOCIEDAD DIGITAL
El Conocimiento y el Saber en la Sociedad Digital

TESIS DOCTORAL

**LA ENTREVISTA DIGITAL COMO DIFUSOR DEL
PENSAMIENTO HUMANÍSTICO DEL SIGLO XXI**

Memoria presentada por

Patricia Alarcón Campos

para optar al grado de Doctor
por la Universidad Internacional de La Rioja

Dirigida por la Doctora:
Inmaculada Berlanga Fernández

Logroño, 2023

TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS	3
RESUMEN/ ABSTRACT	9
PALABRAS CLAVE / KEYWORDS	11
1. PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	15
<hr/>	
1.1. OBJETO DE ESTUDIO Y SU CONTEXTO	15
1.2. JUSTIFICACIÓN	18
1.3. INTERÉS Y RELEVANCIA	20
1.4. FINALIDAD	25
1.5. ESTRUCTURA DE LA TESIS	27
2. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN	33
<hr/>	
2.1. EL PENSAMIENTO HUMANISTA	33
2.1.1. EL HUMANISMO Y SU CONCEPCIÓN DE LA CULTURA	33
2.1.1.1. El término Humanismo	33
2.1.1.2. El Humanismo griego	36
2.1.1.3. El Humanismo romano	38
2.1.1.4. El Humanismo cristiano	40
2.1.1.5. El Humanismo renacentista	42
2.1.1.6. Cultura humanística versus cultura de masas	47
2.1.2. EL HUMANISMO HOY	56
2.1.2.1. Las humanidades digitales	57
2.1.2.2. ¿Quiénes son Los humanistas de hoy?	62
2.2. LA CULTURA EN EL PRESENTE, CULTURA DIGITAL	67
2.2.1. LA CULTURA DEL PRESENTE	67
2.2.2. UNA APROXIMACIÓN A LA CULTURA DIGITAL. CIBERESPACIO Y CIBERCULTURA	68
2.2.3. CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA DIGITAL	70
2.2.4. EL SER HUMANO Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA DIGITAL	73
2.2.5. EL ALCANCE DE LA CIBERCULTURA: NUEVOS CÓDIGOS COMUNICATIVOS Y NUEVAS FORMAS DE PENSAR	76
2.2.6. UNIVERSIDAD Y CIBERCULTURA	79
2.3. CAUCES ACTUALES DE LA DIFUSIÓN DE LA CULTURA	83
2.3.1. CULTURA Y RECURSOS DIGITALES	83
2.3.2. RETÓRICA DE LOS CONTENIDOS CULTURALES EN LA WEB	84
2.3.2.1. El medio es el mensaje	85
2.3.2.2. La semiosis de internet	86
2.3.2.3. La retórica de internet	87
2.3.3. EL PERIODISMO CULTURAL	88
2.3.3.1. El nuevo periodismo digital: Slow journalism	91
2.3.4. LAS REVISTAS CULTURALES	92
2.3.5. LAS FUNDACIONES CULTURALES	96
2.4. LA ENTREVISTA DIGITAL	101

2.4.1. EL CIBERESPACIO Y LA NUEVA REALIDAD PERIODÍSTICA. EL CIBERPERIODISMO	101
2.4.2. TRANSFORMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA EN ENTORNOS DIGITALES	103
2.4.3. LOS ORÍGENES DE LA ENTREVISTA	105
2.4.4. LA ENTREVISTA COMO GÉNERO PERIODÍSTICO	107
2.4.5. LA ENTREVISTA EN EL ENTORNO DIGITAL	110
2.4.6. LA ENTREVISTA PERIODÍSTICA CULTURAL Y LITERARIA ON LINE	112

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN **117**

3.1. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	118
3.2. OBJETIVOS GENERALES Y PARTICULARES	119
3.2.1. OBJETIVO GENERAL	119
3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	119
3.3. HIPÓTESIS DE TRABAJO	120
3.4. MÉTODO	121
3.4.1. DOMINIO TEÓRICO	121
3.4.2. DOMINIO DE LOS MÉTODOS	122
3.4.3. DOMINIO DE ANÁLISIS DE DATOS	122
3.4.3.1. Muestra	122
3.4.3.2. Fases analíticas	128

4. ANÁLISIS Y RESULTADOS **135**

4.1. ANÁLISIS DE DISCURSO	135
4.1.1. PRINCIPALES TEMÁTICAS DE LAS ENTREVISTAS	137
4.1.2. VISIÓN DEL MUNDO Y DE LA SOCIEDAD	138
4.1.2.1. Descripción de la sociedad actual	143
4.1.2.2. Crítica del modelo social	144
4.1.2.3. El reflejo social en la educación	146
4.1.2.4. La pérdida de valores	146
4.1.2.5. La persona frente al entorno social	147
4.1.2.6. La mejora de la sociedad	147
4.1.3. CONCEPTO DE PERSONA	149
4.1.3.1. La capacidad de pensar y las cualidades “únicas” del ser humano	152
4.1.3.2. La crítica social y los valores universales	154
4.1.4. GRANDES PREGUNTAS	158
4.1.4.1. El sentido de la felicidad	160
4.1.4.2. La experiencia del amor	161
4.1.4.3. La visión de la libertad	162
4.1.4.4. La vida y su fin	163
4.1.4.5. El sentido de la vida	164
4.1.5. LA CULTURA	167
4.1.5.1. La cultura y el conocimiento adquirido a través de la lectura	171
4.1.5.2. La reivindicación de la cultura humanística	174
4.1.5.3. Cultura e investigación	176
4.1.5.4. Cultura y sociedad actual	177
4.1.6. VALORES	180
4.1.6.1. La sociedad que pide “valores”	183

4.1.6.2. La fortaleza del hombre y su deseo de mejorar el mundo	187
4.1.6.3. La felicidad y la idea de un ciudadano libre	189
4.1.6.4. La sociedad de la información y la política	190
4.1.6.5. Valores y educación	191
4.1.7. DISCIPLINAS	195
4.1.7.1. Las disciplinas que abordan el sentido de la vida	197
4.1.7.2. El campo humanístico	199
4.1.7.3. La Filosofía y las Ciencias	200
4.1.7.4. La reivindicación de la Filosofía y el estudio de las Artes	201
4.1.7.5. Las Humanidades y la Educación	203
4.1.8. REFERENCIAS A LA CULTURA CLÁSICA	204
4.1.8.1. Los autores más citados de la Antigüedad Clásica	206
4.2. ANÁLISIS SEMIÓTICO-RETÓRICO	211
4.2.1. DISCURSO DENOTATIVO DE LAS WEBS	214
4.2.1.1. Aprendemos Juntos (BBVA)	214
4.2.1.2. Conversaciones en la Fundación (Fundación Juan March)	216
4.2.1.3. Entrevistas (Nueva Revista)	217
4.2.2. DISCURSO CONNOTATIVO	219
4.2.2.1. Estrategias comunicativas	219
4.2.2.2. Operaciones retóricas	222
4.2.3. IMAGEN Y SONIDO EN LAS ENTREVISTAS	225
4.2.4. DATOS DE PARTICIPACIÓN EN REDES Y DIFUSIÓN ON LINE	227
4.3. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS A LOS RESPONSABLES-ENTREVISTADORES	230
4.3.1. EL PROYECTO DE APRENDEMOS JUNTOS	230
4.3.2. EL PROYECTO DE NUEVA REVISTA	233
4.3.2. LAS CONVERSACIONES DE LA FUNDACIÓN JUAN MARCH	234
5. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	238
<hr/>	
6. CONCLUSIONES	244
6.1. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO. VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	244
6.1.1. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO	244
6.2.2. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS SEMIÓTICO-RETÓRICO	247
6.2. CONCLUSIONES A PARTIR DE LA CONSECUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS	249
6.3. CONCLUSIÓN FINAL. APLICACIONES	254
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	257
<hr/>	
8. ÍNDICES	275
8.1. ÍNDICES DE FIGURAS	275
8.2. ÍNDICES DE ILUSTRACIONES	277
9. ANEXOS	279
<hr/>	
9.1. ENTREVISTAS ANALIZADAS. TRANSCRIPCIONES	279

9.2. CODIFICACIÓN DE LAS ENTREVISTAS	280
9.3. CONVERSACIONES CON LOS RESPONSABLES DE LOS MEDIOS ANALIZADOS	281
9.4. EJEMPLOS DE OTROS GRÁFICOS DE ANÁLISIS QUE FINALMENTE NO SE INTRODUJERON EN LA TESIS	289

Agradecimientos

"Crede ut intelligas, Intellige ut credas". ("Cree para entender y entiende para creer").
San Agustín de Hipona.

A mi directora de tesis, porque esto sería imposible sin ella. Gracias, Inmaculada, por todo lo que he aprendido de ti, no solo con este proyecto, sino por tus valores. Gracias por hacer posible uno de los proyectos más bonitos de mi vida.

A mi hijo, para que descubra que el conocimiento, la belleza y el amor permiten al ser humano lograr el entendimiento y aproximarse a la verdad y al sentido de las cosas y de la vida. Ojalá descubra en esta tesis algunas de esas claves.

A mi marido y mi familia, porque ellos son el pilar de mi vida. A mis alumnos, porque son mi esperanza. A mis compañeros y amigos, porque me acompañan en este viaje.

A todas las personas que me han marcado y han dejado una huella preciosa en mí.

Resumen/ abstract

Resumen

En la sociedad del siglo XXI, sociedad red, los recursos digitales son un excelente canal de intercambio de conocimiento e información para difundir la diversidad y la riqueza cultural. Las nuevas tecnologías permiten la presencia de la cultura en Internet y a la vez garantizan, facilitan y amplían su acceso y difusión. También el pensamiento sobre el hombre se proyecta a través de los diferentes canales digitales. La presente investigación pretende componer un relato representativo del pensamiento actual a través de la entrevista divulgativa. Con este fin analiza las entrevistas de larga duración que se realizaron a una muestra de personalidades del mundo cultural actual, principalmente español, durante los años 2018 y 2022 y que se encuentran en los portales web de medios de comunicación, entidades, revistas o fundaciones, que ofrecen este tipo de entrevistas en formato digital. El estudio se extiende también a las webs por donde nos llegan estas entrevistas digitales difusoras de la Cultura, entornos que inciden y condicionan de alguna manera la recepción del mensaje.

El marco teórico aborda los grandes conceptos sobre el pensamiento humanista, la cultura actual y el género de la entrevista periodística. Se realiza un recorrido histórico por el Humanismo y su concepción de la cultura, hasta desembocar en el Humanismo hoy; la cultura en el momento presente, el concepto de ciberespacio y cibercultura o cultura digital. Se repasa también en los cauces actuales para la difusión, concretamente el periodismo cultural, las revistas y las fundaciones culturales. Finalmente se dedica un apartado al género periodístico de la entrevista y a su actual formato digital.

Con un diseño de investigación cualitativa se realiza un Análisis de Discurso Conversacional que incluye el Análisis Temático Inductivo de las categorías seleccionadas: la visión del mundo y de la sociedad, el concepto de persona; las grandes preguntas del ser humano; el concepto de Cultura, los principales valores que se describen, las disciplinas, y la mirada a la Cultura clásica o referencias grecorromanas. A su vez, se efectúa un Análisis Semiótico-Retórico de la página web del medio en el que se nos ofrece las entrevistas digitales difusoras de la Cultura.

Los resultados demuestran que las entrevistas digitales divulgativas que se realizan a personalidades del mundo cultural permiten exponer y, por tanto, componer de forma asequible un relato representativo del pensamiento actual, y que el medio por el que se transmite y el contexto donde se inserta contribuyen a comprender en mayor profundidad cualquier discurso y a que éste sea más persuasivo. La entrevista cultural, ciertamente, es difusora de este pensamiento en los entornos digitales. Y las plataformas y portales por donde accedemos a este medio de comunicación, como espacios abiertos para el intercambio de ideas y centro de la Cultura y de la vida social, actúan como los nuevos ágoras del siglo XXI.

Abstract

In the twenty-first network society, digital resources have emerged as an excellent channel for exchanging knowledge and information, disseminating diversity and cultural richness. New technologies allow culture to thrive online and ensure easy and widespread access to cultural content. Furthermore, digital channels are platforms for sharing thoughts and ideas about human beings. This research aims to compile a narrative representing current thought through informative interviews with cultural personalities. In-depth interviews with personalities from the cultural world are analysed to achieve this aim, particularly with Spanish personalities between 2018 and 2022. These interviews can be found in media, entities, magazines or foundations, which offer these types of interviews in digital format. In addition, the study examines the websites hosting these cultural interviews as they are environments that shape and condition how we perceive the messages they disseminate.

The theoretical framework explores concepts such as human thought, contemporary culture and the genre of journalistic interviews. It takes a historical perspective, tracing the development of Humanism and its conception to Humanism today, and examines the concept of cyberspace and cyberculture or digital culture. The framework also studies the current dissemination channels, specifically cultural journalism, magazines and cultural foundations. Finally, a section is dedicated to the journalistic interview genre and its current digital format.

A qualitative research design has been used to analyse Conversational Discourse Analysis, focusing on the Inductive Thematic Theory of the selected categories, which include: the vision of the world and society, the concept of individuals or personas, the big questions posed by human beings, the concept of Culture and the main values that describe it, disciplines, and the classic cultural perspectives or Greco-Roman references. At the same time, a Semiotic-Rhetoric Analysis of the media's web page is conducted, specifically examining the digital interviews that disseminate Culture.

The results demonstrate that informative digital interviews with personalities from the cultural world make it possible to present and construct an accessible representative account of contemporary thought. Furthermore, the media through which the discussions are communicated and their context contribute to a deeper understanding and greater persuasiveness of the discourse, and cultural interviews disseminate these thoughts in digital environments. Also, the platforms and webpages where we access this form of communication act as open spaces for exchanging ideas like a modern-day agora central to 21st-century cultural and social life.

Palabras clave / keywords

Palabras clave:

Humanismo, Cultura, comunicación, entrevista, digital, valores, sociedad

Keywords:

Humanism, Culture, communication, interview, digital, values, society

CAPÍTULO 1. PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1. PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Objeto de estudio y su contexto

El objeto de estudio de la presente tesis doctoral es el pensamiento humanista que se difunde en las entrevistas digitales de diversos actores de la cultura actual. El primer foco se establece, pues, en la definición y la consideración de lo que se ha entendido por Humanismo a lo largo de la Historia, y unido a esta concepción, el modo en que se ha tejido la Cultura y se ha transmitido la visión del ser humano sobre él mismo y su quehacer en el mundo. La capacidad humana de interpretar la vida se refleja en un extraordinario despliegue de formas culturales. Asimismo, la capacidad del hombre¹ de aprender está estrechamente ligada al reflejo de la Cultura, por lo que el conocimiento y el pensamiento crítico se encuentran directamente relacionados con ella. Esta revisión teórica del Humanismo y de su relación con la Cultura constituye el planteamiento de base de la investigación, puesto que representa la esencia del ideario y del pensamiento humano.

En segundo lugar, el estudio se centra en la entrevista digital como un magnífico cauce de difusión de la cultura y el pensamiento. La entrevista representa el diálogo abierto entre dos personas, capaces de abordar, cuestiones como los valores, la descripción de la sociedad, la trascendencia, el concepto de persona, las grandes preguntas existenciales del ser humano o la cultura en sí misma. El estudio de la entrevista, entendida como instrumento para la adquisición de conocimiento de diversas disciplinas, como género periodístico, e incluso como diálogo filosófico, se presenta como punto esencial de estudio como una vía para la difusión del pensamiento humanístico. En efecto, observamos que el género de las entrevistas digitales, popularizadas en las secciones culturales de periódicos, en fundaciones y revistas culturales, es un excelente medio para la difusión del pensamiento humanista y para revitalizar, de este modo, el discurso y el papel social de las Humanidades en nuestro tiempo.

Los diferentes planos de estudio se inscriben en un amplio contexto que es la sociedad digital. La digitalización ha supuesto un cambio profundo en la forma en la que el hombre conoce, interpreta y se relaciona. En la actualidad, el entendimiento de la

¹ En este trabajo el término “hombre” se emplea, según la primera acepción del DRAE en sentido genérico, como “Ser animado racional, varón o mujer”.

sociedad pasa por reconocer el impacto que han tenido la tecnología y la digitalización en la vida del hombre. La era digital ha modificado sustancialmente la adquisición del conocimiento, las formas de aprendizaje, el alcance de la información; así como la comunicación entre las personas, tanto en lo referente al espacio como al tiempo, es decir, tanto por la relevancia que adquiere la inmediatez como por la posibilidad de establecer contacto con otra persona con independencia de la distancia física. La implantación generalizada de las nuevas tecnologías en las sociedades avanzadas ha producido un viraje vertiginoso en el modo de relacionarse y comunicarse de los usuarios.

El Humanismo, fundamentado en la lectura y el estudio de textos, va perdiendo su sentido e influencia. También la palabra como elemento de apoyo y explicación de lo que se lee, se diluye. El *Homo Sapiens* de hoy lee poco, lo imprescindible, y el proceso de humanización, la manera de esculpir al hombre ha variado. Es el mundo digital que contiene toda la información y el proceso comunicativo, el que moldea al nativo digital, de forma que el proceso de humanización ha de entenderse en términos tecnológicos (Sloterdijk, 2000). Pero también el medio digital contribuye a innovadoras formas de transferencia de conocimiento y conexiones con la sociedad y hace visible la cultura. Su estudio habla, por lo tanto, de la necesidad de lo interdisciplinar o transdisciplinar.

Al mismo tiempo, nos encontramos frente a una sociedad en la que se experimenta la necesidad de valores humanos, de cultura, en la acepción clásica del término (cultivo del alma). Prueba de ello es el elenco de habilidades emergentes y de futuro que el Foro de Davos² en su informe *The Future of Jobs Report 2020* recoge como necesarias y de urgente formación para las organizaciones: de las diez que se señalan, solo dos son propiamente tecnológicas frente a ocho, que son habilidades de pensamiento, propiamente humanas: pensamiento crítico, resolución de problemas complejos, creatividad, liderazgo o resiliencia y flexibilidad, como consecuencia de los acontecimientos que han afectado recientemente a la sociedad global. Las sociedades tienen por delante un importante reto de formación para sus futuros profesionales (Berlanga, 2023).

² El Foro Económico Mundial (FEM), o Foro de Davos, es una organización no gubernamental internacional conocida principalmente por la reunión anual que se lleva a cabo en la localidad suiza de Davos. El foro reúne a los principales líderes políticos y empresariales internacionales, periodistas e intelectuales con la finalidad de analizar los problemas más apremiantes que afronta el Planeta.

Figura 1. Nube de palabras sobre la formación para las organizaciones del futuro



Fuente: Elaboración propia a partir del informe del Foro de Davos (*The Future of Jobs Report 2020*).

1.2. Justificación

En la sociedad del siglo XXI, sociedad red, los recursos digitales son un excelente canal de intercambio de conocimiento e información para difundir la diversidad y la riqueza cultural, además de ser una herramienta fundamental para la investigación, la docencia y la cooperación cultural (Castell, 2002). El soporte digital ofrece ventajas que enriquecen los discursos y optimizan tiempo y recursos. Las nuevas tecnologías permiten la presencia de la cultura en Internet y a la vez garantizan y facilitan su acceso y difusión. Se revierte de alguna manera la invisibilización que sufre en los medios tradicionales.

También el pensamiento se proyecta a través de los diferentes canales digitales. En la actualidad el hombre vuelca información, ideas, creencias, teorías, doctrinas que, en su análisis profundo, pueden permitirnos extraer contenido de enorme interés en el campo de las humanidades.

Con la investigación sobre el contenido humanístico que arrojan las entrevistas digitales realizadas a los principales actores de la cultura en el siglo XXI, se propone un objetivo ambicioso: componer un discurso que dé muestra y permita la representación del pensamiento del hombre en la sociedad actual, con relación a las grandes preguntas de la historia y los ítems más relevantes de su existencia: la experiencia de la vida, de las artes, la filosofía, el amor, el trabajo; en definitiva, la visión de la sociedad y del mundo.

El recorrido académico realizado por la autora de esta tesis, que incluye las carreras universitarias de Periodismo y Humanidades, ha permitido comprender los nexos establecidos entre la Comunicación, en particular a través del género periodístico de la entrevista, y los contenidos humanísticos. Del mismo modo, los estudios cursados en materia de Filología Hispánica, con la obtención de un DEA (Diploma de Estudios Avanzados en su programa de doctorado de la UNED), ha supuesto una formación de gran interés para la comprensión de la expresión del pensamiento humanístico y su relación con las preguntas más existenciales e intemporales. Estos estudios universitarios de grado y posgrado encuentran su continuidad en el marco de la presente tesis doctoral que, en el programa de Doctorado de Humanidades y Sociedad Digital de la UNIR, vienen a concretar el interés permanente en torno al pensamiento humanístico: la experiencia de vida del hombre en lo referente a sus valores, sus interrogantes, la sociedad y su visión de la cultura y del mundo. Este interés explica, a su vez, la realización del Máster de Formación del profesorado en las etapas de Secundaria y

Bachillerato, que ha dirigido mi trayectoria profesional al ámbito de la docencia, en lo que supone una vocación clara por el ámbito del conocimiento y la educación, pilares fundamentales en el estudio actual.

La presente tesis concreta, por tanto, el interés y la investigación realizada en torno al pensamiento humanístico en el siglo XXI, desde una extensa formación en el campo de la Comunicación y las Humanidades, atendiendo también a la investigación en el campo filológico y el estudio de la práctica docente. El tiempo de dedicación profesional al ejercicio periodístico me ha facilitado el análisis de la producción de las entrevistas analizadas, tanto en el formato narrativo como en el campo audiovisual. A su vez, la práctica docente exige nuevas formas de entender el conocimiento y la cultura. De este modo, tanto como humanista como en calidad de periodista, esta tesis unifica conocimiento y experiencia profesional.

En los años de realización de la tesis hemos publicado dos estudios emanados de este proceso investigador: uno sobre la entrevista cultural digital como ágora del siglo XXI (Berlanga y Alarcón, 2023) y otro sobre el papel difusor de estas entrevistas, en concreto, en las revistas culturales (Berlanga y Alarcón, 2021). También hemos presentado extractos de estos trabajos en varios congresos de Comunicación, comprobando el interés que suscita nuestro enfoque en la comunidad científica. Un tercer trabajo sobre el género de la entrevista cultural on line y el proceso de semiosis que se produce en las webs por las que accedemos a entrevistas culturales, se encuentra en estos momentos en proceso de revisión.

1.3. Interés y Relevancia

La investigación sobre las ideas del hombre en el mundo actual, su análisis y su síntesis, parece posible a la luz de la recopilación de un imaginario humanístico, representativo, de los principales agentes del campo de las Ciencias y las Humanidades en el siglo XXI.

El interés viene vinculado, necesariamente, a un proyecto marcado por el afán de reflejar las ideas del hombre que, como ser humano, idea, siente, crea y reflexiona. La esencia del ser humano, desde el punto de vista filosófico, viene dada por su capacidad de pensar. La historia de la filosofía refleja de forma clara que el hombre es ser pensante. El ideario y el imaginario al que nos referimos es el del ser humano en la sociedad de hoy, porque a lo largo del tiempo, de la historia y de las diferentes sociedades culturales, sociales, económicas y políticas, el hombre ha podido ver, sentir, hacer y crear de formas muy distintas. La relevancia de la investigación puede tratarse desde su análisis como documento histórico que viene a recoger, para tiempo futuro, un testimonio del pensamiento humanístico en el siglo actual. Constituye el legado del pensamiento del hombre en el siglo XXI gracias a la voz de quienes participan hoy en la Cultura de una forma influyente. Este hecho también explica su participación en las entrevistas analizadas, fruto de un ejercicio cultural y comunicativo, representativo de una sociedad en la que la Cultura se expresa fundamentalmente en entornos digitales y/o audiovisuales.

A su vez, las aportaciones de esta tesis contribuyen al estudio de la evolución teórica y conceptual del Humanismo, pues el humanista también existe en el mundo de hoy, con la misma sed de conocimiento y como eje central de lo que entendemos por Cultura. El humanista de hoy es concebido como un ser humano con el conocimiento y capacidad para participar e influir en la Cultura de un modo significativo; además, se muestra instruido en los canales de transmisión cultural que caracterizan su época y hacen uso del medio audiovisual.

El estudio también subraya la relevancia del campo filosófico en el sentir del hombre que, con independencia del tiempo y la época histórica, demuestra que los interrogantes de mayor trascendencia en su vida apuntan a los mismos debates que abordaron los grandes filósofos de la historia: así, Platón o Aristóteles se convierten en referencias directas en las reflexiones sobre las inquietudes del hombre.

Además, al estar asociado el término Humanismo a la Antigüedad Clásica, este estudio comprende la reafirmación, por parte del ser humano, de que todo cuanto reflexiona en torno a su esencia, la sociedad y la trascendencia, forman parte de un imaginario que ya comprendía el ejercicio intelectual y filosófico hace más de dos mil años y que, no obstante, aún forma parte del estudio de los humanistas del siglo XXI y refleja muchas de las preguntas existenciales que se hace el hombre en este siglo y en esta sociedad. El ser humano sigue reflexionando sobre su condición, como ser pensante y como ser social; aborda la descripción de la sociedad en la que vive y en el modo en el que convive; y proyecta su ideario en manifestaciones culturales, que permanecen con el tiempo y reflejan valores permanentes. Dicho de otro modo, este estudio se centra en el pensamiento humanístico en el siglo XXI, lo que constituye en sí mismo un legado cultural e histórico, un ejercicio intelectual y filosófico y un estudio centrado en la visión del ser humano.

El presente trabajo también servirá para abordar la reflexión sobre la comunicación digital como canal para la proyección de este pensamiento sobre el hombre. La comunicación es hoy, fundamentalmente, digital y global. Las manifestaciones comunicativas, culturales y sociales promueven la generación de conocimiento en red, así como la participación de todos los actores en la construcción de saberes.

El impacto global en lo social, al margen de lo político y lo económico, que ha supuesto la revolución tecnológica del siglo XXI, es parte esencial del contexto que abordamos. El impacto que esto genera en el propio pensamiento del ser humano y el que generará en su análisis histórico futuro, bien merece una investigación profunda, que aporte, con testimonios, con palabras, y de forma real, todo lo que permite conocer cómo ve, piensa y siente el mundo ese hombre que vive en la sociedad de hoy. El que es diferente del que existió en la historia de ayer, de etapas prehistóricas, de la edad antigua, de la edad moderna o de los albores de la sociedad contemporánea. El que es diferente del de la sociedad que existirá mañana.

De este modo, el contenido digital de nuestro estudio conforma también un ejercicio de promoción del conocimiento y supone un claro reflejo de las aportaciones de distintos actores afanados en la construcción del saber. Y esto, gracias a lo digital, a Internet, compone una manifestación del pensamiento que puede influir en los comportamientos, a la par que ofrece una importante expresión de diversas manifestaciones comunicativas, culturales y sociales.

Por esto, el estudio que abordamos pone el foco en el análisis del discurso humanístico de agentes clave en el mundo de la cultura actual, que son distinguidos por el reconocimiento de su actividad profesional. Si entendemos por cultura digital la cultura que se desarrolla en Internet, es posible deducir que con esta investigación abordamos una clara exposición cultural del mundo actual, que a la vez recoge una reflexión sobre la cultura y el mundo. En resumen, el análisis de los agentes culturales que participan de esta investigación, en el ejercicio que supone el estudio del discurso de dichos agentes, viene a significar una aportación cultural en sí misma, al tiempo que una reflexión sobre la visión del mundo y su proyección en la cultura. Esto representa una dualidad: la de la proyección de la cultura digital y la de la reflexión de lo que esto supone y de lo que se trata en su contenido. Es el mismo carácter dual el que hemos referido cuando el estudio filosófico e histórico, que hace el ser humano en su discurso, es capaz de convertirse en una manifestación clave para el estudio futuro.

Cabe aquí recordar que la cultura digital ha ido de la mano del concepto de “inteligencia colectiva” (Lévy, 2007):

“La inteligencia colectiva permite pasar de un modelo cartesiano de pensamiento basado en la idea singular del *cogito* (yo pienso), para un colectivo o plural *cogitamus* (nosotros pensamos). Este concepto tiene serias implicaciones para la construcción de una verdadera democracia, creando una especie de ágora virtual integrada dentro de la comunidad y que permite el análisis de problemas, intercambio de conocimientos y toma de decisión colectiva” (p. 7).

Esta afirmación recogida por Lévy nos recuerda el planteamiento al que hacíamos referencia al inicio. El ser humano es ser pensante, en tanto como atendemos a la constitución epistemológica del *cogito* cartesiano. La idea de un colectivo pensante (nosotros pensamos) constituiría, en el marco de la investigación, una interesante reflexión sobre el cambio que la digitalización supone para la configuración del pensamiento y el reconocimiento del sujeto como integrante de una comunidad que puede idear e intercambiar conocimientos en el marco de un colectivo, de una comunidad digital, en un escenario cultural. Este planteamiento sostiene, esencialmente, que la comunicación del siglo XXI, distinguida por su carácter digital y audiovisual, convierte a la Cultura en Cultura Digital y transforma la inteligencia individual y la colectiva. En definitiva, se trata de un cambio social y cultural crucial, capaz de convertir la propia concepción de la inteligencia y de advertir incluso un posible cambio en el *cogito* cartesiano.

En este escenario, el campo de investigación, Humanidades y Sociedad Digital enmarca perfectamente el contenido que nos ocupa. Según Castro Rojas (2013): “Las Humanidades Digitales pueden describirse como un conjunto de principios, valores y prácticas en donde convergen múltiples objetos de estudio y saberes cuyas fronteras se encuentran en continua negociación”. La investigación focaliza, de este modo, ese conjunto de principios, valores y prácticas donde confluyen distintos saberes. Ese conjunto, el contenido que trasladan los agentes culturales que participan del análisis en cuestión, contribuye así a este campo científico.

El papel del humanista digital también encuentra, en su campo de investigación, un lugar clave en el epicentro de los objetos de estudio, del saber y de los principios y valores que afloran en los contenidos compartidos digitalmente. El humanista ejerce, por tanto, como su esencia le conduce a ser, es decir, ser pensante que se aproxima al conocimiento; y la sociedad le conduce, a su vez, a desarrollar su pensamiento y su ejercicio sobre un entorno digital, para el que además contribuye y en el que, además, influye y confluye con los otros. El humanista digital también es capaz de participar de la Cultura de una forma digital y global, con un impacto a nivel internacional y frente a espacios o tiempos que no han tenido precedente hasta el siglo actual.

Podemos concluir, en este escenario, la relevancia del estudio para el campo de las Humanidades Digitales. En su análisis la investigación arrojará luz sobre los saberes en el siglo XXI y pondrá de manifiesto el papel de la comunicación digital, a la que el pensamiento humanístico debe su papel difusor. El estudio abordará, por tanto, el papel de las Humanidades en el siglo XXI y se adentrará en el plano teórico de la entrevista digital. Gracias a este medio será posible la transmisión de ideas y conocimiento en una sociedad que ha acelerado la velocidad en la producción de información y contenido. La evolución de la entrevista como género periodístico ha encontrado, en la sociedad digital, una nueva forma de Comunicación cultural, que contribuye ampliamente a los mismos fines que en la Antigüedad motivaron el debate, el intercambio de ideas y la transmisión de conocimiento; si entendemos que la producción de estas entrevistas digitales se acoplan a un medio caracterizado por la inmediatez y el alcance global, la repercusión y el impacto que supone la transmisión de ideas presenta un momento histórico, de una envergadura similar, en lo relativo al cambio en la difusión del conocimiento, a cuanto supuso la invención y el desarrollo de la imprenta y la formación de academias y universidades para la amplificación de las ideas del Humanismo y la producción de las copias de los conocimientos y saberes. Desde este prisma, asistiríamos, por tanto, a un

nuevo movimiento humanista caracterizado y promovido por la Cultura Digital del siglo XXI: las ideas trasladadas en las entrevistas digitales fomentan un nuevo canal cultural y de promoción del conocimiento que se adapta a una nueva sociedad, la del siglo XXI, que conoce, aprende y se comunica en entornos digitales.

La entrevista, en sí misma, se concibe hoy como una herramienta de información. De este modo, la entrevista digital, la que se realiza en un entorno digital, tratará, en definitiva, de ofrecer esa información en un formato escrito, visual o audiovisual que, gracias a Internet, contará con un importante impacto. A ese impacto nos referimos cuando hablamos de la difusión del pensamiento humanístico, es decir, de los principios, las visiones y las ideas, que, del mundo y la vida, ofrezcan los humanistas de la sociedad de hoy.

1.4. Finalidad

El propósito de esta investigación, con todas las propuestas, aplicaciones, reflexiones y resultados finales que puedan originarse en el curso de la propia investigación, está dirigido a un amplio abanico de receptores. Téngase en cuenta que su objeto de estudio, el pensamiento humanístico y su difusión, parte del hombre para acercarse al hombre y comprenderlo mejor. Por tanto, es susceptible de interés para el ser humano en general.

Más concretamente, en lo referente al ámbito científico, este estudio puede significar una aproximación entre el campo humanístico y la cultura digital, por lo que extiende el campo de investigación de todos los estudiosos del mensaje en el contexto actual, contexto digital y mediático.

La investigación también implica, muy particularmente, a los profesionales de la comunicación, abiertos a los nuevos canales y cauces de expresión: el conocimiento sobre la evolución de la entrevista, su concepción como género periodístico y su evolución en plena digitalización, presenta, con este estudio, un interesante objeto de estudio. La entrevista digital se ha expandido y ha transformado su concepción periodística original. La entrevista con fines informativos ha dejado de ser realizada, única y exclusivamente, por profesionales de la Comunicación; ha pasado a ser realizada también por profesionales del campo de conocimiento sobre el que se trate la entrevista. En este contexto, la entrevista cultural se ha convertido, además, en el canal y medio de transmisión del conocimiento por medios audiovisuales, lo que ha supuesto un reflejo de la nueva Comunicación digital que caracteriza esta sociedad del siglo XXI. Por tanto, nos parece que nuestro trabajo puede plantearse como proyecto de interés general para la comunidad científica debido a la actualidad y claves dadas tanto el campo de las Humanidades como en el ámbito de la Sociedad Digital. Este puente trazado entre ambas disciplinas nos conduce a la siguiente reflexión:

consideramos muy pertinente que, moviéndonos en el campo de la comunicación, se dirija la mirada al mundo clásico; y no solo por una razón obvia, que fue en la cultura grecolatina donde nació y se estructuró el arte de persuadir mediante el discurso, con unos principios aún vigentes en la actualidad; sino que también es conveniente y oportuno recalar en los principios clásicos y originales –no hay nada más original que volver a los orígenes– en un momento histórico como el que vivimos, caracterizado por tal trepidación, inmediatez y superávit de

información, que nos avoca, aun sin quererlo, a una comunicación despersonalizada y superficial. Se impone así la necesidad de recuperar unos parámetros que devuelvan el pensamiento profundo y crítico en la línea que lo reclama el movimiento *slow* aplicado al campo de la comunicación y en el que percibimos tantas resonancias de los principios clásicos (Berlangu, 2011).

1.5. Estructura de la Tesis

El contenido de esta investigación se organiza en distintos capítulos, epígrafes y apartados. Se han distribuido atendiendo a los siguientes bloques temáticos, con el objeto de facilitar su lectura y comprensión.

	Organización y presentación
	Diseño estratégico y metodología
	Investigación y resultados
	Aportaciones

01	Presentación de la investigación
02	Estado de la cuestión
03	Diseño de la investigación
04	Análisis e interpretación de los datos
05	Discusión
06	Conclusiones
07	Fuentes
08	Índices
09	Anexos

En primer lugar, aparecen los apartados iniciales obligados de toda investigación (resumen-*abstract*, palabras clave-*keywords* e índice).

El capítulo primero **presentación de la investigación** abarca aspectos relacionados con el conocimiento (el objeto de estudio o el contexto), con las motivaciones (justificación) o con la propia labor investigadora (recursos y limitaciones). Este capítulo marca el contexto del que parte la investigación, que es el estudio del ámbito humanístico en el marco de una sociedad digitalizada. Del mismo modo, establece el interés y la finalidad de la investigación, que se centra en el pensamiento humanístico en el siglo XXI, difundido gracias a la entrevista digital. En este escenario, se subrayan las motivaciones, que ha supuesto el afán por analizar y comprender la visión del ser humano en el mundo actual, en todas las esferas que comprende, es decir, desde su propio reconocimiento como persona hasta su forma de interpretar el ámbito social y económico, el mundo y la vida. Se exponen los recursos utilizados, centrados en el análisis de las entrevistas

seleccionadas a un grupo de agentes clave para la Cultura del siglo XXI y se esclarece el objetivo principal: reflejar el pensamiento humanístico de esa cultura.

En el capítulo segundo, el **marco teórico**, se abordan de forma sistemática los grandes conceptos sobre el pensamiento humanista, la cultura actual y el género de la entrevista periodística. Esta revisión teórica nos parece fundamental para entender cada uno de los aspectos que se tratan en el análisis posterior. Así, dedicamos un breve capítulo a realizar un recorrido por el Humanismo y su concepción de la cultura, el Humanismo griego, el romano, la recepción del cristianismo, el Humanismo renacentista hasta desembocar en el Humanismo hoy. En este momento se dedica un epígrafe a las humanidades digitales. Al final nos aventuramos a describir quienes podrían ser los humanistas actuales. El siguiente capítulo trata de la cultura en el momento presente, el concepto de ciberespacio y cibercultura o cultura digital, las características y el proceso de construcción por parte del hombre de esta cultura con el concurso de los recursos digitales, las nuevas formas de pensar que se derivan y el papel de la universidad en este proceso. Se analizan también los cauces actuales para la difusión, concretamente el periodismo cultural, las revistas y las fundaciones culturales, así como la entrevista digital. Este capítulo, además de servir de marco que contextualiza el estudio de campo, tiene su importancia porque nos aporta la justificación para la elección de los usuarios entrevistados, que se presentan como expertos en las diversas disciplinas abordadas en las entrevistas digitales y componen, a través de ella, un relato para la transmisión del conocimiento y la Cultura. Concluye la parte teórica y nos centramos en la investigación propiamente dicha.

El capítulo 3, **diseño de la investigación**, recoge el planteamiento de nuestra investigación, las hipótesis de trabajo, el objeto de estudio y las preguntas generales para el proceso investigador. Asimismo, se determinan los objetivos generales de la investigación

En el capítulo 4, **análisis e interpretación de los datos**, procedemos al análisis de las entrevistas realizadas. El análisis se completa con el estudio de la conexión de los conceptos del marco teórico y los mensajes ofrecidos por los distintos entrevistados. Los mensajes constituyen una aportación común que refleja la cultura actual, que define y concreta la visión del hombre sobre diversos aspectos. También se realiza un análisis retórico-semiótico de contexto físico que enmarcan estos testimonios de personalidades de nuestro panorama cultural, esto es, un análisis denotativo y connotativo de los portales webs de las tres entidades que se han elegido como muestra de estudio. Se completa con las entrevistas efectuadas a los tres representantes de esos medios.

Capítulo quinto. **Discusión.** Revisión crítica y contextualizada de los resultados que transforma las limitaciones del estudio en oportunidades para la ampliación de conocimiento, perspectivas y prospección sobre el objeto.

Capítulo sexto. **Conclusiones.** Se exponen las conclusiones obtenidas sobre el trabajo realizado y expuesto en los capítulos del marco teórico y estado de la cuestión y el de análisis e interpretación de resultados.

Capítulo séptimo. **Fuentes bibliográficas.** Compendio de las referencias bibliográficas, documentales, electrónicas, etc. utilizadas y citadas.

Capítulo octavo. **Índices.** Supone la relación de los contenidos de carácter gráfico o esquemático elaborados e integrados para complementar el estudio: tablas, ilustraciones, gráficos.

Capítulo noveno. **Anexos.** Conjunto de información y documentación generada en el proceso de la investigación y no incorporada a los contenidos propiamente dichos de la tesis doctoral, por su amplitud, o por su alto nivel de complementariedad.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

2. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1. EL PENSAMIENTO HUMANISTA

En este apartado pretendemos hacer un breve recorrido por el concepto de Humanismo y su concepción de la cultura, tarea indispensable para acometer nuestra investigación. No podremos definir el papel del humanista de la sociedad digital del siglo XXI sin comprender el término al que hace referencia y explicar qué se entiende por cultura humanística. Se abordará también la comprensión del Humanismo hoy, cometido en el que necesariamente se debe hacer referencia a las humanidades digitales. Terminaremos con una aproximación a lo que se puede entender por humanista en el momento presente.

2.1.1. El Humanismo y su concepción de la Cultura

2.1.1.1. *El término Humanismo*

El término Humanismo es relativamente reciente: es en el año 1808 cuando fue puesto en circulación por el pedagogo alemán J. Niethammer para referir al tipo de educación escolar fundado en el estudio de las literaturas griega y latina a diferencia de la incipiente educación técnica. Según Enrique González (1989), en la lengua española parece que el término fue introducido en 1875 por Menéndez y Pelayo. Pero la Real Academia no lo incluirá en su diccionario hasta 1956. Humanismo es un término polisémico que puede interpretarse -según diferentes acepciones de DRAE- bien como un interés y cultivo por las letras y más en concreto, por los estudios filológicos y clásicos; bien como una doctrina o creencia centrada en el valor del ser humano y en su capacidad para satisfacer por sí mismo las necesidades de su sensibilidad e inteligencia. También -y principalmente- el término define al movimiento renacentista que propugna el retorno a la cultura grecolatina como medio de restaurar los valores humanos.

Así lo define Frayle (1985):

“El Humanismo es un movimiento de espíritu, a la vez estético, filosófico, científico y religioso, que comenzó en Italia en el siglo XIV, vivió con vida desigualmente brillante desde el siglo XV en Francia, España, Países Bajos,

Alemania, Inglaterra, y en otras regiones de Europa, especialmente en Hungría y Polonia, se desarrolló plenamente en el siglo XVI para agotarse, principalmente, en el XVIII en una nueva corriente de pensamiento y de arte. Preparado desde largo tiempo antes por las corrientes sucesivas de la cultura medieval e intensificado por la difusión y el gusto de las obras griegas y latinas, se caracteriza por un esfuerzo, a la vez individual y social, unas veces apasionado y otras, crítico, susceptible de revalorizar al hombre y su dignidad, gracias a la penetración directa real y vivificante de la cultura antigua en la moderna" (p. 24).

En cualquier caso, hay dos notas que se entrelazan en las acepciones de este concepto: la cultura clásica y la reafirmación de todo lo humano, su valor y dignidad; y esto último tanto en el sentido del individualismo como en el sentido de la humanidad (Burckhardt, 2004). Javier García Gilbert, en su libro *Sobre el viejo humanismo: exposición y defensa de una tradición*, entiende por Humanismo "la tradición de una vieja sabiduría, vertida por escrito, que tiene sus orígenes en la cultura grecolatina y en el posterior elemento catalizador cristiano y cuyo propósito no es otro que el ennoblecimiento armónico del ser humano en sus facetas ética y estética, existencial y espiritual" (García-Gilbert, 2010, p. 12).

Nos parece sumamente interesante y clarificadora la investigación de este filólogo y ensayista, en la que explica detalladamente la huella que el Humanismo ha dejado en la cultura de Occidente. Gilbert se propone marcar una senda para recuperar la tradición humanística, o como él lo denomina, el "canon humanístico, (...) caudal de saber y autoconocimiento que dignifica al ser humano y le permite gestionar de la mejor manera sus problemas y aspiraciones intemporales". Además, considera esta tradición como un tesoro que es desconocido para la mayor parte de la sociedad contemporánea pues permanece oculto a causa de la sobreinformación que origina internet.

La cultura griega clásica es el punto de partida de la tradición humanística, y sobre este legado trabajará Roma y más tarde el cristianismo. Complejas e intrincadas conexiones entre culturas y religiones diversas lograron que las ideas clásicas iluminaran tradiciones culturales muy distantes, también en el tiempo, haciéndose así posible que los textos grecolatinos clásicos llegaran hasta nosotros.

Como afirma Frayle, la visión humanística se configuró gracias a un colectivo de traductores y a un marcado gusto por la lectura, favorecido por la creación de las bibliotecas y sustentado por la invención de la imprenta. Este escenario histórico, en el

que la proliferación de universidades suponía un efecto multiplicador de los saberes, propiciaba el surgimiento de asociaciones de humanistas, lo que venía a suponer un movimiento espectacular de ideas, visiones, saberes compartidos. Por eso, “El Humanismo, más que en las universidades, se desarrolló en numerosas asociaciones y academias, con los nombres más pintorescos, en que se congregaban los aficionados al arte, a las bellas letras y a la filosofía” (Frayle, 1985, p. 42). Efectivamente, fueron copistas, bibliotecarios, traductores, impresores y comerciantes en diferentes partes del mundo, amparados y animados por príncipes y reyes, los que transmitieron la civilización clásica en distintas lenguas y en distintas religiones. Este renacer del mundo clásico es lo que recoge el término Renacimiento.

Ilustración 1. Imprenta europea del siglo XV



Fuente: wikipedia.org.

Se cumple de esta manera lo que Bernardo de Chartes (s. XII) expresó en la conocida frase “somos como enanos a hombros de gigantes. Podemos ver más, y más lejos que ellos, no por la agudeza de nuestra vista ni por la altura de nuestro cuerpo, sino porque somos levantados por su gran altura”.

A continuación, ofrecemos algunas pinceladas de los autores y las ideas que fraguaron la tradición humanística.

2.1.1.2. El Humanismo griego

El Humanismo griego es un proceso cultural que ha constituido la referencia ineludible y la máxima fuente de inspiración en materia ética, estética, filosófica y teológica para el hombre occidental durante más de veinte siglos. Homero, el poeta Píndaro, los trágicos, Sócrates, Platón, Aristóteles, y las enseñanzas de los estoicos son los jalones claves de este proceso (García-Gilbert, 2010).

Así, Homero (s. VIII a. C.) planta la semilla del Humanismo. Sus grandes gestas, *La Ilíada* y *La Odisea* se pueden considerar textos prehumanistas. El hombre que se describe en la *Ilíada* percibe que son los dioses los que manejan los hilos de su vida; arrastrado por sus pasiones, carece de libre albedrío y por tanto de responsabilidad. En la *Odisea*, sin embargo, encontramos un relato más nítido de la realidad común de la condición humana. En cualquier caso, en estas epopeyas se ofrece una primera visión del mundo y del hombre, con unos presupuestos básicos que más tarde desarrollará la concepción humanista del ser humano. Nos referimos a la libertad y la necesidad racional de limitarla.

El poeta Píndaro (518-438 a. C) amplía una visión trascendente del hombre. Según Ayllón (2019), en la obra de este griego que canta a los héroes deportivos, encontramos un antecedente remoto de los discursos renacentistas sobre la dignidad humana. Píndaro sitúa la virtud como el camino para alcanzar prestigio, reputación y gloria, pero con un añadido fundamental: el espíritu religioso, que es percibido como única condición para sostener la conducta virtuosa. Precisamente será el sentido de la trascendencia el punto clave donde se apoya la grandeza de la cultura clásica.

Por su parte, en el siglo V antes de Cristo, los trágicos Sófocles, Esquilo y Eurípides transmiten ya una completa visión de la naturaleza humana en la que sobresale la elevada concepción del hombre, con sus limitaciones y sus posibilidades, sus miserias y su grandeza. Gilbert destaca y comenta la intervención del Coro de la *Antígona*

“en el que Sófocles concibe al ser humano como *edidaxato* (v. 354), es decir, «el que se ha enseñado a sí mismo», y en esa admirable autoformación –que no es sino un trasunto de la *paideia* humanística– ha llevado a cabo todas sus conquistas:

el arte de la navegación, de la agricultura, de la caza, de la domesticación, de la arquitectura, de la medicina, del lenguaje y del pensamiento. El parlamento comienza con una declaración de principios: «Muchas son las maravillas (*deina*), pero no hay nada más maravilloso (*deinón*) que el hombre». El adjetivo «*deinós*» es un término de ambigua traducción que significa a la vez «portentoso» o «maravilloso» y «temible» o «terrible», y Sófocles presumiblemente aunó. El hombre puede provocar, en efecto, terror y admiración, pues, como se afirma al final del fragmento, «unas veces se dirige hacia el mal y otras hacia el bien». He ahí, resumidas, las bases sobre la que se construiría el edificio de la antropología humanística (todavía, eso sí, constreñidas por una concepción imprecisa de su libre albedrío, condicionado por fuerzas y determinaciones sobrenaturales): la constatación de la grandeza del hombre y de su capacidad de autoperfeccionamiento, pero la consideración de que esa grandeza, esa maravilla –siempre expuesta en este mundo al albur de la desgracia– puede convertirse en algo terrible si el control y la conciencia de su fragilidad no la dirigen adecuadamente” (pp.33-34).

La tragedia griega ejercerá un papel decisivo en la polis, como pilar de enseñanza moral y como configuradora del pensamiento ético (Ayllón, 2019).

A partir del s. IV antes de Cristo, las bases del Humanismo, que hasta entonces se encontraban en la literatura, se trasladan a la filosofía. El movimiento de los sofistas se fija en la realidad empírica del ser humano. Recordemos el axioma de uno de ellos, Protágoras: “el hombre es la medida de todas las cosas”. En este contexto Sócrates, el gran opositor de la falacia sofista, es considerado un icono del Humanismo. Sócrates destaca por una actitud donde brilla

“la manera inteligente de aproximarse a las cosas, una cercanía cálida y respetuosa hacia los verdaderos buscadores de la verdad y una fina y elegante ironía hacia las investigaciones espurias o apresuradas y los hombres ansiosos o interesados que las sustentan. Nos ha legado la ejemplaridad y la coherencia entre su vida y su doctrina, y la entrega total a la filosofía como vocación y, no sólo eso, sino como misión y servicio hacia la comunidad, de la que se erige en conciencia ética e intelectual. Y además el sentido inalienable de la libertad personal y el deber de pensar y de hacerse así mismo, de constituirse como ser propiamente humano y de profesar con orgullo el humilde saber de la docta ignorancia”(García Gilbert, 2010, pp.35-36).

La figura de Platón (apx.427-447 a.C.) supone una vuelta de tuerca al dotar al Humanismo de una base metafísica. Su discípulo Aristóteles (384-322 a. C) es otro puntal del Humanismo por su doctrina sobre la ética con la que realiza un profundo estudio de la conducta humana y las virtudes fundamentales.

Finalmente, destacan las aportaciones al Humanismo realizadas por el movimiento de los estoicos y, en concreto, la figura de Epicuro (341- 270 a.C.) con su defensa del valor de una ética autónoma y universal, y de una serie de valores (amistad, anhelo de retiro) que a partir de entonces configurarían el perfil del sabio humanista.

Ilustración 2. Platón



Fuente. Nueva Revista.

2.1.1.3. El Humanismo romano

La cultura literaria y artística griega, con su perfección técnica, su elevado estilo y su temática histórica, moral y filosófica, fue valorada y asimilada por los latinos hasta constituir la base de la personalidad de este pueblo. Los romanos no solo admiraron e imitaron a los griegos, sino que integraron y adaptaron este legado a su proyecto

educativo y a las peculiaridades de su propio espíritu. Este fenómeno fue realizado principalmente por Cicerón, quien bien puede ser considerado como el verdadero padre del Humanismo y el modelo de la tradición humanística posterior.

Son innumerables las aportaciones de Cicerón al movimiento humanista. En términos generales, es reseñable el hecho de que, además de ser nexo entre el mundo griego y el romano, Cicerón conecta el mundo pagano con el inminente aporte del cristianismo, que asumió en gran parte su pensamiento. Por concretar algunas de sus grandes contribuciones, señalamos:

1. Su concepto de Cultura como cultivo del alma, fruto de su afirmación de que el primer deber del ser humano debe ser cultivar su espíritu.
2. La conciencia del deber por encima del placer, la utilidad o los derechos, principios que nos transmite en su obra *De officiis* dedicada a su hijo y en general a toda la juventud de su tiempo.
3. El valor de la amistad cuyas bases recoge en el tratado *De amicitia*, fundamento del proyecto humanista.
4. El afrontar el tema de la vejez por primera vez en esta cultura con un tratado, *De senectute*, donde se dignifica esta etapa de la vida.
5. La importancia otorgada de la palabra, por lo que para él el arte de la Elocuencia será la principal disciplina del Humanismo y la Retórica una disciplina de carácter integral, con contenido ético y filosófico al servicio de la verdad.
6. La concepción de la Historia, “testigo verdadero de los tiempos, luz de la verdad, vida de la memoria, maestra de la vida, mensajera del pasado” (*De oratore*, II, 9, 36). Esta afirmación ciceroniana otorga una enorme importancia a la memoria, fundamental para el humanista y para el orador, pues permite retener el pasado y ejercer la prudencia.

Además de Cicerón, en el Humanismo romano sobresalen otras figuras clave como son Virgilio, Horacio y Séneca. Con Virgilio (70-19 a.C.) entra de forma decisiva la Literatura como soporte del Humanismo de Roma. Toda su obra transmite un sentido humano y emocional con valores que enseguida serán asumidos por el cristianismo tales como la esperanza en un mundo de justicia y paz o la sensibilidad religiosa que tienen sus héroes.

La poesía de Horacio (65-8 a.C.) contiene máximas cargadas de un profundo humanismo, que se han convertido en típicos de la literatura universal: el aurea mediocritas, o

«dorada medianía»; el *beatus ille* o “dichoso aquel... que se retira a la vida sencilla del campo”; y el *carpe diem* o “disfruta el momento”. También es de Horacio el rechazo a la vulgaridad, al vulgo, entendiendo por ello esa mayoría que por su cortedad de espíritu no es capaz de reconocer y valorar las cosas sagradas de la vida: la virtud, la poesía o la filosofía. Esta concepción del vulgo no se refiere a una clase social pues pertenecer a él o no es una opción libre y personal que conlleva luchar contra la ignorancia y aspirar a al perfeccionismo.

En Séneca (4 a. C.-65 d.C.) vemos la continuidad de esos planteamientos. Cree en una ética común a todos los hombres independientemente de su condición o cuna que concibe la vida como milicia orientada hacia el bien. Para Séneca, quien defiende la tendencia a una interiorización efectiva de lo trascendente como guía de la conducta humana, el sabio es la máxima encarnación del hombre religioso. Esta postura y su enfoque moral, cargado de belleza, de algunos comportamientos antes situaciones de traición, enfermedad o muerte, hizo que este filósofo también fuera aceptado y tomado de referente por el cristianismo.

2.1.1.4. *El Humanismo cristiano*

La herencia grecolatina entra en contacto con el cristianismo y, lejos de alterarse, se produce una perfecta hibridación en la que queda enriquecida por la fuerza espiritual que la nueva sabiduría aporta. En realidad, la base del cristianismo incluye a la Cultura clásica, y ejemplo de ello es la formación judeocristiana de San Pablo, la doctrina acerca del logos que subyace en el Evangelio de San Juan o el hecho de que el Nuevo Testamento se escribiera en la lengua griega.

Es importante destacar el esfuerzo realizado por la Patrística para conciliar cristianismo y Cultura clásica. Padres de la Iglesia o Santos Padres es como se llama a los escritores, pensadores y eclesiásticos cristianos de los primeros siglos del cristianismo que sobresalen por su sabiduría, ortodoxia y santidad, y que precisamente por la cercanía con los apóstoles son considerados como testimonio de fe y referentes en la doctrina. Conocedores de los escritores grecolatinos, cuyos textos manejan con habilidad, integran la Cultura clásica y establecen los cimientos de la tradición humanística en la civilización de occidente.

Dos de los Santos Padres, San Jerónimo y San Agustín, en este caso pertenecientes a la patrística occidental, influirán decisivamente como modelos de humanistas. San

Jerónimo (340-420 d.C.) es autor de la *Vulgata* o la versión latina de la Biblia, aprobada por la Iglesia como texto canónico. La influencia de esta obra es incalculable. Cabe decir que hasta el siglo XVI, esto es, durante más de mil años, fue el libro más leído en Europa occidental. En ella Jerónimo recurre con asiduidad a los clásicos, especialmente a Virgilio y Cicerón en perfecta combinación con los autores cristianos. Este hecho unido a su condición trilingüe, su apuesta como traductor y su elegancia literaria le ganan la admiración ferviente del Humanismo renacentista (García Gilbert, 2010).

Las confesiones de San Agustín (354-430 d.C.) recogen las referencias a un vasto elenco de autores clásicos, pero destacan Platón y Cicerón. Especialmente es una obra referente del Humanismo por el análisis del alma humana y la descripción de un proceso de formación espiritual que se basa en la Cultura.

El proceso de hibridación entre Cultura clásica y cristianismo es estudiado a fondo por el sacerdote y teólogo Charles Moeller (2020), destacado crítico literario que perteneció a la Real Academia de la Lengua y Literatura Francesa de Bélgica entre 1970 y 1986. En su obra *Sabiduría griega y paradoja cristiana* fundamenta el proceso de transformación de la herencia clásica por parte del cristianismo, itinerario que crea un hombre nuevo una vez liberado del sufrimiento sin sentido y de la fatalidad de los dioses antiguos. Otra obra reseñable es, *Cristianismo primitivo y paideia griega*, de Werner Jaeger (1980). Este filólogo clásico alemán formado en Estados Unidos repara en cómo el cristianismo conservó y revitalizó la herencia grecolatina, y por esta razón considera el proceso de cristianización como la última fase de la *paideia* griega.

Para Jaeger:

“El punto de partida de todo humanismo debe ser su concepto de la naturaleza humana. Es esta una herencia griega que Santo Tomás y el Humanismo tienen en común. Y el acercamiento racional de Santo Tomás a la realidad, aun a la realidad de Dios, que comparte con el Humanismo, es también una herencia de los griegos. La naturaleza humana y la razón son las columnas de la cultura griega. Ambas llegaron a ser conceptos centrales para Santo Tomás a través del aristotelismo. Como consecuencia, nos vemos conducidos a declarar que existen en Santo Tomás, para decir lo mínimo, un fuerte elemento de humanismo, no sólo en el sentido de la tradición clásica y del efecto profundo que sobre él ejerció, sino también en el sentido más específico de que su pensamiento es un pensamiento metódico, racionalizado, porque se adhiere al concepto clásico de

la naturaleza humana, al concepto del hombre como un ser racional” (Jaeger, 1980 p. 76).

Concretamente de San Agustín y Santo Tomás afirma:

“Combinaron las dos manifestaciones más excelentes de un humanismo teocéntrico en la antigüedad clásica, platonismo y aristotelismo, con la fe cristiana. Cualquiera que fuese la diferencia entre el cristianismo y la filosofía antigua, ambos están de acuerdo sobre la cuestión que Aristóteles promueve al comienzo de su *Metafísica*, cuando pregunta si la idea de un conocimiento como lo de lo sobrehumano no está fuera del alcance de la naturaleza humana. Algunos de los antiguos poetas griegos piensan así, dice, y atribuye ese conocimiento a Dios solamente. Pero, con su maestro Platón, Aristóteles, se niega a ser griego en ese sentido y proclama una idea del hombre que incluye lo divino y muestra el camino por el que el hombre mortal puede participar de la vida eterna” (Jaeger, 1980, p. 131).

2.1.1.5. *El Humanismo renacentista*

El Humanismo renacentista, que nace en Italia durante los siglos XIV y XVI, pone el foco en la idea de la dignidad del hombre y su capacidad transformadora. Este nuevo movimiento cultural arrancaba un nuevo enfoque, más radical, que vendría a secularizar el término. Era el preludio de la modernidad, en un enfoque revolucionario que comprendía una visión antropocéntrica. Si bien la época del renacimiento italiano dirigía el concepto a los *studia humanitatis* (gramática, retórica, poesía, historia y ética) a partir del estudio de la Antigua Grecia y Roma, la evolución del término iría de la mano de un movimiento que se extendería con un giro cultural mucho más amplio. Ese movimiento cultural afectaría a la estética, lo político, lo filosófico o lo ético. Se trataba de un cambio en la visión del mundo.

La formación humanística renacentista se mantuvo impregnada de cultura retórica (cultivada por San Agustín y San Juan Crisóstomo), en el culto del hablar y escribir de forma correcta, dando forma a un Humanismo teológico de carácter erudito. Se correlacionaba así Humanismo y educación, anticipando una nueva época, que tendría su efecto posterior en la Reforma Protestante y la Contrarreforma Católica. Los humanistas se convirtieron en un referente cultural, influyente del ámbito educativo,

que encontraría como elemento diferenciador una consideración del hombre ciertamente utópica.

Ilustración 3. Retrato más antiguo conocido de san Agustín. Fresco del siglo vi, en el Palacio de Letrán, Roma.



Fuente: Wikipedia.org.

En palabras de Fontán (2008):

“los humanistas renacentistas tenían en común, además del latín como lengua de Cultura, el interés por los problemas políticos, el compromiso en el conocimiento de los antiguos para mejorar el presente y el futuro y la preocupación por hacerse oír e influir en los príncipes capacitados para tomar decisiones. Esto último rememora la idea platónica de los reyes filósofos que buscan la verdad y la justicia, pero adaptada a las circunstancias particulares del siglo XVI. Los príncipes comienzan a recibir una específica formación para ser reyes y como profesores y maestros reciben a los humanistas. Después, una vez ya en el trono, tampoco dudarán en acudir a ellos avalados por la aureola de ser los hombres más sabios de su tiempo. Entre los llamados príncipes humanistas cabe destacar a Felipe II y Carlos V; Enrique VIII, Francisco I, los Reyes Católicos, o Lorenzo de Médicis, entre otros”.

En este contexto, la aparición de la imprenta contribuirá a una rápida difusión de las ideas y de la cultura humanista, que extendió su influencia más allá de las fronteras italianas. Pero el movimiento llamado Humanismo renacentista mostró tres grandes perspectivas (García Gilbert, 2010) aunque conservó siempre una unidad de fondo. Entre otras cosas se mantuvo la mirada fija en el precursor, Petrarca, que constituye un compendio de todo el Humanismo posterior, y en sus continuadores (Boccaccio, Salutati).

Ilustración 4. Estatua de Boccaccio en el exterior de los Uffizi, en Florencia



Fuente: wikipedia.org.

Se pueden distinguir tres etapas en este Humanismo del Renacimiento:

- Humanismo de carácter filológico, retórico y gramático, propio de la primera mitad del siglo XV y que tiene como figuras más destacadas a Leonardo Bruni y Lorenzo Valla. Esta perspectiva del Humanismo reivindica el sublime valor de la palabra –que nos diferencia de los animales– y pone la mirada en Cicerón, genio de la elocuencia. Se vela por la preservación de la belleza estética y por el rigor de la lengua que conduce a la

adecuada asimilación de los conceptos; en definitiva, la salvaguarda de la verdad, que no puede desvirtuarse por imprecisas traducciones.

Figura 2. Las tres perspectivas del Humanismo renacentista

Perspectiva	Tiempo	Representantes
Humanismo de carácter filológico, retórico y gramático	Siglo XV (primera mitad)	Leonardo Bruni Lorenzo Valla
Humanismo de carácter filosófico y teológico	Siglo XV (segunda mitad)	Marsilio Ficino Pico della Mirandola
Humanismo de carácter ético-cristiano, pragmático y pedagógico	siglo XVI	Desiderio Erasmo Juan Luis Vives Tomás Moro

Fuente: elaboración propia a partir de García-Gilbert, 2010

- Humanismo más enfocado a la especulación filosófica y teológica, desarrollado en la segunda mitad del siglo XV, cuyos representantes principales son Marsilio Ficino y Pico della Mirandola. Destacamos en esta segunda perspectiva el esfuerzo por la defensa de la universal dignidad del hombre. Ciertamente es un mérito extraordinario del humanismo renacentista el volver a la idea de «universal humano», al margen de estamentos, razas o religiones, y ello tuvo notable proyección histórica en la admirable apuesta de la teología moral española del siglo XVI (Vitoria, Soto, Suárez...) por defender la igualdad esencial de los indígenas recién descubiertos con motivo de la conquista de América (García Gilbert, 2010, p.226.) Es una antropología que describe una naturaleza humana dinámica o, en palabras de Pico de la Mirandola, camaleónica, que depende del libre albedrío, por lo que «todo se reduce a una cuestión ético-moral, esto es “elegir el camino hacia la espiritualización o hacia el embrutecimiento” (Heller, 1980, p.556).

- Humanismo de marcado carácter ético-cristiano y de fuerte proyección pragmática y pedagógica que se adentra ya de pleno en el siglo XVI y que brota, sobre todo, fuera de Italia, en figuras tan ilustres como Desiderio Erasmo, Juan Luis Vives, Tomás Moro o Guillermo Budé.

A partir de aquí la recepción del Humanismo en la Edad Moderna choca con la crisis que asola a Europa y pone en jaque los viejos postulados humanistas. La clave para

explicar la disolución de este pensamiento la encontramos en la nueva visión de la filosofía y de la ciencia, plasmado principalmente en la figura de Descartes. No hay que olvidar que este filósofo, como él mismo explicó en su *Discurso del Método*, tras un aprendizaje humanístico frustrante, decidió abandonar el estudio de las letras y buscar sólo la ciencia que pudiera encontrar en mí mismo o en el gran libro del mundo.

Ilustración 5. Cuatro filósofos humanistas beneficiados por el mecenazgo de los Médicis: Marsilio Ficino, Cristoforo Landino, Angelo Poliziano y Demetrio Calcocondilas. Del fresco Zacarías en el templo, de Domenico Ghirlandaio, en Santa Maria Novella (Florencia), fecha en 1486-1490.



Fuente: Wikipedia.org.

Michel Foucault en su obra *Las palabras y las cosas* (1985) asienta las causas que explican esta crisis. De esta forma señala el cambio y recorrido producido entre una episteme tradicional de carácter analógico y el modelo facilitado por la nueva filosofía y la nueva ciencia que sustituía la analogía por el espíritu crítico. En este punto se puede afirmar en palabras de Gilbert que

“el mundo armónico, ordenado e inteligible (es decir, con sentido) –y no obstante misterioso (es decir, trascendente)–, con vías permanentemente abiertas y transitables entre lo estético, lo moral y lo religioso, y con el hombre como eje y centro de analogías y referencias, empezaba a hacer aguas por todas partes” (p. 240).

Con todo, el Humanismo, al situar al ser humano en el centro de todas las cosas, supuso un cambio de paradigma por lo que es continuamente reivindicado (Carpio, 1942). Este reclamo también se puede apreciar en la Cultura actual (Contreras, 2017; Moreno-González, 2020).

2.1.1.6. Cultura humanística versus cultura de masas

Berlanga y Alarcón (2021) sostienen que cuando hoy se habla de tradición humanística “definimos la corriente o actitud que revela el interés, la preocupación o solicitud por el hombre, por su libertad y dignidad. También, el hecho de que estos valores se logran a través de la Cultura o el cultivo del espíritu con los saberes que posibilitan al hombre vivir con la dignidad que le corresponde” (p.311). Esta profunda perspectiva de la Cultura que el Humanismo transmite dista en mucho de lo que, de forma habitual, se entiende hoy en día por Cultura.

Oswald Spengler (2011) establece el final de la cultura humanística en el advenimiento de la civilización moderna. El triunfo del materialismo, la primacía de lo científico y empírico y el asentamiento de una visión pesimista y nihilista son presupuestos de finales del siglo XIX que desembocan en una suerte de pobreza espiritual que afecta a la relación del hombre con la verdad, la belleza y el bien. Las nuevas circunstancias van fraguando la llamada sociedad de masas y una cultura aneja a esta denominación.

Para entender la formación de la sociedad de masas y, por tanto, de la cultura de masas, nos tenemos que remontar al esquema piramidal del Antiguo Régimen, entendiendo como tal el conjunto de estructuras políticas, económicas y sociales que imperaba en Europa hasta el siglo XVIII. Entre 1789, año en el que estalla la Revolución Francesa y se proclama la constitución de los Estados Unidos, y 1825 en que después de la batalla de Ayacucho toda América se hace independiente, se opera la gran revolución, esto es, el paso del Antiguo Régimen al Nuevo Régimen. A partir de ese momento se producen un buen número de cambios esenciales: el crecimiento ilimitadamente acelerado de la población; la urbanización creciente de esta población en aquellos lugares que presentan más posibilidades para la elevación del nivel económico y social o el consiguiente abandono del campo, con múltiples consecuencias en los modos de vivir y pensar.

Económicamente el sistema productivo del sector primario (agricultura y ganadería) sufre un desplazamiento hacia los sectores secundarios (industria) y terciario (actividades comerciales y servicios). A su vez, aparecen adelantos científicos

importantes. La búsqueda de mayores posibilidades económicas, sociales y culturales otorga una estructura nueva a la sociedad industrial. Así, con la emigración de la población a las ciudades se modifica la arquitectura poblacional. Desde el punto de vista social, el nuevo régimen se diferencia del anterior esencialmente en la permeabilidad entre la clase alta, la media (bien media-alta, media-media o media-baja) y la baja. Son los ingresos económicos lo que permiten esta permeabilidad; sin embargo, el criterio de sangre ya no es garante de pertenencia a una u otra clase.

Dichos cambios se producen primeramente en Europa e el momento en que el proceso de la Ilustración acaba con la Monarquía. Se empieza a implantar un igualitarismo generalizado, pero que a la vez va a ser muy dispar: no es lo mismo el caso francés, cuna de la Revolución, que el inglés, donde el capitalismo emergente en Inglaterra no es para todos. Mención aparte serán los casos de Alemania e Italia, territorios que en estos momentos siguen sin formarse como nación. Y como una característica general vemos que aún pervive mucho del Antiguo Régimen (impermeabilidad, grandes crisis económicas...)

El caso es que esta sociedad emergente puede recibir los calificativos de igualitaria, fruto del nuevo modelo político, burocratizada en lo administrativo y desacralizada, por su afán de ruptura con los valores tradicionales. En este sentido, en la cultura de estas masas se aprecia esta ruptura con la cultura pre-industrial. Los Estados Unidos, por las características que a continuación veremos, serán el caldo de cultivo idóneo para este proceso.

El descubrimiento de América va a originar que grandes oleadas de inmigrantes de todas partes se instale en esta nueva tierra. De la población que se arriba se puede decir que están invertebrados, no tienen nada en común con los autóctonos, salvo la lengua inglesa. Se fragua una sociedad sin tradición y pasado cultural. Pero en esta sociedad emergente hay elementos nuevos, y entre estos destaca la idea de progreso. Se puede afirmar que tienen abiertas todas las posibilidades. Al ser una población joven, inestable laboralmente, con poco arraigo en el núcleo familiar y sin nexos con la Iglesia pueden imaginar que las posibilidades de progreso se extienden hasta el infinito. Es posible, por ejemplo, que un repartidor de periódicos pueda llegar a ser presidente. Es el mito que Estados Unidos construye para todo inmigrante (Maldwyn, 2001).

Antes de seguir hablando de la formación de esta sociedad de masas, mencionamos lo acertado del término. Otras denominaciones se han fijado en facetas culturales,

económicas o científicas, pero este concepto de "masa" abarca una mayor extensión conceptual. La originalidad del término se la debemos a las reflexiones del español Ortega y Gasset en su ensayo *La rebelión de las masas* y en sus artículos periódicos en *El Sol*. Hay sociedad de masas cuando la mayoría de la población puede acceder a los bienes y servicios de forma generalizada. Es un producto, por tanto, de la Revolución industrial y de la democracia (Ortega y Gasset, 1993).

Ahora bien, aclaremos que masa es algo distinto a una clase social. Para Ortega y Gasset, masa es todo individuo que no se valora a sí mismo, sino que se encuentra bien al sentirse igual a los otros. Este hombre tiende al anonimato y a su permanencia gustosa en él. Será, por ejemplo, un individuo que entra en un espectáculo y se mimetiza con el resto dejando ya de ser individuo. No es el intelectual que se exige. Este individuo quiere hacer lo que hacen los demás, no piensa por sí mismo, se deja arrastrar. El anonimato, como propiedad característica del hombre masa, es una consecuencia de lo que se ha denominado exigencia de la convivencia. La relación entre el anonimato del individuo y las exigencias de la convivencia, o las llamadas de su entorno social, siendo en su raíz contradictorias, acaban configurándose como complementarias. La contradicción está en que, en un momento histórico en que el hombre tiene un alto concepto de su libertad personal y social, está inmerso por otra parte en un mundo de relaciones, de exigencias sociales, que le piden continuamente algo de sí. La nota diferencial de esta cadena de exigencia de relaciones es que las relaciones de tipo secundario crecen sustituyendo a las de tipo primario: los contactos superficiales, coyunturales y fortuitos, ocupan el lugar de las relaciones directas, de parentesco o amistad. El hombre, así, puede ser conocido de muchos y amigo de pocos.

Como explica García Gilbert (2010) esa masa no es el pueblo o la idea del pueblo que hasta el momento existía, sino una turba anónima, irresponsable y extremadamente manipulable. Es además no educable, pues, por definición, rechaza una cultura humanística, concepción que tiene como destinatarios a los individuos y que establece un programa de formación para el hombre. Como otros autores describen, la masa sigue un proceso de inconsciencia tipo animal, de bestialización o embrutecimiento (Canneti, 1987). También a esa masa se le añade un peligro: ha crecido, se ha crecido y no es consciente de su ignorancia. Piensa a diferencia del vulgo tradicional que tiene ideas (Jaspers, 1953).

Resumiendo lo dicho hasta el momento, podemos reunir como causas originales de esa sociedad de masas los siguientes fenómenos: la expansión del capitalismo, la

industrialización, el crecimiento de la población, el crecimiento urbano, la tendencia al igualitarismo, el fortalecimiento del estado, la implantación de la burocracia y la expansión de los medios de comunicación. Abundando en esta última causa tenemos que mencionar dos fenómenos emergentes: la importancia capital de la invención de la radio en 1875 por Marconi, por lo que supuso de difusión inmediata de las noticias; y la gran revolución de la Televisión en 1930, con su consiguiente generalizada invasión de los hogares entre los años sesenta y noventa. Revolución que va a convertir en realidad la famosa expresión de "Aldea Global" de McLuhan.

Cultura en la sociedad de masas

Así, ante la pregunta, ¿cómo se origina una Cultura para gente tan dispar? La respuesta será: Con los *Mass Media*. La sociedad norteamericana tiene necesidad de unificar, y a la vez, intenta eliminar su realidad problemática: el hecho de que haya nacido de una lucha entre colonos y ganadero, realidad que su propia cinematografía va a silenciar. Además, en esta sociedad de consumo, la Cultura se va a convertir en un producto más. Y vamos a presenciar fenómenos como la sustitución de la literatura clásica por los best-seller; de los cuentos de siempre por los comics; de la música culta y nacional, como puede ser la ópera, por la ligera y pegadiza, como es el caso del rock (Saperas, 1987).

Si analizamos las diferentes definiciones de Cultura –muy distintas y por tanto origen de una amplia bibliografía sobre el tema– se percibe, no obstante, que todas ellas la conciben como un elemento diferenciador. La Cultura producto de la sociedad de masas se recibe, sobre todo en la vieja Europa, como un síntoma de decadencia. Si es un producto más ¿no sufre la Cultura así un proceso de deterioro? Ante esta pregunta vamos a encontrar dos posibilidades de respuesta. Los apocalípticos y los integrados. Esta expresión proviene de la popular obra de Umberto Eco, *Apocalípticos e integrados en la cultura de masas*, publicado en 1968. Aunque la expresión puede ser simplista y reduccionista para explicar las diversas posiciones, es una realidad que caló en las corrientes de pensadores y estudiosos del momento y sigue gozando de actualidad.

Los llamados apocalípticos verán en la cultura de masas un signo de decadencia y de llegada de una posible barbarie que frustrará a los deseos de culturización de la totalidad de la población. Paradójicamente, es una cultura que embrutece al ser humano, que es degeneración. Por el contrario, los denominados integrados juzgan el fenómeno positivamente. La Cultura se presenta como una oferta igualitaria para todas las clases.

Es la nueva cultura de la sociedad industrial (Eco, 1984). Ortega en España, Tocqueville en Francia o Eliot en Inglaterra formarán parte de los apocalípticos. Los integrados serán los pensadores liberales americanos como Shils, Hill o Merton. Para estos autores, la Cultura jamás ha estado tan expandida como en este momento. Permite que para todos asequible oír un disco determinado o tener en su hogar la representación de un cuadro famoso, pongamos por caso. Se pasa, por tanto, de la cultura proposicionalista a la lineal.

Podemos destacar un tercer grupo de intelectuales que participan de esta disputa. Proviene de la teoría socialista en sus distintas vertientes (freudo-marxismo, escuela de Frankfurt). A este grupo también le parece que de esta forma se da el subproducto al pueblo. Para ellos también nos enfrentamos a una especie de anticultura que amenaza con la destrucción de la cultura superior. Y sucede algo paradójico. En este punto, piensan igual las izquierdas marxistas que las derechas.

Para hacer una descripción profunda de este fenómeno, siendo la sociedad moderna tan compleja y con elementos tan interrelacionados, es preciso acudir a los llamados Niveles de Cultura. Niveles de Cultura serían las normas de producción, distribución y consumo de diversas expresiones culturales que se corresponden con determinados grupos sociales. Se han elaborado distintas tipologías de los niveles de Cultura. Destacamos por ser la pionera, la de Brooks (1976) con su triple división en alta cultura o *Highbrow* (cejas altas) y baja cultura o *Lowbrow* (cejas bajas). Posteriormente introduciría un nivel nuevo, el *Middlebrow* (cejas medias). Entre la variedad de denominaciones posteriores a Brooks destaca la de MacDonald, quien llama al último nivel *Masscult* o cultura de masas (Eco, 1984). Veamos las principales características de cada uno de estos niveles:

- La *Highbrow*, *High Cultura*, Cultura superior o refinada. Corresponde a las formas clásicas de Cultura, propias de occidente, o una Cultura de gran complejidad y creatividad. Se engloban aquí la música clásica, el teatro, la filosofía, la literatura o la pintura, por citar algunas disciplinas. Emanan en principio de las élites o minorías selectas, responsables de la formación del resto del pueblo; por tanto, afecta a toda la colectividad. Este nivel se fundamenta en la tradición.

- La *Middlebrow*, *Midcult*, o Cultura media. Es una Cultura de cierta complejidad simbólica, relacionada con los gustos de la clase media, gustos tanto estéticos como culturales o de entretenimiento de esta nueva clase emergente. Incluye buena parte de la cinematografía, la comedia musical, la novela contemporánea y en la prensa, el nivel

de calidad media. Este nivel carece de unión con la tradición, tiene su anclaje en el presente.

- La *Lowbrow*, *Masscult*, cultura grosera o brutal o cultura de masas. Es una cultura sin ninguna complejidad estética, muy superficial y carente de sensibilidad. Incluye los seriales radiofónicos, las telenovelas y la prensa sensacionalista. En realidad, nos encontramos frente a una anticultura. Este nivel presenta una caducidad mayor que el nivel anterior y se orienta a un consumo inmediato y banalizado.

Todas estas calificaciones han originado un debate que sigue abierto. Se han alzado voces defensoras de esta cultura popular, reclamo que parte de una realidad: ahora el hombre denominado culto es un ser complejo y los centros culturales son plurales. Juzgar y evaluar la cultura moderna, cuyo soporte propio es el de la imagen, con los criterios de una sociedad tradicional que ya han quedado obsoletos, es una tarea difícil y arriesgada.

François-Xavier Bellamy (2018) repara en el descrédito en el que ha caído la cultura, originado por importantes intelectuales a los que llama maestros de la sospecha pedagógica: Descartes, por su desconfianza hacia el saber heredado, Rosseau por el mito del buen salvaje y Bordieu, con su ataque sistemático a la Cultura. Advierte también de los riesgos que corremos cuando rompemos la cadena de transmisión de nuestro patrimonio cultural a las nuevas generaciones pues en ese caso les estaríamos privando de una herencia imprescindible para todos. Concretamente Bellamy se admira ante la paradoja de pedir a los docentes resultados sin facilitarles el trabajo indispensable: la transmisión de la Cultura; la misma incongruencia que exigir estas generaciones unas cualidades y valores que solo pueden nacer de la herencia cultural de la que estaríamos privándolas.

Así, la palabra Cultura ha sufrido un proceso de degradación originado por el multiculturalismo en el momento en el que uno de los considerados padres de este movimiento, Lévi-Strauss (2005), empieza a utilizar el término en plural aplicándolo a las sociedades primitivas y englobando con él a todas las manifestaciones de la vida social: comida, vestido, relaciones sexuales, etc. propugnando así el relativismo cultural. Sin embargo –sostiene García Gilbert– la Cultura es una, la que define el grado de sabiduría ética, estética y filosófica de un individuo o una sociedad, sea ésta oriental u occidental, tradicional o moderna (García Gilbert, 2010). En la misma línea Fumarolli (2007) repara que en la modernidad el concepto de Cultura se ha devaluado y se ha

convertido en palabra «percha» que todo lo soporta o palabra «pantalla» que todo lo oculta.

Lorda (2011) diferencia entre una cultura entendida solo en su aspecto exterior y lo que considera una verdadera cultura. La primera se refiere a la acumulación de conocimientos científicos, artísticos, costumbres o historia de instituciones, que solemos llamar patrimonio cultural. El sentido profundo de la Cultura, por el contrario, consiste en el cultivo del espíritu, esto es, de la inteligencia, la voluntad y la capacidad de actuación. Vale la pena resumir las palabras de este autor, bien sistematizadas y clarificadoras. Según Lorda la inteligencia cultivada alcanza la sabiduría, que abarca a su vez tres áreas: a) una visión general del mundo que dé respuesta a las preguntas básicas sobre el sentido de la vida: de dónde venimos, a dónde vamos, dónde está la felicidad, cómo afrontamos el dolor y la muerte; b) una concreción de criterios morales que guíe la conducta y permita distinguir el bien del mal; y c) un conocimiento de las cosas humanas, los comportamientos individuales y sociales y los sentimientos, para relacionarnos con los demás.

Figura 3. Rasgos de la Cultura según los humanistas

Sabiduría	Visión del mundo: respuesta a las grandes preguntas de la persona
	Criterios morales que guíen la conducta: distinguir bien / mal
	Conocimientos del hombre y de la sociedad para saber convivir
Virtud	Disciplina personal para llevar una conducta libre y racional
	Honestidad, honradez y justicia
	Orden en los amores y afectos
Artes humanas	Aprendizaje para hacer cosas y ejecutar proyectos con la experiencia ajena y el propio ingenio

Fuente: elaboración propia a partir de Lorda (2011).

Por su parte, la voluntad formada alcanza la virtud, como la llamaban los clásicos, que hace referencia a 1) la disciplina personal para llevar 2) una conducta libre, consciente y racional; 3) la honestidad que nos inclina hacia la justicia y la honradez, y 4) la ordenación de los amores, amistades y afectos hacia personas y hacia ideales. Finalmente, la capacidad de actuar, si se cultiva, aporta el aprendizaje para hacer cosas, ejecutar proyectos y sacar adelante propuestas; y todo esto se consigue partiendo de la experiencia de otros y también aplicando el propio ingenio. “Estas buenas artes son

como la musculatura del alma. En ellas se juega la calidad de la persona y su relación con la verdad, la belleza, el bien, la justicia y el amor” (Lorda, 2011 p.25).

En cuanto a la libertad, cabe recordar que para el viejo Humanismo la libertad verdadera es cosa del alma y no consiste tanto en la exteriorización formal de actitudes o deseos sociales y políticos como en el ejercicio autónomo de la voluntad y en la potestad conjugada de reflexión y elección que es el libre albedrío. El viejo humanista no se deja engañar en este sentido: por muchas libertades externas que se disfruten, no ignora que muchos hombres no son interiormente libres. Ni, en el fondo, lo desean. Como decía Séneca: “Pocos están sujetos a la servidumbre; muchos más se entregan a ella voluntariamente” (*Epístolas a Lucilio*, XXII) (García Gilbert, 2010, p.267).

Ilustración 6. La Academia de Atenas, de Rafael Sanzio



Fuente: wikipedia.org.

La cultura de masas coincidiría con las manifestaciones exteriores y con el conjunto de conocimientos asequibles a todos, acceso que se ha incrementado, gracias a las facilidades que aporta el desarrollo tecnológico. Por su parte la Cultura como se entiende en el Humanismo, aun siendo patrimonio de todo hombre, se limita a una minoría, pues lamentablemente, el cultivo del espíritu es un arte que pocos ejercen. Esos pocos son los

que Juan Ramón Jiménez bautizó con la paradójica expresión de “inmensa minoría” (2001) ya que, aunque se trata de un escaso número, el efecto multiplicador que se consigue es inmenso.

Y es que los humanistas siempre han realizado la tarea, asumida como misión y deber de servicio, de la transmisión de los bienes que nos humanizan, la conservación y mejora de ese legado y su traspaso a las siguientes generaciones. El siglo XXI también precisa de esta tarea “para beneficio, de nuevo, de las personas y de su realización. Hace falta, otra vez, una *metanoia* de la sociedad (Llano et al., 1992, p.13).

2.1.2. El Humanismo hoy

Tras el breve recorrido sobre el concepto de Humanismo y su concepción de la Cultura, nos detenemos a considerar qué se entiende por Humanismo en el momento actual, un contexto en continuo cambio, calificado como volátil e inestable.

Según Alejandro Llano, el Humanismo emergió “desde la necesidad de establecer una concepción ilusionante y esperanzadora del ser humano, en una época en que ya empezaba a preocupar la idea de que el progreso supone o contiene el riesgo de originar servidumbres como consecuencia de la primacía del sistema sobre la persona” (Llano et al., 1992, p. 12). Estas palabras pueden aplicarse al momento presente, dado que es motivo de reflexión el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, el modo en que ha transformado profundamente la sociedad, la academia y las formas de generación de conocimiento, así como los riesgos que supone el progreso en la primacía del sistema sobre el ser humano.

Esta reflexión trae a colación el propio significado de “humanista”, en la acepción que hace referencia a la adquisición de los saberes clásicos y a quienes profesaban el arte de estudiar disciplinas como el latín, el griego, la historia, la poesía, la filosofía o los relatos de la Antigüedad, según la correlación que se estableció con el Renacimiento. Nos resulta clave porque los humanistas pretendieron entonces retomar el modelo grecorromano, en un rechazo paralelo a las ideas góticas, asociando así el Renacimiento con una época histórica de resurgimiento de las artes y las letras. Este tiempo que, como hemos visto, data del siglo XIV en Italia y de un siglo más tarde en el resto de las ciudades europeas, llegó a ofrecer una renovación intelectual, artística y social indiscutible. A su vez, estas premisas nos conducen a la reflexión actual, a reparar en que también hoy se buscan esos valores y se mantiene el interés por las disciplinas ligadas estrechamente al espíritu humano. También ahora “las humanidades viven un proceso de transformación redefinición, cuestionamiento y puesta en valor en un contexto social cada vez más hiperconectado” (Romero-Frías y Sánchez-González, 2014).

Si el Humanismo resultó, por tanto, de la confluencia de fenómenos culturales, el Humanismo actual va a confluir con una Cultura marcada por la digitalización, fruto de una revolución tecnológica sin precedentes. Tratar de comprender qué se entiende por Humanismo en el siglo XXI, el Humanismo digital, nos aboca a hablar de un concepto cada vez más protagónico, el de humanidades digitales.

Ilustración 7. Humanismo digital



Fuente: Nueva Revista.

2.1.2.1. Las humanidades digitales

Las humanidades digitales son un campo emergente de estudio interdisciplinario que se enfoca en la aplicación de tecnologías digitales para el análisis y la interpretación de material cultural y artístico. Este campo ha surgido como una respuesta al creciente volumen de información digital disponible y la necesidad de métodos más sofisticados para analizar y entender esa información. Atendiendo al vocablo se conciben como la combinación de disciplinas tradicionales de las humanidades, como la historia, la literatura y la filosofía, con disciplinas de ciencias de la computación, como la informática y la inteligencia artificial. Estas disciplinas trabajan juntas para desarrollar herramientas y métodos para el análisis de datos culturales y artísticos, incluyendo textos, imágenes, sonidos y videos. En efecto, combinan metodologías propias de las disciplinas humanísticas tradicionales y de las ciencias sociales con el uso de herramientas informáticas y la edición digital. De este modo, resultan claves porque intentan hacer los objetos culturales más accesibles para la enseñanza, la investigación y su divulgación (Porsdam, 2011).

Paul Spence (2014) sostiene que:

“Las Humanidades Digitales son un área científica que ha pasado de ser un espacio para la experimentación tecnológica en aplicaciones literarias y lingüísticas, empleando bases de datos, análisis de texto electrónico o sistemas de marcación digital (por nombrar solo tres ejemplos), a ser un campo que abarca casi todas las áreas tradicionales y emergentes de las humanidades (aunque todavía con distintos niveles de penetración), que se aprovecha de cualquier innovación tecnológica aplicable a la ciencia (por ejemplo: la literatura digital, las bibliotecas digitales, el análisis geoespacial de lugares históricos, técnicas Big data para explorar archivos agregados, pedagogía digital o el análisis de redes sociales) y que funde procesos de creación y construcción/representación con una reflexión amplia y profunda sobre los efectos de la tecnología en la enseñanza y la investigación científica” (p.9).

Pero si miramos su evolución y arraigo en el panorama científico actual, el concepto Humanidades Digitales significa mucho más. Podría considerarse como una forma de re-imaginar las humanidades y devolverles su importancia en la sociedad, al conectar la cultura humana y la tecnología, omnipresente en nuestras vidas. Según Meister las humanidades digitales conforman “una metodología que trasciende todas las disciplinas tanto sistemáticamente como conceptualmente” (2012). En esta línea, para Spiro (2012) representan también una serie de valores que incrementan el sentimiento de pertenencia a una comunidad y forjan un determinado ethos según los patrones de la colaboración, el acceso abierto y la transparencia.

La tradición académica de las Humanidades Digitales se remonta a finales de los años cuarenta del siglo XX, cuando Roberto Busa, jesuita, comienza a trabajar en el proyecto sobre las obras de santo Tomás de Aquino y para el que pide la colaboración de IBM (Hockey, 2000), incorporando así, de forma pionera, la informática en los estudios de humanidades. En cuanto al origen y naturaleza, el término Humanidades Digitales (Digital Humanities) se sitúa en 2004 con la publicación del trabajo *A Companion to Digital Humanities* editado por Susan Schreibman, Ray Siemens y John Unsworth, quienes pretendían ampliar el campo de visión de esta disciplina hacia el enfoque digital frente al instrumental más centrado en el texto (Svensson, 2009).

La reflexión sobre la naturaleza de las Humanidades Digitales también se ha llevado a cabo a través de diversos manifiestos. Destaca *The Digital Humanities Manifesto 2.0* (Presner et al., 2009) documento que recoge algunas características definitorias de este nuevo fenómeno:

Figura 4. Características de las humanidades digitales

Características definitorias de la Humanidades Digitales
Interdisciplinariedad, transdisciplinariedad, multidisciplinariedad
Apertura (openness) fuentes abiertas (open source), recursos abiertos, licencias abiertas, etc.
Replanteamiento de las normas de copyright y propiedad intelectual: propuesta de licencias alternativas (Creative Commons)
Redefinición de las comunidades de investigación y sus límites
Reequilibrio en las relaciones entre maestros y discípulos
Compromiso e impacto social

Fuente: Elaboración propia a partir de *The Digital Humanities Manifesto 2.0* (Presner et al., 2009)

Ayala Pérez (2019), destaca la crucial importancia de la *World Humanities Conference* (2017) organizada por la Unesco y la CIPSH (*International Council for Philosophy and Humanistic Studies*), por la presentación de su documento final, “Una nueva agenda de las humanidades para el siglo XXI”. El informe subraya que las humanidades tienen una competencia y una responsabilidad específica, que encuentra su razón de ser en el fomento de la libertad, la diversidad de pensamiento y la transparencia, claves del bienestar en la sociedad actual. Asimismo, hace énfasis en el papel insustituible de las humanidades en la configuración de un enfoque crítico de los valores y frente a la comprensión de los procesos y las etapas a largo plazo (entre otros, destaca los desafíos que implican los cambios ambientales y las migraciones globales).

Coincidimos con Nuria Rodríguez Ortega (2014) quien considera el término Humanidades Digitales como un concepto ambiguo y complejo que abarca múltiples vertientes y puntos de vista. En ocasiones se ha utilizado indiscriminadamente para denominar cualquier práctica, iniciativa o proyecto de las disciplinas humanístico-sociales que utilice recursos digitales o tecnologías. Pero lo que define las Humanidades Digitales frente al conjunto de disciplinas humanísticas que utilizan herramientas tecnológicas “es la búsqueda de nuevos modelos interpretativos, nuevos paradigmas disruptivos en la comprensión de la Cultura y del mundo, implican no hacer cosas de modo” (p.15). De esta forma el compromiso del humanista digital no se establece con el desarrollo tecnológico, sino con el Hombre, lo que supone una vuelta a la esencia del Humanismo.

Consideramos que las Humanidades Digitales han venido a trastocar y, quizás, a “resolver las dicotomías entre ciencias y humanidades, entre teoría y práctica y entre lo cuantitativo y lo cualitativo” (Drucker, 2012, p. 17). Es este un antiguo debate origen de controversias entre las llamadas dos culturas –ciencias y letras o humanidades– no exento de incompreensión y oposición entre los dos campos del saber. La interdisciplinariedad de las Humanidades digitales, el hecho de que las ideas humanistas se sirven de la tecnología para incrementar su alcance y ordenar y representar la información y el conocimiento del que se dispone y que, a su vez, la tecnología se vea enriquecida por las disciplinas humanísticas, es una muestra de complementariedad. Los dos enfoques obedecen al deseo inherente del hombre por conocer y explicar no solo cuanto lo rodea, sino también por la creación o la reflexión sobre quiénes somos. Ese deseo de conocimiento encuentra su reflejo en la visión humanística del siglo XXI. Por eso hoy en día hay un fortalecimiento de las Humanidades, una “Humanidades transformadas” (Derrida, 2005, p.20) que, al desarrollarse en un nuevo espacio, el virtual, han modificado la naturaleza del trabajo universitario y desestabilizado su hábitat.

La Cultura se sirve de los recursos digitales para encontrar la forma de expresarse y, en su expresión, refleja también el papel crítico de las humanidades. En este sentido, para Derrida (2005) es necesario que las nuevas humanidades repiensen la idea de hombre desde la diversidad, nuevas perspectivas para narrativas novedosas, que establezcan lazos entre las artes y la técnica, la filosofía y las ciencias.

En la actualidad, repensar las Humanidades implica retrotraernos a la etapa renacentista para comprender que la imagen del hombre, la humanización, no tiene por qué contraponerse a la revolución tecnológica. Para Olaechea (1986): “Renacimiento e imprenta se emparejaron desde su misma cuna y con ello se logró plasmar y difundir la nueva imagen del hombre y del universo en la que se perfila el embrión del mundo moderno” (pp. 15-16). Si establecemos un símil y concebimos la etapa actual un nuevo “Renacimiento contemporáneo”, y si sustituimos “imprenta” por “digitalización”, quizá seamos capaces de reconocer una nueva imagen del hombre y del universo, así como los albores de una nueva etapa.

Con la cultura grecolatina, la humanidad había dado de sí el testimonio que ahora necesitamos: un ideal humano, un boceto de lo que el hombre debía ser, del ideal que el hombre tenía que llenar. Las Humanidades son el depósito que atesora la historia de las ideas más altas que la humanidad ha cultivado y el estudio de las Humanidades son lo

único que podrá devolvernos una visión real de la vida, por lo que los recursos digitales abren un tiempo de revisión y reflexión sobre el hombre y la Cultura.

Ilustración 8. David, de Miguel Ángel, fecha en 1501-1504, Galería de la Academia (Florencia)



Fuente: wikipedia.org.

El campo de las humanidades digitales ha crecido significativamente en las últimas décadas, impulsado por la creciente cantidad de material digital disponible y al hilo del rápido desarrollo de tecnologías emergentes. Así se han abierto nuevas oportunidades para la investigación y el análisis, por ejemplo, en el campo de las humanidades gracias a la digitalización de colecciones de museos y bibliotecas, así como la creación de nuevas formas de contenido digital. También en el campo de la enseñanza y el aprendizaje de las humanidades han tenido un impacto significativo, al permitir a los educadores y estudiantes acceder a una amplia variedad de recursos y herramientas en línea, lo que enriquece el proceso educativo y hace que la educación sea más accesible para más personas. Y han tenido un impacto en la investigación en las humanidades, con la facilidad de acceso a contenido valioso y la utilización de nuevas herramientas de análisis de datos para examinar patrones y tendencias en la información. La minería de datos y el análisis de redes son ejemplos de herramientas que se utilizan comúnmente en las humanidades digitales.

Sin embargo, también hay desafíos asociados con esta disciplina emergente. Una de las preocupaciones más importantes es la accesibilidad y la preservación de la información digital. La tecnología digital cambia rápidamente y es necesario asegurarse de que los datos digitales sean accesibles y preservados para las generaciones futuras. Otro desafío es la cuestión de la privacidad y la seguridad de la información digital para proteger a los usuarios de manera efectiva. Las humanidades digitales son un campo emocionante y en constante evolución que promete contribuir significativamente a nuestro entendimiento de la Cultura y la sociedad en el futuro.

Es interesante reseñar cómo desde las disciplinas relacionadas con la comunicación digital se erigen voces que reclaman contar con la perspectiva humanística (Chizzotti, 2020; Irwansyah, 2021; Mairal, 2021). En concreto en lo que se refiere a la docencia en Comunicación, ante la necesidad de la continua actualización que precisan sus fórmulas, Berlanga y Alberich (2012) propusieron la introducción de contenidos teóricos y prácticos de la ciencia Retórica en los planes de estudio de aquellos campos que giran en torno a la comunicación, basándose en el informe sobre los Títulos de grado en Comunicación creado por la ANECA y en sus propuestas para los futuros periodistas y comunicadores. Una década más tarde, Cabezuelo y otros (2023) sugieren el estudio de la Retórica como disciplina humanística para desentrañar los discursos mediáticos generados por los profesionales de la comunicación en la actual sociedad digital. En el ámbito de América latina también se reclama la formación humanista de los profesionales de la comunicación, el periodismo y la información (Galañena 2019). Y en otros campos del saber “se percibe que esta mirada más humana es la que necesitamos día tras día. Volver a la experiencia vital antes que la artificial, construir puentes entre lo digital y lo natural para poder crear nuevas formas de convivencia que sean sostenibles y más saludables tanto para los usuarios como para el mundo que habitamos” (Hernández-Peña et al., 2020, p. 50).

2.1.2.2. *¿Quiénes son Los humanistas de hoy?*

Ser un humanista hoy se plantea como una necesidad para la democracia. Es la tesis que defiende la filósofa norteamericana Martha Nussbaum (2010) y que argumentó en el discurso que pronunció el 10 de diciembre de 2015 al recibir el doctorado *honoris causa* en Universidad de Antioquia. Reproducimos algunas ideas de su pensamiento recogidas en el blog de la red Española de Filosofía, Athene Blog:

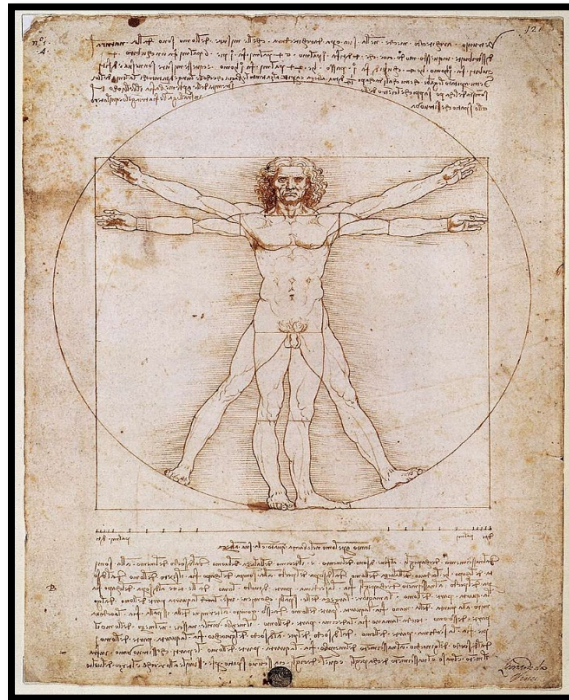
“Aprender a ver a otro ser humano no como una cosa sino como una persona completa, no es un logro automático: debe ser promovido por una educación que refine la capacidad de pensar acerca de lo que puede ser la vida interna de otro, y también para entender por qué no es posible captar plenamente ese mundo interior, por qué una persona es siempre hasta cierto punto un enigma para el otro. Esta capacidad brinda un apoyo crucial tanto al pensamiento crítico como a la ciudadanía mundial. Se promueve, sobre todo, a través de la enseñanza de la literatura y las artes (Athene Blog, 2015).

Para esta autora el valor de las humanidades es algo valioso pues sirven para formar un mundo en el que valga la pena vivir, con personas capaces de ver a los otros seres humanos como entidades en sí mismas, merecedoras de respeto y empatía, que tienen sus propios pensamientos y sentimientos, y también con naciones capaces de superar el miedo y la desconfianza en pro de un debate signado por la razón y la compasión (Nussbaum, 2010).

Llegados a este punto cabe preguntarse por quiénes son los humanistas de hoy; quiénes pueden ser considerados humanistas en el siglo XXI.

Como sabemos, la figura de los humanistas aparece en el Renacimiento. En este momento histórico y cultural se preconizaba la vuelta al saber clásico sobre el hombre como un microcosmos, que cultivaron los grandes autores latinos y griegos. Así, se llamaba humanista a quien se dedicaba al estudio y a la enseñanza de estos escritores clásicos grecolatinos como Platón, Aristóteles, Séneca o Cicerón (Reto, 2014). En la *Apología* de Sócrates –discurso que nos ha llegado gracias a su discípulo Platón– este sabio se presenta como experto en humanidad. Utilizando la comparación de aquellos que se especializan en la crianza de los caballos, Sócrates se denomina a sí mismo especialista en la crianza del ser humano. Los humanistas, como se explicó anteriormente, siguen esta estela y sitúan al ser humano en el centro de todas las cosas.

Ilustración 9. Hombre de Vitruvio, dibujo de Leonardo da Vinci, expresión del canon estético renacentista



Fuente: wikipedia.org

El término humanista y Humanismo hoy día aparece vinculado al estudio y cultivo de las humanidades, esto es, disciplinas como la historia, la filosofía, la literatura y las lenguas. Ciertamente que la enseñanza y el aprendizaje del latín y el griego se consideran fundamentales para acceder al pensamiento de los autores clásicos. Pero ser calificado como humanista responde más a una actitud vital que concibe de forma integrada los valores humanos.

Julia Kristeva (2011) en la conferencia pronunciada en la Universidad de Roma III el 26 de octubre de 2011, como portavoz de la delegación de humanistas, resume los principios para el Humanismo del siglo XXI. Se pregunta por la vigencia de este evento producido en la tradición europea, greco-judía-cristiana, que no deja de prometer, de decepcionar y de refundarse. Y describe en diez puntos el Humanismo actual, heredero de aquel, pero secularizado y con sus propias lógicas. Hijo de la cultura europea, considera que el Humanismo es el encuentro de las diferencias culturales favorecido por la globalización y la numeración. Lo define como un proceso de refundación permanente, que no se desarrolla sino por rupturas que son innovaciones. Y sostiene que para ello hay que conocer bien la herencia greco-judeo-cristiana, examinarla profundamente y -usando un término nietzscheiano- transvaluar la tradición: “no hay otra forma de combatir la

ignorancia y la censura, y de facilitar, por este medio, la cohabitación de las memorias culturales construidas en el curso de la historia” (p.411). En este humanismo entra de lleno el feminismo y el Multiverso. Concluye afirmando que la refundación del Humanismo es una apuesta. “Frente a las crisis y las amenazas, hay que atreverse a apostar por la renovación continua de las capacidades de los hombres y de las mujeres para creer y saber juntos. Para que, en el multiverso rodeado de vacío, la humanidad pueda perseguir por largo tiempo su destino creativo” (Kristeva, 2011, p.412).

George y otros (2022) vincula el término humanista al docente del siglo XXI, inmerso en la posmodernidad y en el mundo digital, por lo que debe empaparse de humanismo y de Cultura, “entendidos como el cultivo de sí mismo en la búsqueda de la plenitud humana y la capacidad de acceder a las grandes tradiciones del pensamiento humanístico” (p. 21). Estos autores defienden el estudio de las humanidades y de la filosofía como elementos insustituibles en el proceso de formación universitaria como disciplinas estimuladoras de la capacidad reflexiva y crítica que conduce a la posesión de un pensamiento propio, a la actitud ética y a la integración de saberes que impidan el reduccionismo.

Como afirma María Querol (2010) el deber del humanista no consiste solo en teorizar o acumular datos, sino en intervenir y actuar directamente en favor de la sociedad como una prioridad. Los humanistas exponen, critican o promueven propuestas pedagógicas y didácticas, o reformulan contenidos y actitudes acordes con los intereses y necesidades de la sociedad del siglo XXI.

Nos parece muy esclarecedora la visión del humanista actual que ofrece Luis Eguiguren. Para este magistrado, historiador, periodista, político y docente de la Universidad de Piura, el humanista es aquella persona que busca fomentar el desarrollo del ser humano siguiendo las huellas de los grandes pensadores clásicos. Las humanidades, como su nombre indica,

“humanizan, hacen más humanos, orientan hacia el progreso auténtico en un mundo donde la tecnología por su ambivalencia es incapaz de ofrecer soluciones a problemas humanos acuciantes como la violencia, la soledad, la desigualdad, la discriminación, la intolerancia. Las humanidades buscan el desarrollo integral de las personas, ofrecen una reflexión sobre modos mejores de vivir en sociedad. Son orientadoras, contribuyen a considerar de dónde venimos, quiénes somos, a dónde vamos. Se ocupan de esclarecer qué es el bien, qué es la verdad, dónde

está la belleza. Ofrecen soluciones para comprender la unidad y la diversidad humanas, el papel del hombre en el cosmos” (Reto, 2014).

Estas características atribuidas a las humanidades pueden aplicarse al humanista del siglo XXI. Hombres y mujeres que cultivan esa actitud vital, integradora de los valores humanos, desde todas las ramas del saber: científicos y hombres de ciencia, profesionales de la Cultura, educadores e intelectuales de toda índole.

El análisis del discurso de los hombres y mujeres entrevistados que integran nuestra muestra de estudio nos confirmarán si estos agentes de la Cultura actual pueden ser considerados humanistas, y si ofrecen a la sociedad vigente, a través de los recursos digitales, un pensamiento acorde con las líneas del Humanismo, un pensamiento humanista.

Ilustración 10. Portada de revista sobre Ética



Fuente: Nueva Revista.

2.2. LA CULTURA EN EL PRESENTE, CULTURA DIGITAL

Bajo este epígrafe queremos abordar la llegada de esta cultura digital, sus principales características, así como el recorrido que ha emprendido el ser humano en la construcción de la Cultura en el ciberespacio, y que le ha ocasionado nuevas formas de pensar y de ver el mundo. Pero antes nos parece oportuno describir los rasgos generales de la actual Cultura occidental.

2.2.1. La Cultura del presente

El recorrido realizado con el término Humanismo desemboca ineludiblemente en la Cultura del presente. Hemos visto cómo nuestra actual Cultura occidental proviene de las civilizaciones griegas y romanas, del cristianismo y de las revoluciones que se operaron en la vieja Europa en las edad moderna y contemporánea. Pero al pensar en la cultura del presente conviene precisar que, hoy día, el término Cultura se emplea tanto como sinónimo de formación o educación recibida que como sinónimo de civilización. Y en esta segunda acepción no podríamos hablar de una única cultura, la nuestra; obviamente, además de la tradición occidental existen otras culturas. No obstante, hoy día las tecnologías de la información y comunicación han logrado hacer del mundo una aldea global, y las diferencias se han acortado. Con todo, la Cultura del presente, en cualquiera de sus acepciones, es una Cultura mediada por lo digital.

Rafael Gómez Pérez en su libro *La cultura de la libertad* (2013, pp. 36-45) elige los siguientes rasgos como definitorios de la Cultura actual: el amor al dinero, plasmado en la sociedad capitalista y consumista; el prestigio de las ciencias y de las técnicas, con un alto nivel de investigación científica; el ecologismo, como ideología con las manifestaciones de cuidado del planeta y respeto por los animales; la valoración de la diferencia; la sociedad de la diversión, que busca satisfacer las necesidades en este sentido aun a costa de sacrificio económico; el individualismo, que justifica cualquier comportamiento en cuanto es una elección propia; el mosaico familiar, con la suma de diversos modelos de familia; las humanidades *versus* las ciencias, puesto que el prestigio adquirido por las ciencias experimentales ha ido paralelo al detrimento del número de estudiantes de humanidades y a la idea de que estos estudios reducen las posibles salidas profesionales; el arte multifocal, como explicación de que las artes más tradicionales han perdido contacto con el gran público y han aumentado el volumen de otras manifestaciones artísticas como el cine, el video y las danzas urbanas; la

trascendencia y misterio, para expresar una paradoja: la disminución del sentido religioso por causa de un cientificismo racionalista, y el auge de las creencias esotéricas más irracionales. En definitiva, se puede calificar la Cultura como caleidoscópica, de gran ambivalencia y mezcla de rasgos positivos y negativos.

A su vez, la incertidumbre e inestabilidad que la sociedad digital produce, y la complejidad del contexto social en el que vivimos, voluble y líquido, incrementada por la pandemia del Covid 19, lleva a hablar de una transición de los contextos VUCA a los entornos BANI (Villalobos et al., 2022); un entorno resquebrajado e inestable, como reflejo de una era que desconoce al ser humano en cuanto tal (Villalobos, 2022). Una razón de peso para volver la mirada a la cultura humanística.

2.2.2. Una aproximación a la Cultura digital. Ciberespacio y cibercultura

Según Gómez Pérez (2013), la Cultura occidental actual es la sociedad del mayor nivel de información y de comunicación registrado hasta ahora en la historia humana. El deseo de obtener información y de estar comunicados en tiempo real es posible gracias a la digitalización, que facilita la interconexión a nivel mundial. Y el arranque y la fuerza de este proceso han venido de Occidente.

Es importante señalar que el paso a la Cultura digital no tiene por qué anular los logros adquiridos con la llegada de la escritura. Para Ortega y Gasset (1987) la Cultura es el sistema de las ideas vivas que el tiempo posee, lo contrario, por tanto, del adorno y lo superfluo. Cultura es, desde este prisma, el conjunto de ideas que conforma nuestro tiempo y si lo entendemos como un todo, no puede haber dos culturas contrapuestas – oral y escrita, humanística y científica, tradicional y digital...– sino complementarias. Pero sí es verdad que, al desarrollar otros ámbitos mentales en el proceso de la formación cultural, el medio digital plantea importantes retos.

Hablar de Cultura digital supone barajar dos términos estrechamente relacionados y que continuamente convergen: el ciberespacio y la cibercultura. Ambos fueron propuestos como tema de debate por la *American Anthropology Association*, en su conferencia de 1992³. Después, la denominación de la Cultura digital como cibercultura ha sido una

³ Cfr. <https://www.americananthro.org/StayInformed/Content.aspx?ItemNumber=12836>

equiparación común a autores como Levy (2007), Buckingham (2008), Castells (2005) o Echeverría (2003).

Pierre Levy (2007) la define como el conjunto de tecnologías (materiales e intelectuales), prácticas, actitudes, modos de pensamiento y valores que se desarrollan junto al auge del ciberespacio, y recalca la mutación, la transformación cultural singular y sin precedentes originada por Internet, que reconfigura todo el espacio social, y estructura comportamientos tanto en la red como fuera de ella. Además, define tres principios claves de la cibercultura: la interconectividad, las comunidades virtuales y la inteligencia colectiva.

Foucault (1999), claro defensor del concepto sostiene que los contenidos del ciberespacio modificarían los procesos de construcción del conocimiento porque estos mismos se sustentan en la transformación del pensamiento. El planteamiento foucaultiano define la *episteme* como el ciberespacio, y la Cultura digital como un dispositivo, es decir, el ciberespacio sería el contexto donde la Cultura digital puede existir.

A su vez, Deleuze (2010) repara en que los diversos códigos influyen en la forma en la que el sujeto interpreta el mundo: el ser humano se encuentra mediado por la producción de la información y la representación de esta en formatos multimedia, que definen, a su vez, redes de saber. Con todo, los saberes académicos y científicos no son los únicos que recoge el ciberespacio, y los conocimientos que se trasladan al mismo son tan diversos y proceden de áreas tan heterogéneas que no se ven rechazados en un entorno donde la multiplicidad y el carácter de libertad son signos distintivos. La construcción del pensamiento en este escenario genera un efecto dialéctico, transforma la interpretación del sujeto y modifica los saberes de una sociedad contemporánea marcada por la pluralidad.

Entre los saberes y ámbitos de actuación donde se ubica la cibercultura se pueden señalar: el mundo comercial, asociado a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; el mundo del periodismo, de la informática y telemática al que se le añaden algunas connotaciones provenientes del mundo de la ingeniería y de la ciencia; la literatura y la ciencia ficción con sus abundantes relatos sobre la vida social construida por máquinas de diversos tipos incluidos robots; y el campo de la filosofía y la historia, centrales en el pensamiento humanístico, donde aparece el campo de enfrentamiento entre los amantes del progreso y los apocalípticos, que advierten de sus peligros. Por lo demás, el mundo de la ingeniería y de las ciencias, además han ofrecido abundante

bibliografía para el marco conceptual de la tecnología en general (internet, máquinas, programas informáticos, las redes computacionales, internet, robótica, nanotecnología e incluso la neurociencia). Así, cibercultura se convierte en una noción que integra y hace posible la colaboración entre espacios conceptuales diversos. Y es que, al tener de alguna manera la carga del concepto Cultura y toda su tradición humanística, y el concepto, cibernética, como expresión de tecnología y ciencia, puede ser considerada

“puente entre el pasado y el futuro para transitar mejor el mundo contemporáneo hacia escenarios y mundos posibles mejores, más bellos, más eficientes, más coherentes, más armónicos, más justos y equilibrados, y al mismo tiempo con configuraciones que abran más posibilidades, que permitan mayor complejidad sistémica, más economía energética, mejor reorganización inteligente, mayor conectividad y vinculación comunicativa” (Galindo-Cáceres, 2004, p. 217)

Los elementos de la cibercultura parecen modificarse en un constante uso de la información y esa interacción genera redes que van a condicionar, influir o alterar en parte o sobre el todo, las palabras, las ideas o el pensamiento. El ciberespacio nos recuerda la simulación virtual del mundo que engloba tanto la red como otros recursos digitales que crean, proyectan y consumen contenidos. Y es constante el afán humano de analizar el modo en el que nos relacionamos con este medio intangible. Al igual que el Renacimiento italiano constituyó un hito para la comprensión humana de los cambios en el mundo, ahora que, del mismo modo, el mundo cambia por la propia acción humana, en un entorno digital, con un efecto global. La digitalización ha modificado permanentemente la construcción del pensamiento del ser humano, sus relaciones y su entorno social.

2.2.3. Características de la Cultura digital

El acceso a la información, gracias a lo digital, tiene unos rasgos singulares que atañen de la misma forma al desarrollo y al consumo de la Cultura actual. Autores como Lévy (2007), De Kerckove (1999), Turkle (1999), Castells (2005, 2006) o Trejo Delarbre (2020) coinciden en señalar la abundancia, inmediatez, hiperconectividad, interactividad, exclusión e hipertextualidad, como los signos clave de esta Cultura.

“Asistimos a una nueva era de “Demasiada Información”, fagocitada por el tsunami de medios: blogs, redes sociales, agregadores, RSS, micromedios a lo que se suma el fenómeno del Big data. La gente recolecta información y noticias de

cualquier parte del mundo. Más aun, tiene capacidad para personalizar dicha información y hacer que llegue a sus dispositivos móviles. Cuando un usuario necesita saber algo, acude –o por lo menos les envían los motores de búsqueda– a la Wikipedia, una enciclopedia comunitaria que sobrepasa en registros a la Enciclopedia Británica” (Flores-vivar, 2020, p.40).

La abundancia de información que se encuentra en la red puede provocar no solo superficialidad, también ansiedad y desaliento. Pero a la vez puede suponer una manera nueva de entender la Cultura: “no verla como una asimilación exhaustiva de conocimientos, sino como un camino en el propio deseo de saber, que cada uno debe andar personalmente, formando el propio criterio con ayuda de maestros, y en la conversación con otros colegas” (González-González, 2022, p. 29).

La inmediatez, gracias a la velocidad de acceso y navegación se convierte en un distintivo de la cibercultura (Castell, 2005). Este rasgo ha creado lo que se llama cultura de la inmediatez caracterizada por la búsqueda de gratificación instantánea que suele implicar impaciencia e incluso ansiedad. Otra característica fundamental de la Cultura digital es la interactividad. Esto hace más compleja la generación de conocimientos, lo que se explica por el carácter propio de la interactividad, que tiende a la fragmentación. Es un “laberinto de información”, en palabras de Vattimo (2003), porque la totalidad del contenido se vuelve impedimento para encontrar la información y los saberes que buscamos conocer.

Respecto a la hipertextualidad, como característica de la Cultura virtual, se alude a las formas de generar, distribuir y consumir información siguiendo estructuras hipertextuales, que hacen uso del lenguaje de diversos medios. Es el enfoque cognitivo, narrativo y epistemológico de la construcción de conocimiento (Simone, 2001). Además, para Castells (2005):

“Toda expresión cultural, de la peor a la mejor, de la más elitista a la más populista, se reúne en este universo digital, que conecta en un supertexto histórico y gigantesco de las manifestaciones pasadas, presentes y futuras de la mente comunicativa. Toda expresión cultural, de la peor a la mejor, de la más elitista a la más populista, se reúne en este universo digital, que conecta en un supertexto histórico y gigantesco las manifestaciones pasadas, presentes y futuras de la mente comunicativa. Al hacerlo, construye un nuevo entorno simbólico. Hace de la virtualidad nuestra realidad” (p. 405).

La hipermedialidad, al enlazar diversos códigos, texto, imagen y audio, hace pensar a Simone (2001), que es signo de la Cultura digital porque se articulan, de forma potencial, el enfoque cognitivo, narrativo y epistemológico de la construcción del conocimiento. A su vez, la hiperconectividad implica poder estar conectados, en cualquier momento, desde cualquier lugar, lo que tiene una clara relación con la inmediatez y una intencionalidad basada en el momento presente.

También diremos que la lógica de la Cultura digital es disruptiva. Dispositivos y contenidos creados en los momentos iniciales de la era digital ya no tienen sentido. Se han descartado y extinguido. Finalmente, la ruptura también puede considerarse una de las principales características de la Cultura digital. Ruptura con conceptos de espacio/territorio y tiempo lineal. La Cultura digital rompe fronteras, es transnacional. Garantiza la ubicuidad y la movilidad, para estar virtualmente en cualquier lugar y en cualquier momento.

Miller (2020) rastrea la omnipresente influencia de la Cultura digital en la vida contemporánea, en un sugerente estudio que integra las concepciones socioeconómicas de la sociedad de la información con el enfoque de los estudios culturales sobre la producción, el uso y el consumo de medios digitales y multimedia. Para este autor, entender la Cultura digital implica la transdisciplinariedad y comprende desde la creciente importancia de las tecnologías móviles, inalámbricas y de medios convergentes en la vida cotidiana, hasta la transformación de las nociones tradicionales de delincuencia, resistencia, guerra y protesta, comunidad, intimidad y o pertenencia; también integra la Cultura digital las cambiantes formas culturales asociadas con los nuevos medios y su consumo, como la música, los juegos, el microblogging o la identidad en línea.

Recopilando, la Cultura digital ha transformado la forma en la que nos comunicamos y los medios que empleamos para ello. Se han transformado las percepciones que teníamos del tiempo y del espacio y se han modificado las prácticas culturales de lo cotidiano. El profesor José Luis Orihuela tras 25 años de investigaciones sobre comunicación digital publica el libro *Culturas Digitales* (2021) para –en sus propias palabras– conectar los puntos de todas sus exploraciones. En la monografía repasa en esta transformación de la Cultura y el modo de entender y de representar la realidad, y analiza el impacto de internet, los móviles y las redes sociales sobre la educación, la empresa, el empleo, la identidad, el periodismo y la política.

2.2.4. El ser humano y la construcción de la Cultura digital

Para entender el término Cultura digital, hemos tomamos la acepción de la Cultura que hace referencia a la suma total de conocimientos, valores y prácticas experimentados por un grupo en un tiempo determinado y, no necesariamente, en un mismo espacio. En cuanto al término digital, sabemos que deviene del término latino *digitus*, y se refiere a las tecnologías que transmiten datos a través de una secuencia de números 0 y 1. Estos datos son convertidos en palabras, sonidos o imágenes por otro sistema, el decodificador. Así, el término digital unido al de Cultura, define este momento particular de la humanidad en el que el uso de los medios digitales de información y comunicación se generalizaron hasta impregnar, en el momento presente, los procesos y procedimientos de todos los sectores de la sociedad.

Santaella (2003) afirma que para entender el paso de una Cultura a otra es necesario considerar seis tipos de eras culturales en el proceso de evolución de la humanidad: la cultura oral, la cultura escrita, la cultura impresa, la cultura de masas, la cultura mediática y la cultura digital. Según el autor, "estas divisiones se basan en la convicción de que los medios de comunicación, desde el aparato fonador hasta las actuales redes digitales, son meros canales de transmisión de información" (p. 24). En este sentido, las transformaciones culturales no tienen su origen únicamente en el avance de las nuevas tecnologías y sus diversos medios de interacción y comunicación. "Los tipos de signos que circulan en estos medios, los tipos de mensajes y los procesos de comunicación que en ellos se engendran (son) los verdaderos responsables no sólo de configurar el pensamiento y la sensibilidad de los seres humanos, sino también de propiciar el surgimiento de nuevos entornos socioculturales" (p. 24). De esta forma están cambiando no sólo las formas de entretenimiento y ocio, sino potencialmente todas las esferas de la sociedad: el trabajo, la gestión política, las actividades militares y policiales, el consumo, la comunicación y la educación, en definitiva, están cambiando toda la Cultura en general.

Durante mucho tiempo la Cultura fue oral y se transmitía toda la experiencia acumulada de generación en generación por medio de la palabra hablada. Con la aparición de la escritura la experiencia transmitida adquirió una mayor individualización y complejidad. Gracias a la invención de la imprenta esta Cultura escrita se generalizó impulsando los hábitos lectores a los que ordinariamente se asocia la capacidad de

reflexión y la transmisión de la ciencia. De hecho, los autores de los siglos XVII y XVIII hablaban de “la República de las letras”, expresión acuñada por Pierre Bayle a finales del siglo XVII y que en España llegó a ser una comunidad cosmopolita y abierta, en la que los escritores dirigían su atención hacia un público amplio y tenían a gala participar en la vida social y conversar con personas cultas (Álvarez Barrientos et al., 1994).

Las afirmaciones de Pierre Lévy (2007) sobre inteligencia colectiva nos permiten apostillar que lo que distingue al ser humano es precisamente su uso del lenguaje. Los animales sociales pueden tener inteligencia colectiva, es decir, ser capaces de resolver problemas en conjunto, pero lo que hace singular al hombre es, fundamentalmente, su capacidad de expresarse. Esta cualidad propia del ser humano, que hace mayor su inteligencia colectiva, es la que explica que pueda entender la ética, formular leyes, crear sistemas tecnológicos o verbalizar la fe. Se trata de habilidad lingüística y de comunicación. A esta cualidad, el profesor y teórico de la Comunicación añade otras dos cualidades fundamentales: el progreso y la capacidad de evolucionar del ser humano y la capacidad de reflexionar. Estas tres cualidades propias y específicas del ser humano estarían apuntando la base del estudio que nos ocupa: es el espíritu lo que distingue al ser humano, que le hace capaz de pensar; a su vez, cuenta con la capacidad de evolucionar, que se asemeja a la capacidad de reparar o mejorar la experiencia vivida; y conoce su capacidad de expresarse, su aptitud para la comunicación, que es la que da forma al pensamiento y permite la construcción social, es decir, la Cultura.

Asistimos a una etapa histórica donde los códigos actuales se centran en el modo en el que integramos el espacio virtual en nuestro medio físico, la aceptación de su condición inmaterial y cuanto constituye para entender lo que sucede en el mundo de esta época. Este proceso de construcción de la Cultura digital es el mismo por el que se construye la revisión de la proyección del pensamiento humanístico, porque no solo se trata de entender qué piensa el hombre del mundo sino de comprender cómo el entorno digital influye en el modo en el que lo percibe, lo experimenta y modifica la construcción de sus ideas.

La diversidad de funciones del espacio digital permite al hombre que su naturaleza sensitiva y emotiva encuentre soportes y recursos en los que expresarse y apoyarse. El ser humano quiere recordar, por lo que fotografía y archiva; quiere sentir, busca y reacciona, se emociona; quiere opinar, lee y mira, atiende, reflexiona, comparte. La proyección que de todo ello hace en el espacio digital convierte este escenario en un espacio natural para el ser humano, donde se expresa y se comunica. Es la

transformación de los esquemas básicos de percepción y de acción y la construcción de subjetividades e identidades (Turkle, 1999). Es el proceso de construcción de la Cultura digital.

El impacto de la tecnología en la sociedad ha sido objeto de estudios con diferentes enfoques teóricos en los que también se han abordado cuestiones clave de la sociedad de la Cultura digital, es decir, de la sociedad de la inmediatez, la interactividad y la hiperconectividad, lo que ha conducido a un nuevo modelo de sociedad: la Sociedad de la Información y del Conocimiento, Sociedad del Conocimiento o Sociedad digital. La digitalización no solo se ha producido en el ámbito del pensamiento, la educación o la Cultura, sino que, como hemos ya apuntado, ha trascendido a todas las esferas sociales y ha modificado sus estructuras, procedimientos y relaciones. Quedan engranados la realidad del mundo físico y el medio virtual: las prácticas, los pensamientos y los comportamientos que se producen en la vida, también encuentran su reflejo en el mundo virtual y así se teje la Cultura digital.

Figura 5. El cambio en la sociedad



Fuente: elaboración propia.

La sociedad marcada por la digitalización es la sociedad en la que existe una nueva forma de producir, ordenar, compartir, consumir, conectar, expresar y gestionar. La digitalización, cuando convierte lo analógico en digital, lo que hace es dar forma material

a un nuevo sistema inmaterial, de relaciones y estructuras sociales; cambia nuestra forma de almacenar y ordenar la información, pero principalmente cambia nuestra forma de pensar.

Diversos autores señalan característica negativa de esta digitalización el extraordinario volumen de información y la necesidad de saber decodificar, lo que no siempre ocurre. Berlanga y Gozávez (2019) alertan del peligro que supone esta sobreabundancia en una sociedad carente de muchos otros valores que induce a la superficialidad y la dificultad para llevar a cabo una verificación y control sobre las fuentes de información. En la misma línea se pronunciaron Mayos y Brey (2011) y Carr (2011). Katherine Hayles (2012) habla del “*hyperreading*, el escaneo, rápido y superficial”, que afecta por otra parte textos tanto impresos como digitales (Hayles, 2010, p. 66). Para Innearity (2011) el exceso es parte del conflicto, lo que considera que se resuelve con guías u orientadores que indiquen cómo y qué información manejar en el entorno digital.

Afirma Escobar (2005) que cualquier tecnología representa una invención cultural en el sentido de que ésta contribuye a formar un mundo nuevo. “Toda tecnología emerge de unas condiciones culturales particulares y de forma concomitante ayuda a producir otras” (p. 15). En la actualidad, en este siglo XXI que se considera el siglo de lo digital, después de un siglo veinte entendido como el siglo de la imagen, se impone la revisión de las humanidades. Es un momento histórico en el que estas disciplinas se advierten como parte fundamental de una sociedad tecnológica. Del mismo modo que los humanistas supieron volver la vista atrás hacia lo clásico, en un ejercicio crítico, el tiempo actual reclama una revisión del pensamiento humanístico como eje vertebrador de cualquier proyección tecnológica. Si como apuntamos más arriba, el Renacimiento se ha considerado como el instante de concepción del mundo moderno, donde la contribución de los humanistas fue reveladora y determinante para el patrimonio cultural occidental, el cambio social es ahora de una envergadura sin precedentes: estamos avistando un cambio cultural. Las voces de los humanistas del siglo XXI serán decisivas en un medio donde la expresión de los valores merece ser enfatizada por cuanto cultiva al espíritu, que ha sido razón de ser de la propia Cultura.

2.2.5. El alcance de la cibercultura: nuevos códigos comunicativos y nuevas formas de pensar

En términos temporales, la Cultura digital es relativamente reciente. La aparición de las TIC comienza, para algunos autores, a mediados de los años 90 (Berrios y Buxarrais,

2005), aunque algunas manifestaciones se inician ya en Estados Unidos en la década de los 70. Se trata de una revolución tecnológica que marca la construcción de la Cultura digital. No cabe duda de que hablamos de un fenómeno global, cuyo cuerpo teórico ha sido objeto de estudio, en su propio proceso de construcción, por comunicadores, sociólogos, filósofos y antropólogos o pensadores. Es un proceso complejo que hace partícipes a los propios usuarios del ciberespacio, de modo que sus recursos y contenidos, cuentan con la motivación e intencionalidad de los sujetos. Esta nueva realidad social, virtual, no se presenta, sin embargo, como un movimiento arrollador, que elimine culturas ya existentes u otras formas de pensar, sentir y actuar que no sean las previstas en los valores y prácticas digitales. En otras palabras, como dice Santos (2009), no se trata de la digitalización o transposición de las culturas existentes a un nuevo mundo, sociedad o realidad virtual o digital. Tampoco es la prolongación o continuidad de lo que ya ocurría en culturas anteriores, linealmente superadas. Es mucho más que eso. Es la creación de otra Cultura, con otras referencias. Una ruptura con las culturas anteriores, con sus conceptos y prácticas, pero sin exterminarlas totalmente. Al contrario. La Cultura digital por estar en permanente y rápida expansión dialoga y avanza progresivamente en la integración con algunos aspectos de la cultura popular, pero sin extinguirla totalmente. Así, las personas permanecen involucradas con los valores y usos de las culturas tradicionales de sus grupos nativos y, al mismo tiempo, pueden estar inmersas en las lógicas y prácticas de la Cultura digital que les es contemporánea.

Acertadamente afirmó Baudrillard que Internet y el ordenador dan lugar a otro lenguaje, a otra forma de funcionar, con sus propias normas. El ordenador hace pensar de otra forma (Baudrillard, 1997), pero no podemos hablar de un lenguaje único. Es un lenguaje mixto debido a la pluralidad de códigos, visuales, lingüísticos, no lingüísticos y paralingüísticos. Esta diversidad de los códigos supondría una diferencia importante en la proyección del pensamiento humanístico, porque por primera vez en la historia, asistimos a la difusión de las ideas humanísticas con herramientas tecnológicas. La Cultura, por tanto, se refleja en la comunicación digital, a la par que se transforma por el uso de los nuevos canales de esta forma de comunicación.

En cualquier caso, los procesos de renovación tecnológica en los medios de comunicación social se han visto acompañados, a lo largo de la historia, de un considerable impulso cultural. Así lo vieron desde el primer momento autore como Olaechea (1986) para quien la coincidencia de ambos fenómenos –Cultura y tecnología– mantiene una clara interferencia de causa y efecto, pues resulta difícil precisar su

correspondencia recíproca. También Armañanzas, Díaz Noci y Meso (1996), repararon en que la producción informativa se rompe con “un concepto fuertemente arraigado en la Cultura occidental desde hace algunos siglos, el de la secuencialidad, y acercarse más a la forma de pensamiento del ser humano” (p.62). Esta idea resulta esencial pues prima el propósito de acercarse al propio pensamiento humanístico.

La relación entre la Cultura y la comunicación genera un impacto en el ser humano y en su pensamiento. Bartra (2005) afirma, en esta línea, que hombre se rodea de prótesis que le ayudan a memorizar, a calcular e incluso a codificar nuestras emociones. Esto supone comprender el cerebro y los procesos ligados a la construcción de los conocimientos. Para este autor, el funcionamiento del cerebro humano se relaciona directamente con el uso de la red social y tecnológica a la que se conecta. Se trata, de la forma de introducir en el cerebro “todo un inmenso paquete cultural, que abarca desde la Odisea hasta los dispositivos cibernéticos” (p.65). Y ahí se archivan, se comparten, se organizan y se reelaboran los datos y la información, lo que, sumado al impacto en las emociones y en los recuerdos, supone una característica esencial de la denominada cibercultura.

Para Trejo Delarbre (1996), el acceso a la Cultura se caracteriza y se distingue por los formatos que emplean. Su reflexión pasa por abordar cómo, tras la predominancia de la Cultura oral, la escritura estableció nuevas modalidades de pensamiento y, por tanto, una nueva articulación discursiva y una nueva forma de propagar los mensajes. Alude a nuevas modalidades de pensamiento derivadas de la hipertextualidad e hipermedialidad, que surgen del mismo modo que, con la escritura, se modifican los mensajes y códigos que se usaban solo con la comunicación oral.

Es una realidad que la velocidad de cambio de las nuevas tecnologías es tal que quedan obsoletas antes de haber podido ser comprendidas y convenientemente explotadas; antes de que sus consecuencias sociales y culturales hayan sido asumidas. Está asimilado, sin embargo, que la digitalización es un fenómeno de carácter global que ha propiciado la construcción de sociedad digital también de manera global. Este nuevo paradigma de pensamiento que emerge con la cibercultura constituye un precedente en la relación entre la tecnología y lo humanístico puesto que inclina al establecimiento de un equilibrio entre lo visible y lo invisible, lo material y racional y lo sensible. Y en este proceso es clave la gestión que se hace de la información: frente al contenido especializado en los entornos digitales, solo el tratamiento especializado y la capacidad de manejar la información específica, con fines teóricos y académicos, va a posibilitar que se genere el saber y el conocimiento. En cualquier caso, esto no exime al receptor de

una oportunidad de aprendizaje, que varía en función del grado de conocimiento previo del usuario de la información. En este sentido, podemos sostener que para que se produzca el diálogo entre humanista e informático, así como entre humanista digital y ordenador, es imprescindible que las premisas en que se basa la interpretación de las humanidades se hagan explícitas de tal modo que puedan ser procesadas por las máquinas (Burdick et al., 2016).

En este momento, el desarrollo y protagonismo de la llamada inteligencia artificial acapara el debate sobre los nuevos códigos y la nueva forma de pensar. Consecuencia de la cuarta revolución tecnológica en la que estamos inmersos, y viviendo en estrecha relación con múltiples artefactos tecnológicos que incorporan inteligencia artificial, se impone la necesidad de una reflexión ética y responsable. En primer lugar, nos encontramos con una evolución del concepto de Humanismo digital en su relación con el posthumanismo (Arrubia-Sánchez, 2022). Si bien han surgido interesantes investigaciones que aprovechan esta nueva tecnología para el estudio de las humanidades (Torres-Salinas et al., 2019; García Serrano & Menta Garuz, 2022), este nuevo humanismo tecnológico aboca a promover un modo de pensar e innovar que permita dar respuesta a las exigencias de este tiempo (Natale & Guzman, 2022; Terrones, 2021).

2.2.6. Universidad y cibercultura

La universidad, lugar donde se transmiten y se crean conocimientos, está íntimamente unida a la Cultura. El espacio universitario es un lugar donde se fomenta la creatividad y la innovación. Los investigadores, los profesores y los estudiantes contribuyen al desarrollo de la Cultura a través de sus investigaciones, publicaciones y obras artísticas. A su vez, es espacio de encuentro y diálogo entre culturas, donde se promueve la diversidad y se fomenta la tolerancia. A través de programas de intercambio, estudiantes y profesores de diferentes partes del mundo tienen la oportunidad de conocer y aprender de otras culturas, lo que enriquece su experiencia universitaria y les permite desarrollar habilidades interculturales que serán valiosas en su futuro laboral. Es lugar de encuentro, pero no sólo porque en él se den cita eruditos, profesores y estudiantes. Como afirman García-García y Martínez-Val (2015) es el terreno donde se produce la unidad, y solo en él existe esta, en la medida en que logra sobrevivir a unas circunstancias que nos sacuden de un paradigma a otro, de una moda a otra, de una tecnología a la siguiente. Y lo que se une esencialmente son las Ciencias, las Disciplinas y la Cultura. Es una herencia de cientos de generaciones que han ido contribuyendo a la

forma de comprender y valorar el mundo, de enfrentar la vida. Esta herencia recibida es el núcleo duro de la universidad, que expresa globalidad, no fragmentación, una tradición multigeneracional, no pasajera.

Los cambios incorporados por la Cultura digital a la sociedad llegan lentamente a la educación. Las nuevas competencias se hacen evidentes en la cultura educativa mediada digitalmente. Las posibilidades de acceso permanente e instantáneo a los datos se suman a las facilidades de interacción y comunicación en línea. Se crean comunidades y redes formadas por seres dispersos que se integran en redes digitales con objetivos similares: aprender juntos. Esta nueva relación con el conocimiento, la convergencia de intereses en el aprendizaje, las posibilidades de comunicación, intercambio de información y experiencias llevan naturalmente a los grupos conectados en comunidades a colaborar. Remitimos de nuevo al ideal propuesto por Lévy (2007) a principios de los años 90 del siglo pasado sobre aprendizaje e inteligencia colectiva. Una inteligencia distribuida por todas partes, en la que todo el saber está en la humanidad, ya que nadie lo sabe todo, pero todos sabemos algo y, con eso podemos colaborar para que todos los demás también aprendan. Inmersas en esta nueva cultura, la digital, las personas empiezan a experimentar una nueva relación con el conocimiento. Si el ciberespacio amplifica, exterioriza y modifica funciones cognitivas humanas como el razonamiento, la memoria y la imaginación, los nuevos espacios de conocimiento, coherentes con la cultura digital deberían ser, según Lévy, abiertos, continuos, en flujo, no lineales, reorganizándose en función de los objetivos o contextos, en los que cada uno ocupa una posición única y evolutiva.

Como parte de este itinerario comienzan los MOOCs (*Massive Open Online Courses*), cursos gratuitos de los más diversos temas y para diferentes propósitos son ofrecidos y tomados por personas conectadas. Y es que la Cultura digital es también la cultura del aprendizaje libre y abierto, cultura para todos. Se crean nuevos dispositivos que ofrecen la posibilidad de enseñar y aprender en cualquier momento y lugar. Y dispositivos móviles (ordenadores portátiles, tabletas y teléfonos inteligentes) empiezan a poder utilizarse en los lugares de trabajo o de aprendizaje, donde se implica a través de ellos a alumnos y profesores. Universidades en internet o que siendo presenciales se van sumando al campo del online. Se trata de un cambio radical en la cultura educativa y digital que exige reformulaciones urgentes en las metodologías.

Ilustración 11. Portada de revista sobre la Universidad



Fuente: Nueva Revista.

La enseñanza universitaria en la sociedad digital se hace más difícil y sofisticada. El profesorado tiene el reto de ayudar a pensar a los alumnos críticamente, con profundidad y hondura; que desarrollen destrezas y hábitos de pensamiento. Para eso requieren además un conjunto de herramientas amplio. La ubicuidad de los dispositivos digitales y el deber de ayudar a los estudiantes a ser digitalmente competente requiere que los educadores desarrollen su propia competencia digital.

Y como la universidad siempre ha sido este espacio por antonomasia de creación de conocimiento, cultura e investigación, aun en este contexto la institución universitaria debe seguir con su compromiso con la búsqueda de la verdad, “una verdad, que es radicalmente solidaria, y que se alcanza y acrecienta en el diálogo con los demás”; que

mantiene la “convicción de la capacidad de la razón humana para crecer en la comprensión del mundo, de la vida y de las acciones de los hombres” (Nubiola 1994, p.119). La estructura dialógica es clave. Desde Sócrates con su método de preguntas y respuestas a los intelectuales contemporáneos, siempre, de la discusión razonada con los demás se ha abierto camino el conocimiento que hace avanzar las ciencias.

Sí es clave el diálogo con los colegas (los que han leído lo mismo según la etimología latina *co-ligere*) y aun siendo el diálogo presencial no reemplazable de manera sistemática, la red permite hoy proseguir diálogos iniciados en el entorno presencial. Además, crece de forma exponencial el número de intercambios con los colegas más alejados en el espacio. Se puede decir que el contexto digital ha hecho más factible que en otros tiempos la república de las letras. La Cultura y la universidad se complementan mutuamente, y juntas contribuyen al desarrollo y enriquecimiento de la sociedad.

2.3. CAUCES ACTUALES DE LA DIFUSIÓN DE LA CULTURA

En este apartado reparamos en cómo se lleva a cabo la difusión de la Cultura en el momento presente. Obviamente la principal difusión es el medio digital. Avances científicos, declaraciones de personalidades de las ciencias y letras, libros, teatro, cine, los grandes testimonios de la Cultura de todos los tiempos se ofrecen en la web. Aquí nos detendremos en tres importantes canales de promoción y difusión de la Cultura: el periodismo cultural, las revistas culturales y las fundaciones culturales. Previamente a la descripción de estos canales dedicaremos un apartado que analiza la retórica de los portales por donde nos llega la cultura, convencidos de que el medio también es el mensaje, y la interfaz de esos medios son un contexto idóneo que amplía el mensaje y la eficacia del discurso.

2.3.1. Cultura y recursos digitales

El escritor y catedrático de la universidad de Salamanca José Antonio Alonso entrevistó que, en el ámbito de la Cultura, Internet sería un factor clave como principal escenario para la creación, la difusión, la comercialización y el acceso a la Cultura. Precisamente señaló como una de las causas del protagonismo de la red su estructura dialógica, esto es, la interactividad que permite la implicación del consumidor, la colaboración entre autores, el diálogo creador-consumidor. Además, otorgó el protagonismo cultural a la vieja Europa: “La Cultura es la materia prima de Europa, quizá en la única en que podemos plantar cara al mundo” (Alonso, 2012).

Internet es una tecnología que encierra enormes posibilidades. Que estas oportunidades consigan materializarse dependerá de la libertad de cada persona, de su interés y esfuerzo y, de forma señalada, de los gestores del medio. En este sentido “el impacto cultural de internet es al mismo tiempo incierto y está en nuestras manos” (Dimaggio, 2011). Cuando se habla de Cultura en internet solemos entender la difusión de contenidos les a través del medio digital y también de los productos de las industrias culturales o industrias creativas, que incluye los sectores de la música, los libros, el cine, la radio, la televisión, las artes visuales y el espectáculo. Pero, frente a la acumulación de meros contenidos que pueda hacer un sujeto singularmente, pensamos que la actitud dialógica y el intercambio de conocimiento que enriquece a las partes involucradas contiene la clave para el aprovechamiento de las oportunidades culturales que ofrece Internet. Es quizá la razón por la que muchos medios digitales optan por el género de la

entrevista como difusora de la Cultura y el pensamiento. Como expresa José Luis Aranguren, “el pensamiento es siempre diálogo”, lo que recoge plenamente la tradición filosófica occidental desde Sócrates; tradición que, a través de la confrontación dialógica, evita el dogmatismo fanático. Y que también permite que la verdad sea flexible como lo es la vida, razón por la que nos negamos a aceptar las afirmaciones basadas simplemente en el principio de autoridad (Aranguren, 1981).

La Cultura del siglo XXI es la digital y es la cultura participativa. El hombre hace uso de los recursos digitales a la par que es capaz de participar en ellos. Un claro ejemplo son las enciclopedias tradicionales, que pasan a convertirse en creaciones como Wikipedia: supone un ejemplo de producción de conocimiento que une la información disponible en la comunidad. Asistimos a un modelo de sociedad digital que asume que la producción colectiva y la participativa como parte de la construcción del saber y, por ende, del pensamiento. Algunos autores apuntan al término “cultura participativa”, dado que convocados en la producción y en la difusión de los contenidos digitales (Jenkins & Alonso, 2008).

La Cultura digital es posible así gracias a la asunción del ciberespacio: “La inteligencia colectiva es, en un primer sentido, el resultado del ciberespacio”, (Lévy, 2007, p.1). Esto nos conduce a un modelo de sociedad que asume el ciberespacio como un lugar donde desarrollar una inteligencia de grupo, un ejercicio posible gracias a la accesibilidad y a la interconectividad, que permite la resolución de problemas de cualquiera de los individuos del grupo en una resolución posible gracias, precisamente, a la existencia del colectivo. Esta concepción de la inteligencia nos introduce un cambio fundamental en la construcción de los saberes: la participación. Los conocimientos que se construyen de forma participativa, sin requerir un conocimiento experto, dan prueba de un nuevo modelo de construcción de los saberes. A la par, la participación se convierte en un elemento clave de la comunicación digital. La Cultura y el uso de los recursos digitales implica también la modificación de los modos de autoría (audio, vídeo, texto), lo que permite el uso de diversos soportes o recursos y plataformas, así como el alcance a distintos tipos de audiencia.

2.3.2. Retórica de los contenidos culturales en la web

El concepto de Cultura en internet nos remite, en primer lugar, a la difusión de contenidos culturales a través del medio digital. El tesoro que constituye el legado de los grandes genios que han brillado en todos los campos y en diferentes tradiciones culturales se encuentran hoy día en el ciberespacio de forma cercana al usuario. También los productos de las industrias culturales –música, libros, y todo tipo de espectáculos o las artes visuales– se hacen accesibles gracias a la tecnología. Acertadamente se definió a Internet como cultura de la libertad, de la interacción y de la participación (Castells, 2009). La Cultura siempre ha remitido al diálogo, al intercambio de saberes y puntos de vista. La Cultura en el ciberespacio es principalmente dialogo. Quizás sea una razón por la que muchos medios digitales optan por el género de la entrevista como difusora de la Cultura y el pensamiento. Pero, además, el hecho de ofrecer una entrevista a través del ciberespacio aumenta su poder comunicativo y a la vez persuasivo, gracias al medio que la contiene. El portal web por el que se accede a cualquier contenido digital genera un proceso semiótico-retórico. Y es que la transmisión y la eficacia de una comunicación no depende exclusivamente del contenido; también es determinante el modo en que se transmite, esto es, el contexto donde se inserta.

2.3.2.1. El medio es el mensaje

Marshall McLuhan en su libro *Understanding Media: The Extensions of Man* (1964) instaba a situar el foco de estudio sobre los medios de comunicación en el medio en sí, y no en el contenido que transporta. Es lo que expresó en su conocida frase: el medio es el mensaje. Efectivamente, con el paso del tiempo hemos comprobado que un medio concreto afecta a la sociedad, no solo por el contenido que transmite, sino también por las particulares características que dicho medio posee. Pensemos en la televisión, la telefonía móvil o en internet como medio de medios; en los cambios de conductas, hábitos culturales y efectos secundarios que han originado, incluso de forma inconsciente para la ciudadanía. El poder transformador de la tecnología ya es una realidad. Y en palabras de Carr (2011), cuando esta tecnología es la base de un medio popular, como lo es la web social, moldea lo que vemos y cómo lo vemos, y con el tiempo y el uso continuado, también nos cambia como ciudadanos y como sociedad.

Por lo tanto, no podríamos entender en su totalidad la recepción y el impacto de los contenidos culturales que se nos transmiten en cualquier web, sin considerarlos como un todo con las nuevas sustancias expresivas –imágenes, sonidos, metáforas visuales, diversas grafías– que encontramos por medio de la interfaz gráfica del usuario, y que como paradigma interactivo potencian sus fines comunicativos.

Los primeros estudios sobre comunicación mediada por ordenador o CMO (Hiltz y Turoff, 1978; Baron, 2000) concluían que este medio empobrecía la comunicación. Investigaciones posteriores sostuvieron que las CMO eran capaces de proveer formas de interacción muy ricas, constitutivas de una cultura en sí misma (Rheingold, 1993). Se habló entonces de la era del lenguaje a través de los medios de comunicación, una suerte de segunda oralidad (Ong, 1982), donde los discursos en la red tendían a conversacionalizarse y tecnologizarse (Fairclough, 1995). Hoy día nadie pone en duda que Internet es además de un artefacto cultural (Woolgar, 1996), lugar donde se gesta una cultura; una cultura digital, esto es, un conjunto de nuevas formas de relacionamiento social y generación de conocimiento bajo la influencia de las nuevas tecnologías, y que además repercuten en los comportamientos y en las manifestaciones comunicativas, culturales y sociales. Un tipo de cultura que es posible gracias a Internet (Manovich, 2017).

2.3.2.2. La semiosis de internet

La semiótica tradicional, como ciencia de los signos, explica el acto de la comunicación más allá de un mero intercambio de mensajes. Su utilidad para explicar la producción de significados, los procesos culturales y los intercambios simbólicos en el seno de la comunicación, le otorgan el papel de una ciencia interdisciplinar útil para analizar y comprender en mayor profundidad cualquier discurso (Autor, 2021). En su vertiente digital, la semiótica incorpora algunas de sus premisas, pero además reafirma su presencia en los procesos comunicativos de las nuevas tecnologías y “se transforma en parte esencial de la cultura red” (p. 71). Podemos decir que la transmedialidad del nuevo discurso que se origina en el ciberespacio gracias a la tecnología produce un proceso de semiosis social.

Es fácil percibir el desafío que las tecnologías emergentes plantean para la semiótica como disciplina y como campo de investigación interdisciplinar. Lo expresaron Kress y Van Leeuwen hace ya cinco lustros:

“Las nuevas realidades del paisaje semiótico se deben principalmente a factores sociales y culturales: la intensificación de la diversidad lingüística y cultural dentro de las fronteras de los Estados y por el debilitamiento de estas fronteras, debido al multiculturalismo, los medios electrónicos de comunicación, las tecnologías de transporte y los desarrollos económicos globales. Los flujos

globales de capital disuelven no sólo las fronteras culturales y políticas, sino también las semióticas” (Kress y Van Leeuwen, 1996, p 34).

También Jordan (1999) describió el ciberespacio como un componente estratégicamente significativo de estos cambios introduciendo nuevas formas de comunicación y de reintegrar plenamente lo audiovisual con lo escrito.

Rick Iedema (2003) utiliza el concepto de resemiotización para explicar un proceso que se interesa fundamentalmente por el modo en que la materialidad ("expresión") sirve para conformar las estructuras y circunstancias sociales, culturales e históricas de nuestro tiempo. Es decir, que la resemiotización contribuye a desplazar la atención analítica del discurso como significado estructurado hacia la práctica como accesibilidad material (Bremmer, 1991; Müller, 1994; Schatzki, 1996). Del mismo modo que la multimodalidad hace hincapié en la naturaleza multisemiótica de la representación, la resemiotización subrayaría las dimensiones materiales e históricas de la representación. Son perspectivas que contribuyen a un análisis del discurso multisemiótico y socialmente relevante.

2.3.2.3. La retórica de internet

Los discursos que la red contiene son multimediales y multimodales y, consecuentemente, son retóricos. Podemos decir que cada página web es un texto retórico (Autor, 2013). Compartimos con Garrido Gallardo (2020) la afirmación de que en la actualidad la retórica no es más que el nombre clásico de semiótica, del estudio de los procedimientos de comunicación. La retórica ha adquirido un enorme protagonismo gracias a los nuevos medios de comunicación y las nuevas tecnologías de finales del siglo XX y principios del XXI.

Desde la explosión de internet se han realizado investigaciones que reflexionaron sobre la presencia e influencia de la retórica clásica en este nuevo medio. George Landow (2002) se centró en las implicaciones de la Retórica antigua en el hipertexto. Nicholas Burbules (2002) consideró la red como un espacio retórico. Navarro (2003) y Gamonal (2004) repararon en la similitud entre el ágora clásico, escenario de los rétores, y el nuevo espacio virtual que surgió con internet. Albaladejo (2005) aplicó las cinco fases de la construcción del discurso retórico al proceso de elaboración una web. Jerónimo Alayón (2009) abunda en las operaciones retóricas como falsilla para la formación del discurso en el hipertexto. Estúpiñan (2009) considera que las interfaces devienen en producto

persuasivos cuando aplican algunas operaciones retóricas como la *inventio*, la *dispositio*, o la *actio*. Berlanga (2013) estudió la presencia de la retórica en las redes sociales, tanto en la interfaz de la plataforma como y en el discurso que generan los usuarios. Con el auge de las redes sociales se siguen numerosos estudios que contemplan la convergencia de la disciplina retórica con las diversas redes (Bylieva, 2021; Pisarski & Gralczyk, 2021; Gutiérrez-Sanz, 2016).

2.3.3. El periodismo cultural

La Cultura digital viene de la mano de la difusión del conocimiento y esto supone a su vez que los saberes adquiridos a lo largo de la historia del ser humano se encuentran, en buena medida, en el mencionado ciberespacio y se comunican en este entorno. Comunicación digital y Cultura están estrechamente ligadas. La Cultura se ha convertido en gran manera en una cultura digital, y la comunicación se convierte así en una pieza angular de la misma. En este escenario, es clave el llamado periodismo cultural, que tiene como función social la difusión de la Cultura, para lo cual recoge, organiza y transmite la información bajo mecanismos narrativos específicos de su campo.

José Vilamor calificó la Cultura de siglo XXI como “cultura web” y afirmó que, en consecuencia, el papel del periodista, como productor de información, debe cambiar en la misma medida en la que se ha transformado su cultura. “El periodista de la red debe descubrir nuevas formas de presentar la información. Y no nos referimos sólo a la forma, sino también al fondo, pues una cultura diferente exige lenguajes distintos a los del papel” (2001, p. 35). Las posibilidades que ofrece la comunicación digital en la tarea periodística son extraordinarias: Internet puede unificar diversos lenguajes como el escrito, el radiofónico o el televisivo; al mismo tiempo, permite la utilización simultánea de distintos soportes como el texto, la fotografía, el sonido, los vídeos, o los gráficos... lo que le conduce a la producción de un lenguaje unificado, plural, multimedia (Edo, 2002, p. 18). Estas cualidades de la comunicación digital interfieren de forma directa en la producción de la Cultura, dado que el mensaje cultural que incorpora estas producciones informativas se va a configurar en base a nuevos lenguajes y soportes.

Para Edo (2002):

“Los códigos que se utilizan superan los límites lingüísticos y se aproximan a la semiótica al contar con una suma de sistemas de signos (escritos, verbales, icónicos, sonoros) que se relacionan entre sí de manera interdependiente, hasta lograr el equilibrio formal necesario para la comprensión y la belleza del mensaje” (p. 22).

El periodismo cultural es una rama del periodismo que se enfoca en la cobertura y análisis de las diferentes formas de expresión artística y cultural: la literatura, la música, el cine, la televisión, el teatro, la danza, las artes visuales, la moda, la gastronomía y el patrimonio histórico y cultural. A través del periodismo cultural, se busca informar, entretener y educar al público sobre la importancia y el valor de la Cultura en nuestra sociedad, así como estimular el diálogo y el debate sobre temas culturales relevantes. Ejerce, por tanto, una labor de información en la temática propia pero también de análisis y crítica, lo que puede ayudar a fomentar en las personas singulares y en la sociedad en general el desarrollo de la Cultura y las artes.

Tubau (1982), lo define como “la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación” (p.35). Esto viene a vincularse, fundamentalmente, al concepto antropológico de cultura desarrollado por el antropólogo pionero E. B. Tylor (1889) como un conjunto complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, ley, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad. El periodismo cultural vendría a analizar este conjunto para conocerlo y difundirlo.

Adolfo Colombres (1987) concibe la Cultura como el producto de la actividad desarrollada por una sociedad humana a lo largo del tiempo, a través de un proceso acumulativo y selectivo, por lo que la propia actividad humana es capaz de reconocerse, acumularse e identificarse, para ser, posteriormente, difundida como tal. Y para Lotman (1996) “La cultura en su totalidad puede ser considerada como un texto. Pero es extraordinariamente importante subrayar que es un texto complejamente organizado, que se descompone en una jerarquía de 'textos en los textos' y que forma complejas entretejaduras de textos” (p. 132). Estas aproximaciones nos llevan a pensar la Cultura como comunicación: donde cualquier aspecto se convierte en una unidad semántica – significados que los hombres se van comunicando paulatinamente–, tanto más compleja cuanto más se complejiza la vida social (Barei, 1993). Se atisba el papel crucial que adquiere el periodismo cultural, que consigue mostrar los modos de sentir, de vivir y de entender el mundo en un espacio y momento en particular, al tiempo que permite

comprender los retos y oportunidades a los que se enfrentan las sociedades a partir de su valor más esencial: su cultura.

En el siglo XXI el periodismo cultural sufre importantes cambios, lo que presenta algunos problemas y retos de futuro. Según Jurado y Acuña (2021) la dificultad primera estriba en definir y acotar el propio concepto de periodismo cultural: al ser este un campo de especialización que se encuentra unido a las tendencias artísticas, musicales o de la moda, sufre con ellas una continua transformación. La era digital ha presentado tanto desafíos como oportunidades para el periodismo cultural. Por un lado, el acceso a la información y la posibilidad de llegar a una audiencia global nunca ha sido tan fácil. Por otro lado, el periodismo cultural se ha visto afectado por la crisis económica que ha afectado a la industria de los medios de comunicación en general, lo que ha llevado a la reducción de presupuestos y la disminución del número de periodistas culturales en las redacciones. Además, como cualquier otra manifestación periodística ha tenido que enfrentar el fenómeno de la desinformación y la proliferación de noticias falsas, lo que ha generado una mayor necesidad de verificación.

Esta evolución también se refiere a los contenidos y la forma de llegar al público. En este caso vienen originados en parte por las características de una audiencia que es exigente de contenidos cuidados, bien elaborados pero que a la vez no profundiza en el seguimiento de los contenidos, a los que dedica poco tiempo de lectura. Se buscan nuevas estrategias, muy centradas en la especialización. Se revisan los géneros periodísticos, así como las estrategias docentes que intentan adaptarse al entorno digital sigue en la línea de las nuevas tendencias del periodismo cultural. De esta forma, a los profesionales se les exige el dominio de las competencias necesarias (López-García et al., 2017) también para difundir con éxito contenidos artísticos: formatos inmersivos, empleo del vídeo 360° en la sección cultura, reportajes dinámicos... En definitiva, un nuevo lenguaje para una nueva audiencia.

Charo Ramos (2022) reflexiona sobre las nuevas encrucijadas de este tipo de periodismo en los tiempos actuales. Si bien el periodismo cultural es parte activa del ecosistema de las industrias culturales y creativas, industrias que aportan el 3,1% del PIB mundial y crean el 6,2% total del empleo global, según el informe de la Unesco (2022) Repensar las políticas de la creatividad la evolución de la sociedad paralela a la de la tecnología

“plantea nuevos retos al periodista cultural, que debe evolucionar a un mayor diálogo con sus lectores y audiencias, favoreciendo la participación, la

conversación y la reciprocidad. Esto, en cierto sentido, obliga al periodista cultural a salir de su privilegiada atalaya de editor, redactor o crítico para asumir una diversidad creciente de roles donde, como ya se ha dicho, deberá ser capaz de contar su historia con palabras, imágenes y sonidos” (p.62).

En efecto, el nuevo escenario plantea al periodista cultural el reto de crear sus contenidos en diferentes lenguajes y diversos escenarios y contextos. En la búsqueda de conversaciones que inspiren y susciten la participación y el interés del público estos profesionales se reinventan, construyen su propia marca personal “y crean contenidos diversos al alcance de distintas audiencias con las que han construido relaciones a través de múltiples medios y plataformas” (p.62). El periodista ya no depende de un solo medio al que está adscrito, escribe y participa en diversos medios y plataformas, entre ellas las revistas culturales y las fundaciones, y cultiva un *slow journalism* o periodismo narrativo.

2.3.3.1. *El nuevo periodismo digital: Slow journalism*

El periodismo *slow* emerge como reacción a la novedad, brevedad e instantaneidad, e invita a repensar los tiempos necesarios para producir y consumir una información rigurosa, creativa y de calidad. Es un periodismo narrativo que se presenta como una especialidad, caracterizado por un método *slow*, y que explica historias reales con herramientas de la literatura (Le Masurier, 2015). Dicho de otro modo, no es el primero en dar la noticia, pero sí se diferencia en que es el único en poder explicarla en profundidad.

Roberto Herrscher (2012, p. 28) apunta cinco aspectos definitorios del buen periodista narrativo: “la voz, la visión de los “otros”, el modo en que las voces cobran vida, la revelación que dan los detalles y la selección de historias, recortes y enfoques”. Para Megan Le Masurier (2015), *Digital Slow Journalism*, el periodismo lento o narrativo, debe concentrar tres elementos clave: *Good, clean, and fair*; es decir, debe aportar información relevante para la comunidad, ha de ser limpio o, dicho de otro modo, ético, íntegro y transparente; así como debe ser justo y accesible.

Las aportaciones de Gloria Rosique-Cedillo y Alejandro Barranquero Carretero (2015), exponen como periodismo narrativo toda práctica periodística que se aleje de la inmediatez, produzca textos que induzcan a la reflexión y el análisis, e incluso emplee figuras literarias que no traspasen los límites de la ficción, pero con información rigurosa y de calidad. Estos autores señalan como parte del periodismo lento los contenidos que

desafían el ciclo 24 horas/7 días a la semana en favor de arcos temporales semanales, mensuales o trimestrales; los que, al buscar la calidad y el rigor, se decantan por el largo formato en reportaje en profundidad, el ensayos o entrevistas; y los que no se pliegan a los vientos de la novedad como principales valores-noticia y, en su lugar, atienden a las necesidades de los ciudadanos.

El entorno digital ha producido el lanzamiento de nuevos modelos formales, de contenido y empresariales (Neveu, 2014). También en este escenario se adoptan nuevas claves más *slow*: ante la inmediatez, reporte; ante la velocidad, apuestan por la calma; frente a lo breve, buscan la literatura (Boynton, 2015). Así se presenta el periodismo narrativo digital (Berning, 2011), que parece mantenerse ajeno a la programación y calendarización, sigue el ritmo de las personas (Herrscher, 2012) y no el de la tecnología.

2.3.4. Las revistas culturales

Chillón (2014) sostiene que los géneros periodísticos, además de ser producción de conocimiento, son convenciones discursivas sometidas a cambio permanente en virtud de transformaciones históricas y de las formas culturales de producción y consumo. Asimismo, el nexo entre el contexto, el medio y sus lectores/as confluyen en la temática. Fontcuberta y Borrat (2006) indican que la categoría articula la demanda de información del público, el interés de dar a conocer ciertos temas y una comunicación estratégica.

La revista cultural, muchas veces denominada y reconocida como "revista literaria", es ejercicio esencial del periodismo cultural. Se concibe como el antecedente directo del suplemento cultural de los periódicos –aunque actualmente conviven en un mismo espacio de discursividad–; sin embargo, estas tienen características particulares, por lo general su campo es específico y restringido y diseñan en su estrategia enunciativa a un "lector modelo" como sostenía Umberto Eco, capaz de cooperar en la actualización textual de la manera prevista por el autor (Eco, 1987).

Las revistas culturales, por su larga trayectoria de vida, se determinan como “espacios de sociabilidad en los que se tejen múltiples redes intelectuales” (Granados et al., 2010, p. 15), y se presentan como vehículos para comprender el estado de producción cultural, literaria e intelectual de una sociedad (Vigna, 2020). Se pueden definir como publicaciones periódicas en las que se divulgan temas diversos, en forma de ensayo, reportaje o entrevistas, en respuesta a una necesidad de expresión y de intervención en

el debate de las ideas; son el lugar de encuentro de visiones distintas que parten de un paradigma más o menos compartido.

Según Ludolfo Paramio, profesor del CSIC y director del programa de América Latina del Instituto Universitario Ortega y Gasset, estas publicaciones no cuentan con un público amplio y rara vez poseen fuentes estables de financiación. Las más potentes suelen estar vinculadas a un organismo estatal, cultural o a un grupo de prensa; otras han sobrevivido por haber logrado ser en un momento dado, un punto de referencia en la cultura de un país. Definidas como fenómeno de minorías, la continuidad de una revista cultural es un reto que en la era internet puede extenderse tanto en el espacio como en el número de lectores que alcanza (Paramio, 2012).

Desde finales del siglo pasado, en el sector periodístico se entrevió el protagonismo de las revistas que ya destacaban por “su oferta amplia y variada en cuanto a temas, niveles de divulgación, periodicidad, precios y presentación de la noticia” (Edo, 1999, p.79). En efecto, en su temática asumen el complejo entramado de los intereses de las distintas audiencias: ciencia, literatura, pensamiento, economía, política, historia, arte, etc.

Encontramos una extensa producción de publicaciones sobre revistas culturales, de forma notable en el ámbito iberoamericano. Diversos autores apuntan líneas y métodos de estudio de las revistas culturales. Así, Louis (2014) propone una reflexión acerca del movimiento que realizan en el campo cultural y su papel de agente activo para conocer en profundidad la identidad de una época concreta. Pita-González y Grillo (2015) sugieren una metodología con tres dimensiones: en primer lugar, el estudio de los aspectos técnicos que conformaría la dimensión material. Los aspectos de contenido harían referencia a una segunda dimensión entre lo material y lo inmaterial; y, en tercer lugar, lo relativo a la geografía humana, esto es, el grupo humano que la hace posible, el que la consume, y al que se opone. Esta tercera dimensión señala una vertiente de estudio totalmente inmaterial.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías han surgido interesantes iniciativas, como el sitio web Revistas culturales 2.0, entorno virtual de investigación para investigadores de revistas culturales que se propone orientar sobre proyectos actuales de digitalización de revistas culturales hispánicas, tanto de España como de América Latina, e impulsar el uso de herramientas y tecnologías de las humanidades digitales para trabajar con estos materiales (Ehrlicher, 2015).

Figura 6. Revistas culturales incluidas en ARCE

Temática	Nombre de la revista	
arquitectura/urbanismo/ diseño	arquitectura viva av monografías av proyectos el croquis	
Arte	bonart exit-express.com matador	
artes escénicas	ade-teatro	
ciencias sociales/filosofía/ historia	ábaco. Revista de cultura y ciencias sociales ayer boletín de la institución libre de enseñanza historia social papeles de relaciones ecosociales... revista cidob dáffers internationals	revista de comunicación de la seeci sistema sansueña vivat academia revista de estudios orteguianos
cine/fotografía/audiovisual	caimán cuadernos de cine exit, magen y cultura	
Crítica de la cultura	lávenç debats. Revista de cultura, poder i societat grial letra internacional letras libres luzes	nuestro tiempo nueva revista de política, cultura y arte el rapto de europa revista de occidente trama & texturas
Literatura/libros	Calle del Aire. Revista de Literatura CLIJ (Cuadernos de Literatura Infantil y Juvenil) Cuadernos Hispanoamericanos Ínsula Intramuros Librújula Litoral Mediodía. Revista Hispánica de Rescate	
Música	Más jazz melómano ópera actual ritmo scherzo	
Pensamiento y política	el ciervo claves de razón práctica cuadernos de pensamiento político ecología política ecologista	le monde diplomatique nuestra bandera pasajes política exterior telos

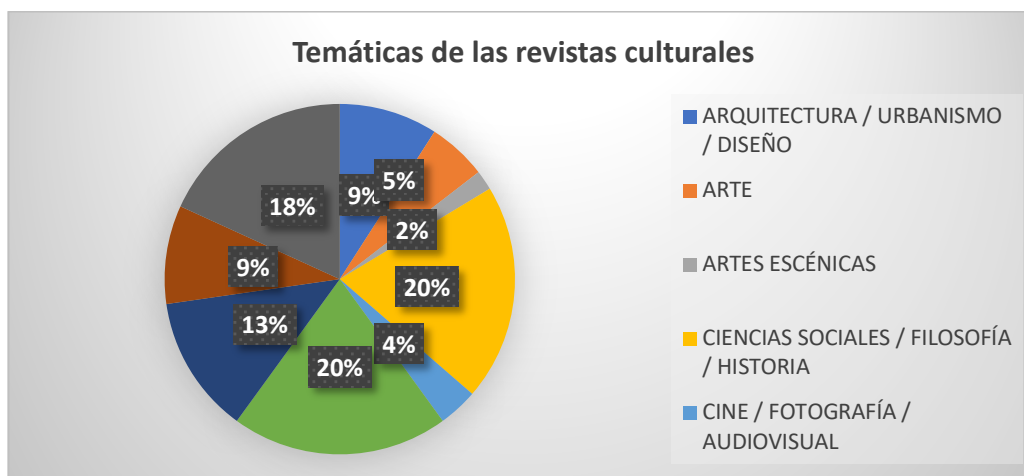
Fuente: elaboración propia a partir de ARCE

En España contamos con una dilatada trayectoria de revistas culturales. Por iniciativa de los propios editores de esas publicaciones en 1983 surge ARCE, una asociación de editores de revistas culturales españolas cuyo el objetivo de poner en común los recursos e instrumentos necesarios para la promoción de estos proyectos culturales, y llevar las acciones necesarias tanto para los editores como para el público al que dirigen. Tal y como indica en su web, ARCE agrupa a las más importantes revistas de pensamiento y cultura que se editan en España, tanto en papel como en digital. Con todo, hay muchas otras revistas difusoras de la Cultura que no se han asociado a esta entidad y funcionan como independientes. ARCE cuenta con un espacio en Internet donde se recogen los datos y las ediciones online de las revistas asociadas y que es la arena para que editores y lectores difundan y debatan el pensamiento cultural de España. Además, tiene alojado el llamado quiosco virtual de ARCE, “un espacio digital de comercialización cuyo valor añadido es su carácter cultural, una identidad colectiva común compatible con la gran variedad temática y riqueza de contenidos” (<https://www.arce.es>). Con él se asegura la visibilidad y la difusión y distribución, también en el ámbito internacional.

En este momento son 55 las revistas que están asociadas a ARCE y se hayan clasificadas en nueve items o conjunto de disciplinas: crítica de la cultura (19% de las revistas incluidas); ciencias sociales, filosofía, historia (un 19%); pensamiento, política (19%); literatura, libros (12%); música (8,5%); arquitectura, urbanismo, diseño (8,5%); arte (7%) cine, fotografía, audiovisual (5%), y artes escénicas (2%).

En la siguiente imágenes mostramos el peso de las diferentes temáticas:

Figura 7. Temáticas de las revistas culturales españolas



Fuente: elaboración propia.

Otras revistas culturales se definen como independientes. Sirva de ejemplo JotDown, publicación fundada en 2011 por Mar de Marchis, Ángel Fernández y Ricardo González. Esta publicación conseguía a los pocos meses varios cientos de miles de visitas mensuales. Desde 2015 por un acuerdo con el periódico EL PAÍS se publicó una versión mensual reducida en este medio, que se suspendió tras el cambio de director del diario en 2019. Cuenta con las siguientes secciones: Arte y letras (con las subsecciones de arquitectura, arte, comic, filosofía, literatura, fotografía, historia, libros, lengua y teatro), Ciencia, Cine y televisión, Deportes, Entrevistas, Música, Ocio y Vicio, Política y Sociedad.

2.3.5. Las fundaciones culturales

Cada país delinea directrices propias en su compromiso con la Cultura. En el caso de España obviamente se siguen las coordenadas y grandes líneas marcadas por la Unión Europea o la UNESCO, para concretar después, de acuerdo con sus propias particularidades, las políticas culturales y sus modelos de gestión. La financiación de la cultura puede proceder de dos fuentes: la acción directa, es decir, gracias a fondos públicos; y la acción indirecta, a través de fondos privados de fundaciones, empresas y particulares incentivados por las deducciones fiscales (Badillo Matos, 2019). En efecto, un activo destacado en la promoción y difusión de la Cultura son las asociaciones y fundaciones tanto de ámbito público como privado.

El último informe de la Asociación Española de Fundaciones (2020) recuerda que

“Las fundaciones llevan a cabo una actividad social fundamental, necesaria, rica en matices: contribuyen a cubrir necesidades esenciales no cubiertas ni por el sector privado ni por el sector público. Son la expresión del altruismo, de la generosidad y de la sensibilidad individual y social. Por estas razones deben ser protegidas y su función debe ser incentivada por los poderes públicos. No en vano, con la intención de fomentar la actividad fundacional, el artículo 34 de la Constitución española consagra el derecho de fundación como un derecho fundamental de segundo grado” (p. 4).

Según los datos de este informe, en nuestro país más del 70% de las fundaciones han sido creadas por personas físicas y el resto por personas jurídicas sobre todo asociaciones y empresas. Las fundaciones que se dedican a actividades de cultura y recreo suponen un 38,9% y son las más activas.

Fue en el año 2002 cuando se promulgó la Ley de Fundaciones, que regula su régimen jurídico. Las Fundaciones son organizaciones sin ánimo de lucro constituidas sobre la base de un patrimonio duradero, el cual se destina a cumplir fines de interés general, para dar así cumplimiento a la voluntad de sus fundadores. Las fundaciones culturales tienen una finalidad que coincide con el interés general, por lo que es reconocida y respetada los poderes públicos. En las últimas décadas han tenido un crecimiento progresivo siendo la mayor parte de éstas fundaciones son privadas. Como recoge Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos (2004), los fines culturales son tradicionalmente objetivo de las asociaciones y fundaciones,

“tanto de las que persiguen fines privados como de las de interés público. De hecho, la finalidad cultural es, precisamente, uno de los requisitos, entre otros, que la ley recoge de forma explícita para optar a la declaración de utilidad pública, que conlleva diversas ventajas, en particular beneficios fiscales. Los fines culturales son nombrados *ad exemplum* explícitamente por la ley como fines típicos de los intereses generales que se exigen a las fundaciones” (p.26).

La fundación se concibe como una herramienta de expresión que visibiliza las iniciativas de la ciudadanía: es importante que las instituciones las tengan en cuenta en sus propuestas culturales, para intentar atender la diversidad de la sociedad civil. Asimismo, con relación a las fundaciones, establece Fontal: “La cultura hace referencia a todos los ámbitos que contribuyen a caracterizar un contexto, en un tiempo determinado” (Fontal, 2006).

La creación de fundaciones se presenta como un ejercicio empresarial en alza en España que vinculada a la responsabilidad social de la empresa con el fin de mejorar la imagen de las grandes corporaciones empresariales y fomentar las empresas socialmente responsables (Pérez Bustamante, 2008). El mecenazgo empresarial en España se focaliza principalmente en el arte, la cultura, la educación, el medio ambiente y la investigación. Gracias a las ventajas fiscales que reciben, las empresas pueden crear su propia fundación. Conviene subrayar que, aunque se traten de organismos privados, las fundaciones tienen que comprometerse a no recibir beneficio económico a cambio de su función. En este sentido, se puede afirmar que su razón de ser está vinculada a una labor por y para la sociedad en la que desarrollan su proyecto cultural. Es por esta razón por la que se pueden estudiar como una institucionalización de la sociedad civil.

La labor de difusión y promoción de la Cultura por parte de fundaciones es una realidad en las sociedades democráticas. Personas, instituciones y entidades privadas están comprometidas en la difusión y el desarrollo de actividades que fomenten la Cultura. Es el caso de entidades bancarias o cajas de ahorros. Así, en 2013, aparece la figura de las fundaciones bancarias con la ley 26/2013 de 27 de diciembre, de cajas de ahorros y fundaciones bancarias, que recoge que la fundación bancaria es “aquella que mantenga una participación en una entidad de crédito que alcance, de forma directa o indirecta, al menos un 10% del capital o de los derechos de voto de la entidad” (Bajo Davó y Rodríguez Carrasco, 2018). Como subraya Domínguez Martínez (2011), estas entidades han desarrollado un extenso elenco de actividades de carácter social y cultural, articuladas en un amplio número de centros propios y un interminable abanico de colaboraciones con agentes públicos y privados.

A modo de ejemplo señalamos una importante fundación española que desempeña un destacado papel en la difusión de la Cultura desde España al mundo entero. Se trata de la Fundación Juan March.

Ilustración 12. Captura de una entrevista en la sede de Fundación Juan March



Fuente: Fundación Juan March.

La Fundación Juan March fue creada en 1955 por el financiero Juan March Ordinas, como institución familiar, con la misión de fomentar la Cultura en España y desarrollar sus actividades en el campo humanístico sin otro compromiso que la calidad de su oferta y el beneficio de la comunidad a la que sirve. Organiza exposiciones de arte, encuentros

con artistas internacionales, conciertos musicales y ciclos de conferencias y seminarios. También hace publicación de catálogos, carteles y guías didácticas. La Fundación cuenta entre sus fondos con más de mil seiscientos obras de arte. Es una fundación con una importante producción cultural, tanto en el ámbito artístico como en la producción de contenidos y materiales para la difusión del saber, las ideas y la Cultura. Tal y como se lee en la descripción de su canal de Youtube, en la actualidad es una fundación operativa que funciona con programas propios, siempre de acceso gratuito, diseñados para difundir confianza en los principios del Humanismo en un tiempo de incertidumbre y oportunidades incrementadas por la aceleración del progreso tecnológico. Su sede en Madrid alberga una biblioteca de música y teatro español contemporáneos. Es titular del Museo de Arte Abstracto Español, de Cuenca, y del Museu Fundación Juan March, de Palma. Promueve la investigación científica a través del Instituto mixto Carlos III/Juan March de Ciencias Sociales, de la Universidad Carlos III de Madrid.

El proyecto de Aprendemos juntos corresponde a BBVA como entidad, no a su Fundación, de modo que su desarrollo se enmarca en otro escenario, pese a la labor que la Fundación BBVA realiza en el marco de la investigación y el conocimiento.

Ilustración 13. Captura de una entrevista en el BBVA a Mariam Rojas



Fuente: Aprendemos juntos de BBVA.

La Fundación BBVA surge en 1988, orígenes que están asociados a un propósito de difusión del conocimiento. Para la Fundación, su objetivo reside en expandir y repensar

la envolvente cultural y el conocimiento heredado, a fin de dotar de mayor libertad a los individuos de la sociedad. Sus vías de actuación son asociadas a tres modalidades: el apoyo a la actividad científica, la difusión del conocimiento y la Cultura, y el reconocimiento del talento y la innovación. Establece así cinco áreas emergentes: Medio Ambiente, Biomedicina y Salud, Economía y Sociedad, Ciencias Básicas y Tecnología, y Cultura. En estas áreas, la Fundación BBVA diseña, desarrolla y financia proyectos de investigación.

Un elemento común a los periódicos, revistas y fundaciones culturales es la entrevista como difusora de la Cultura. Periodistas especializados que trabajan o colaboran con estos medios entrevistan a personalidades relevantes del panorama actual con fines divulgativos, educativos y de promoción de la Cultura. Tanto si se recogen por escrito o se realizan delante de un público, estas entrevistas se vuelcan en el ciberespacio donde la inmediatez y facilidad de acceso multiplican de forma exponencial su difusión.

2.4. LA ENTREVISTA DIGITAL

Hemos visto en el apartado anterior cómo el periodismo es un importante foco de difusión de Cultura. En este punto resulta fundamental revisar la teorización de la entrevista, de modo que podamos analizar con mayor precisión las características y los rasgos de este género periodístico. Asimismo, es clave analizar si su realización en entornos digitales ha provocado modificaciones respecto a la entrevista que se venía realizando en medios tradicionales.

2.4.1. El ciberespacio y la nueva realidad periodística. El ciberperiodismo

Enrique de Aguinaga (2020) apunta el Periodismo es “un método de interpretación de la realidad porque de ella escoge, traduce, distingue, comunica, sitúa, ambienta, explica y juzga” (p. 316). La actividad periodística cuenta, en su propio proceso metodológico, con un importante ejercicio interpretativo. En este apartado pretendemos, por tanto, reflexionar sobre la construcción periodística de la realidad en un nuevo entorno digital: lo que se define, en esencia, como ciberperiodismo.

Nos situamos en un escenario en el que la irrupción de las nuevas tecnologías y la digitalización han despertado una nueva realidad periodística: el denominado ciberperiodismo, un nuevo desafío de la investigación aplicada frente a una nueva realidad, un nuevo paradigma. Hoy día, con el impacto operado por las transformaciones digitales se puede comprobar un cambio profundo en cuanto a la interacción con dispositivos y colaboración de los usuarios (Tejedor et al., 2020; Trillo y Alberich, 2020).

La definición de ciberperiodismo puede aproximarse a la actividad profesional encaminada a conseguir y ofrecer información de actualidad mediante medios informáticos para ofrecerla en el ciberespacio. Para Lucía Santaella (2004), refiere a “todo aquel espacio informativo multidimensional que, dependiente de la interacción del usuario, permite a éste el acceso, la manipulación, la transformación y el intercambio de sus flujos codificados de información [...], espacio que se abre cuando el usuario se conecta a la red [...] hecho de circuitos informativos navegables” (Santaella, 2004, p. 45).

El análisis del ciberperiodismo implica, a su vez, reconocer los géneros periodísticos que se han forjado en el entorno digital, lo que permite identificar los medios que se han

establecido en plena digitalización. Lev Manovich (2005) subrayó las claves de la nueva realidad periodística: la digitalización, es decir, la conversión de lo analógico a lo digital; la “estructura fractal de medios”, por tanto, la composición de muestras discretas de cada medio en cuestión; la variabilidad y, en definitiva, la posibilidad de que el mensaje cuente con diversas versiones, actualizándolos o incluso personalizándolos; la opción de estudiar y trazar la escalabilidad, es decir, la presentación de varias versiones del mismo objeto mediático, con distintos niveles de detalle; la automatización en el proceso de creación, tanto en la creación como en el acceso y la manipulación de la información; y, por último, la transcodificación, es decir, el cambio de estructuras tradicionales por otras propias de la organización de datos del ordenador.

Existe un consenso en la comunidad científica en torno a las características principales del nuevo medio, entre las que sobresalen la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad. Estas características de la comunicación digital forjan el nuevo paradigma periodístico. Los cambios que supone el tratamiento de la información y la comunicación por cuanto contienen de saberes y procesos de construcción del conocimiento, son fundamentales para la consideración de la difusión de las ideas. Ciertamente el hipertexto rompe con algunos de los principios básicos de la escritura impresa, por ejemplo, con la linealidad, la contextualidad o la noción del discurso. El hipertexto permite accesos transversales a la información y el conocimiento, no secuenciales. Frente a las estructuras verticales tradicionales impone una estructura reticular.

Para Marcos Palacios (2005) se ha desarrollado el periodismo hipertextual determinado por su carácter multilineal que acarrea una el ejercicio de una lectura transversal en los medios. Mariano Cebrián insiste en la tendencia convergente del concepto de multimedialidad (Cebrián, 2005). Al igual que Díaz Noci y Salaverría (2003), sostienen que para que un mensaje pueda ser considerado realmente multimedia, los diferentes lenguajes no pueden estar meramente yuxtapuestos, sino que debe tratarse de una verdadera integración de lenguajes que se ven presentados en el marco de un encuadre rectangular. Consecuencia de las anteriores características compete al ciberperiodismo el estudio de las modalidades de lectura, claramente vinculado a las habilidades cognitivas del lector y a sus objetivos a la hora de realizar una búsqueda de información; y se investigan también las modalidades de navegación, que referencian la estructura de hiperdocumentos y las posibilidades que el autor y el sistema ofrecen al receptor para moverse entre ítems informativos. También desde los medios se emplean estrategias como el *clickbait* que apela a las emociones y a la curiosidad de los lectores pero que, a

juicio de Bravo, Serrano-Puche y Novoa (2021) el abuso de este tipo de técnicas reduce la función informativa de los titulares y en consecuencia actúa en detrimento de la credibilidad de los medios de comunicación y de la confianza que éstos inspiran en la audiencia.

En términos de interactividad, Robledo-Dioses y otros (2022) recogen una extensa taxonomía de esta cualidad esencial en los medios digitales y consideran que el reto del ciberperiodismo actual es propiciar la participación y el compromiso de las audiencias. Y es que desde el desarrollo del periodismo en línea en la década de los 90 diversos autores reflexionaron sobre la interactividad. Así, Alejandro Rost (2006) sugiere tres tipos de interactividad: la selectiva o interacción con los contenidos), la comunicativa o interacción entre individuos y una combinación de ambas opciones, esto es, interacción con los contenidos y entre individuos (Rost, 2006). Esto supuso un cambio evidente para las formas tradicionales de comunicación.

Aunque se ha evidenciado que el Periodismo ha tenido que adaptarse a nuevas formas de producción tras el impacto de la digitalización, es claro que nos encontramos frente a una situación de profundo cambio, tanto para la producción de contenido cultural, como para la realización de contenidos considerados tradicionalmente periodísticos. Es una revolución del Periodismo y de la producción de información. Geidner et al. (2015), sostienen que el periodismo en línea es el medio informativo que facilita la mayor interacción razón por la que las empresas periodísticas incluyeron recursos interactivos en sus contenidos para diferenciarlos de los medios impresos.

2.4.2. Transformación de la producción periodística en entornos digitales

Sucede que, al integrar las nuevas tecnologías a los medios tradicionales, se producen modificaciones en la forma en que el mundo es percibido e interpretado por los sujetos. Este proceso es parte del desarrollo de un contexto en el que surgen nuevas fórmulas narrativas en el periodismo basadas en la transmedialidad, con la hipertextualidad y la multimedialidad propias del medio on line.

Fidler (1998) acuña el término “mediamorfosis” (metamorfosis de los Media), como la evolución de la prensa convencional hacia modelos cibernéticos, de nuevos soportes con capacidad de satisfacer la demanda de información en la nueva sociedad del conocimiento. Posteriormente el concepto evoluciona y adopta el término de

“infomorfosis”, esto es, “el cambio y transformación de la forma como se crea, se procesa y se produce la noticia o información, y que conlleva a la interacción con el usuario o lector” (Flores Vivar, 2013, p. 38). En este contexto empiezan a aflorar los nuevos perfiles profesionales. Se identifican, además, cuatro perspectivas de convergencia: convergencia redaccional, lo que implica integrar las redacciones; convergencia profesional, que incluye la polivalencia mediática; convergencia tecnológica, que desarrolla la editorial multiplataforma; y convergencia de contenidos, en base a la multimedialidad (Salaverría, 2003; López-García y Pereira, 2010).

Como consecuencias de esta convergencia y las implicaciones de la tecnología en los medios de comunicación se seguirán: modificaciones en los modos de producir, gestionar y consumir los contenidos informativos, especialmente en las audiencias más jóvenes (Martínez-Costa-Pérez, et al., 2019); cambios en la distribución multiplataforma; modificación del diseño y edición de la información por influencia de la tecnología y la influencia de las redes sociales y de la evolución de la tecnología móvil en los medios de comunicación, y nuevas propuestas sobre modelos de negocio (Cabrera-González, 2010).

La última década, y máxime con las consecuencias de la pandemia del Covid-19, ha acelerado el proceso de innovación periodística y por ende la transformación del ecosistema digital (Carvajal et al., 2022). Surgen nuevos actores y plataformas tecnológicas, cambios en los hábitos de consumo que suman en el proceso de cambio que venía afectando a la práctica periodística (Belair-Gagnon & Steinke, 2020; García-Avilés, 2021). Se dibuja así un escenario denominado la era del periodismo de alta tecnología (López-García & Vizoso, 2021) donde encontramos innovaciones tales como el periodismo de datos, el *fact-checking*, los contenidos *mobile first* y los nuevos formatos con relación a las narrativas periodísticas. Según recogen Carvajal y otros, “destaca el papel de la inteligencia artificial en la producción automática y masiva de noticias basadas en texto (...) lo que permite generar contenidos sobre temas deportivos, meteorológicos o bursátiles, y facilita la configuración de una oferta personalizada y el diseño de los muros de pago algorítmicos” (p.13). Con todo, cabe destacar que la existencia de innovación no garantiza la calidad ni tampoco la sostenibilidad mediática (Salaverría, 2021).

2.4.3. Los orígenes de la entrevista

La entrevista es un evento comunicativo cara a cara en el que participan dos o más personas para hablar sobre un tema específico (Nadège & Bürki, 2022). Quinlan (2011) en su trabajo titulado *The dynamics of interviewing* repasa en que, tanto en las situaciones más profundas a las más superficiales, la sociedad moderna está impregnada de preguntas. A veces el que pregunta no quiere información, simplemente pregunta por convenciones culturales, como una forma alternativa de saludar. No obstante, esas mini-entrevistas o intercambios intencionados de preguntas y respuestas caracterizan nuestros días. Con todo, tanto si se elabora dentro de una investigación, de un medio de comunicación o si se diseña al margen de un estudio sistematizado, tiene un objetivo común: obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias u opiniones de personas (Folgueiras, 2016).

El primer uso del diálogo para acceder al conocimiento de lo público lo encontramos en la obra los *Diálogos* de Platón. De este modo, las bases de la entrevista residirían en la conversación, particularmente en las interrogaciones de discípulo y maestro, estableciéndose en su origen un nexo con el pensamiento humanista original. Pero fue el proceso de modernización y racionalización de las relaciones a través del desarrollo de las Ciencias Sociales y la puesta en circulación de la prensa de masas lo marcará propiamente como el origen de la entrevista.

Desde el punto de vista científico, la entrevista, según Juan Cantavella (1996), ha sido uno de los géneros menos investigados, por lo que se ha profundizado poco en el recorrido de este tipo de diálogos que, en la actualidad, han dejado de ser únicamente textuales y han pasado a contar con formatos multimedia, impulsados por los entornos digitales. Los textos en los que se empieza a reconocer la entrevista datan del siglo XIX, cuando comienzan sus apariciones paulatinamente. Será en el siglo XX cuando se establezca de forma clara, lo que va a dar lugar a una forma precisa y preciosa de la información, en palabras de Mainar (1960).

Cantavella (1995) sostiene que el origen de la entrevista como conversación puede remontarse a las conversaciones que se producen en relatos bíblicos; y el origen literario en los que se recogen en *El Quijote* y otras grandes obras del siglo de Oro. En cuanto al momento cuando el diálogo literario se desmiembra en diálogo literario y diálogo periodístico, será en los últimos años del siglo XVIII cuando los periódicos comienzan a recoger debates de interlocutores con muy diferentes puntos de vista sobre las ideas del

momento. Los lectores, acostumbrados a los primeros van a acoger de buen grado este otro tipo de diálogo que se publica en revistas y diarios. Hay, por tanto, un antecedente indirecto de la entrevista periodística en el diálogo literario.

En el medio periodístico, el desarrollo de nuevas formas para recolectar información cristalizará en la entrevista con objetivos como obtener datos del entrevistado, conseguir comentarios sobre un hecho y perfilar la semblanza del mismo. Un punto de inflexión fue la publicación en 1836 James Gordon Bennett, fundador y editor del periódico *New York Herald*, de la entrevista a Rosine Townsend, administradora de un burdel en Nueva Cork. El hecho fue muy criticado, pero a la vez, alcanzó una enorme difusión y popularidad (Murillo-Torrecilla, 2006). A partir de la década de los 60 la entrevista se reconocerá como un modelo cultivado por los medios americanos basado en reproducción literal de una conversación, y denominado, como su propia traducción nos indica, "interview". Estos primeros pasos de la entrevista como género periodístico abrirán nuevas vías y formas que irán configurando su razón de ser: la búsqueda de la verdad.

El estudio de la evolución de la entrevista, desde un punto de vista histórico, contempla cómo se va a producir y transformar en el marco digital. La digitalización ha permitido que la entrevista traspase barreras, incorpore nuevos formatos e introduzca nuevos códigos. No obstante, la entrevista digital parte de su consideración tradicional. Desde una perspectiva histórica, la entrevista ha adquirido nuevos formatos multimedia desde su uso en la televisión en la década de los noventa, hasta su extensa diversidad en formatos y temas. La entrevista ya no solo se contempla como ejercicio periodístico, sino que se utiliza en el ámbito científico, en la práctica de diversas disciplinas, como subgénero periodístico, o como herramienta.

La entrevista ha sabido adaptarse a nuevos modelos y ha estado sujeta a las innovaciones producidas en entornos comunicativos y digitales. El auge actual de la entrevista, no solo en el medio escrito, sino en el audiovisual, se comprende en la posmodernidad, donde los grandes relatos han perdido vigencia al popularizarse los microrrelatos, la subjetividad y la visión fragmentada contraria a un punto de mira omnisciente (Arfuch, 2002). Para este autor el éxito actual de la entrevista se debe al crecimiento de la subjetividad. Su defensa se relaciona directamente con la consideración del individuo y del ser humano, con el planteamiento socrático –conócete a ti mismo– y la buena acogida de las diversas narrativas autobiográficas.

2.4.4. La entrevista como género periodístico

Los orígenes de la entrevista periodística tal y como la concebimos hoy nos remontan, a mediados del siglo XIX, cuando EE. UU hace uso de este género para la transmisión de información, lo que nos trasladaba la estructura pregunta-respuesta que los periodistas habían sabido adaptar del modelo visto en un interrogatorio judicial. En efecto, se trataba de entrevistas que, de tematizarse, se englobarían en el ámbito de la criminología (Cantavella Blasco 2002; Olmedo Urbano 2014).

La entrevista, en el campo del periodismo, con independencia del tratamiento o formato, se considera género o subgénero de este. El debate sobre la entrevista como género periodístico y no como subgénero, se da prácticamente por zanjado, por la unanimidad que la concibe como género. En palabras de Montse Quesada (2004):

“Aunque en su origen la entrevista nació como una modalidad del género reportaje, desde que el periodismo informativo fue cediendo paso al periodismo interpretativo, la entrevista ha pasado a convertirse en un género independiente, capaz de formularse según una tipología claramente diferenciada, con características y estructuras propias que la distinguen de cualquier otro género periodístico (p.187)”.

Para Quesada (2004), es a mediados de la década de los setenta cuando el periodismo interpretativo, el que aún impera en la sociedad de hoy, comienza a reconocer la entrevista “como una técnica profesional diferenciada y autónoma”, para “dejar de ser una simple modalidad del reportaje”. Así, la entrevista adquiere importancia como género dialógico. Si la entrevista se ha considerado una modalidad del reportaje es, en parte, por cuanto busca acercarse a la persona, según Lorenzo Gomis (1997). Apunta Cantavella (2002) que la entrevista tradicional, realizada por el periodista y con el objetivo de realizarle una serie de preguntas al entrevistado, es la fórmula que se ve asentada en los inicios del siglo XX.

Vanesa Olmedo Urbano (2014) en su tesis doctoral, *Análisis de la entrevista en los medios de comunicación digital españoles*, realiza un profundo estudio documental sobre los orígenes de este género periodístico. A continuación, recogemos algunas definiciones significativas. Para Rodríguez y Martín la entrevista es “un acto social: una situación de interacción de dos o más oyentes humanos que parte de una toma de conciencia y que

propicia nuevas tomas de conciencia” (2010, p. 7). Mientras que para Echevarría Llombart (2002) la cuestión reside en reconocer el mismo prisma dialógico, “Género fronterizo entre la oralidad y la escritura. En ella, el lector tiene la impresión de un encuentro cara a cara, de una proximidad obvia con el personaje. Se oye su voz, pero quien escribe las palabras es un tercero: el periodista”. (p. 7). Para Vilamor (2000) la definición de la entrevista pasa por reconocer, ante todo, la conversación entre dos personas: “Es la consecuencia del diálogo entre un periodista y un personaje, el resultado de una conversación formal con una persona a la que se acude para que dé su opinión autorizada sobre un hecho noticioso o para conocer distintos aspectos de su personalidad, e incluso para que pueda comunicar alguna novedad que pueda originar una noticia” (p.358).

La palabra entrevista deriva etimológicamente de la francesa “entrevoir”, que significa “verse el uno al otro”, lo que revela el sentido, el interés por reflejar lo que la persona es o piensa. Esto responde a la propia pretensión de difundir y dejar ver el pensamiento. “No se trata de realizar una pregunta, sino de utilizar la función apelativa del lenguaje para actuar sobre la conducta verbal del entrevistado: es el arte de obtener la mejor respuesta” (Vilches Vivancos, 2014, p. 32). Dicho de otro modo, la entrevista representa la oportunidad de avistar lo que el entrevistado opina de la vida, la educación, la Cultura, el amor, la verdad o la existencia. Arfuch (2002) señala que en los itinerarios temáticos que son tejidos en las entrevistas se puede constatar la recurrencia de algunos ítems: la infancia, la cotidianidad, la vocación, la afectividad y los valores. Estas afirmaciones ponen de relieve el afán del ser humano por encontrar respuestas y, a su vez, la intención de obtenerlas gracias a la entrevista, en la que recurre a las que considera las cuestiones esenciales de la vida y el mundo.

Sherwood apunta que “la entrevista es la piedra angular del periodismo” (1976, p.139) por la implicación directa del periodista en la búsqueda de la verdad. En cualquier caso, esta afirmación no evita el constante debate sobre la naturaleza de la entrevista ni la reflexión sobre el papel del periodista en la sociedad actual. Ambas cuestiones deben seguir analizándose en profundidad, porque también el periodismo está en constante evolución.

Nos parece interesante conocer lo que recogen los libros de estilo de los principales diarios españoles sobre este género. Así, el Libro de Estilo de *El País* (2014) concreta que la presentación con preguntas y respuestas debe reservarse para las entrevistas extensas y a fondo, puesto que las declaraciones obtenidas mediante el diálogo con un personaje

no siempre han de adquirir la forma de entrevista. Recoge la existencia de tres tipos de entrevista: dentro de los géneros de información, la entrevista de declaraciones (reproducción fiel de la conversación); y dentro de los géneros de opinión, la entrevista de perfil (declaraciones más interpretación) y la entrevista de suplementos (diálogo más interpretación).

El libro de estilo de *ABC* (Vigara, 2001) incluye la entrevista dentro de los géneros interpretativos, aquellos en los que la interpretación y el análisis del periodista priman sobre el relato de los hechos. De esta forma otorga libertad al entrevistador para condensar y eliminar expresiones reiterativas o poco convenientes siempre que no se altere el sentido de lo declarado por el entrevistado, tampoco por el hecho de añadir conceptos. Distingue entre los modos de la edición: el formato pregunta-respuesta y el formato de declaraciones o texto corrido.

Por su parte, el manual de estilo de *El Mundo* (2007) la concibe como un subgénero de la información básica o noticia. En este caso, señala, su único objetivo es informar de las opiniones de alguien. En cuanto al formato distingue: el de preguntas y respuestas literales, colocadas después de una entrada informativa, y la entrevista reportajeada, con un texto narrativo en el que se van colocando, entrecomilladas, las respuestas relevantes del entrevistado y se resumirán parafraseándolas, otras respuestas. En este segundo caso, sin embargo, la entrevista dejaría de ser un género para confundirse con la noticia o con el reportaje, que utilizarán citas de una o de varias personas. Señala también que “una regla imprescindible de la entrevista, en el caso del formato de pregunta-respuesta, es la de incluir una entradilla en la que se situarán con precisión y suficientes detalles la personalidad del entrevistado y las circunstancias o motivos de sus declaraciones” (p.7).

La evolución de la entrevista hacia nuevos formatos como el multimedia, ha ampliado su propia definición. Cebrián Herreros define la entrevista audiovisual (1992, p. 249):

“Diálogo entre periodista y entrevistado con objeto de obtener una información o una definición de la personalidad de éste (...). La entrevista presenta al hombre como objeto de información, por lo que dice y cómo lo dice; es un reflejo de la personalidad del entrevistado sin cambio de los códigos por los que se expresa, salvo las modificaciones que la técnica introduce. Nacen de una realidad, de una necesidad de crítica social, de expresión personal ante los demás, y se convertirán en la aportación más valiosa con que el periodismo devuelve a la literatura cuanto ésta ha contribuido a su desarrollo”.

2.4.5. La entrevista en el entorno digital

La tecnología caracteriza la era de la comunicación actual y la digitalización modifica las características del género periodístico. De este modo, el periodismo digital y la entrevista realizada en este entorno digitalizado, va a contar con nuevas capacidades y premisas que van a determinar la producción. Cebrián Herreros (2005) marca una clasificación de géneros periodísticos en la que revaloriza la misma como género audiovisual. Establece tres bloques para diferenciar los géneros periodísticos audiovisuales: géneros expresivos y testimoniales, como el editorial y el comentario; géneros referenciales o expositivos, como referentes para una narración que trata de eliminar la subjetividad, donde incluye, por tanto, la noticia y el reportaje; y géneros apelativos o dialógicos, que exponen ideas de personalidades, de expertos, mediante el diálogo. Esta última clasificación incorpora la entrevista, donde el interlocutor pierde importancia, cediéndosela al discurso de la persona que es entrevistada. En lo relativo a este carácter audiovisual, el medio puede permitir el desarrollo de un diálogo y una conversación y este formato enriquece la comunicación y el discurso del entrevistado. Esto supone fórmulas distintas a las que adquirió la prensa escrita, con lo que ofrece “al lector de a pie lo que antes podría ser considerado un privilegio del profesional de la información” (Machado, Borges y Miranda, 2004).

Sánchez-Calero (2020) realiza un interesante estudio sobre las entrevistas digitales en entornos periodísticos. Para esta autora la era digital ha propiciado “una evolución hacia espacios más dialógicos con sus audiencias utilizando un lenguaje textual, gráfico o auditivo, que construyan un relato narrativo, que alimente la curiosidad y suscite el interés de participación de su público/lector” (Sánchez-Calero, 2020, p.1). También destaca las ventajas del formato on line, entre ellas una mayor imprevisibilidad, naturalidad, espontaneidad e inmediatez. A su vez señala el cambio de papeles, la dinámica, composición y esquema narrativo nuevo de este nuevo género dialógico. Y concluye con la necesidad y el compromiso de los nuevos profesionales para dominar los imperativos de los nuevos lenguajes y formas de trabajar.

La entrevista digital está considerada como un subgénero de las nuevas narrativas periodísticas de los medios de comunicación digitales, medios que llegan con el mismo objetivo, mantener informado a sus suscriptores, seguidores o usuarios (Avegno y Herrera, 2022). Estas nuevas narrativas son fruto de los avances de la tecnología, de la creatividad, y de la innovación. Según Betancur (s.f.) forman parte de un universo

amplio, rico, versátil, que aún se encuentra en crecimiento y que está forjando el nuevo rostro del periodismo de esta centuria. Este cambio a un modelo audiovisual, localizado en el ciberespacio, sitúa al receptor o lector en el cibermedio, lo que supondrá la modificación del modelo de entrevista conocido en medios escritos y reflejará la evolución de estos géneros dialógicos y periodísticos. Como expresa Sánchez-Calero (2020):

“Nos encontramos en un nuevo escenario periodístico en el que se prima la creación de espacios más inmersivos y de participación con las audiencias. La entrevista con participación de los lectores es uno de los géneros que apuesta por narrativas dialógicas que faciliten una mayor interactividad, participación e inmersión” (p.9).

Ilustración 14. Captura del anuncio de una entrevista sobre el Humanismo



Fuente: Aprendemos juntos de BBVA.

La situación descrita no solo afecta a la labor periodística, sino que significa que el discurso es ofrecido, a menudo, en otras fuentes como son las redes sociales o los blogs, lo que incorpora abre el campo de estudio sobre la exclusividad, el acceso al conocimiento o la difusión de las ideas. Las entrevistas digitales cuentan, en los entornos digitales, tanto con piezas escritas, en las que la narración se produce con las cualidades que incorporaría en su producción impresa, como con piezas de naturaleza multimedia y audiovisual, que ofrecen discursos especializados y no pierden precisión en el diálogo (composiciones de lenguaje verbal). La comunicación digital ofrece diversos signos, códigos y mensajes, cuyos lenguajes difieren, pero se equilibran.

En definitiva, la era digital modifica el alcance de lo que hemos conocido como entrevista y las funciones consideradas atribuibles a un periodista. En la actualidad, se producen tanto entrevistas multimedia realizadas por periodistas, como encuentros realizados por un experto o una persona conocedora del ámbito sobre el que se dialoga, que se reconoce capaz de abordar una conversación sobre un tema especializado. Y sus medios de difusión alcanzan nuevos contextos y nuevas y creativas fórmulas.

2.4.6. La entrevista periodística cultural y literaria on line

La relevancia que adquiere la entrevista periodística literaria constituye un punto de encuentro entre la propia conversación literaria, la literatura en sí misma y la cultura artística en general, con perspectiva sociológica, en una sociedad que ha revalorizado su papel y ha aplaudido las producciones tanto en papel como la producción en entornos digitales.

Como parte del periodismo cultural efectúa las funciones de informar, ser mediadora entre público y personalidades del arte y de la ciencia, orientar y transmitir el patrimonio cultural. El periodista cultural contempla los problemas de la sociedad, los interpreta y contextualiza y comprende las culturas y los fenómenos culturales presentes; es consciente de su capacidad de influencia y de interés público.

Rosa María Arráez-Betancourt (2021) revisa la entrevista como género periodístico en el nuevo contexto digital e indica que este tipo de entrevista se distingue de otras por su finalidad, pues recoge objetivos periodísticos de información, análisis, interpretación y explicación desde parámetros de calidad por lo que se evita un tratamiento superficial de la cultura. Conlleva una tarea de selección temática y formal, de personaje y de encuadre/enfoque y resulta de un diálogo dirigido entre entrevistador-entrevistado. A la vez, defiende la resistencia de la entrevista periodística cultural y literaria de calidad, que ofrece una visión global del fenómeno literario frente a intereses empresariales e ideológicos que ponen en peligro la cultura, entre ellos la participación de las audiencias y agentes no periodísticos en general. Con todo parece que en este tipo de periodismo aún no se ha sacado todo el partido posible a las posibilidades transmedia, ni ha aprovechado al máximo la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, propias de estas narrativas.

En lo relativo a las investigaciones recientes sobre la entrevista periodística cultural, destaca la propuesta metodológica abordada por Arráez-Betancort y Garrote-Fernández (2023). Estos investigadores sostienen que:

desde la vigencia de las teorías de la agenda, el encuadre y el formato, el periodismo cultural, intencionadamente o no, transmite una idea de cultura difundiendo conocimientos, tanto artísticos como procedentes de las creencias, valores, ideologías... que conforman la de periodistas y fuentes, pero también enfoques y grados de relevancia temáticos, versionando o creando una cultura propia que afecta a los modos de significación de la realidad (p. 408).

Sin embargo, la metodología propuesta, al margen de la relevancia de la entrevista periodística literaria, expone un método que excluye el análisis conversacional y no se centra en el estudio del contenido, del corpus de la entrevista, desde una metodología cualitativa. En esta tesis nos hemos decantado por una investigación que sí se basa en el desarrollo de la conversación. En términos comparativos, su propuesta alude tanto a la metodología cuantitativa como cualitativa, pero articular el método en base a un estudio de conocimientos procedentes de libros o artículos sobre las características de la literatura o el arte, no comprende un estudio del discurso de la entrevista en sí misma. Se subraya también el mismo método para lo relativo al periodismo especializado en general, los géneros periodísticos y su desarrollo en entornos digitales; una plantilla de análisis que se ocupa de desentrañar el periodismo cultural aprendido, pero no refiere al contenido como tal; y libros de códigos, bases de datos o análisis de plantillas para corroborar la eficacia. Este método no profundiza, por tanto, en el estudio y el análisis del corpus de las entrevistas culturales, en lo que en sí mismas, éstas contienen y arrojan, es decir, conceptos, teorías, imaginarios, visiones, opiniones, temáticas, disciplinas, valores, descripciones, definiciones o saberes.

CAPÍTULO 3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación que se presenta pretende componer un relato representativo del pensamiento actual a través de la entrevista divulgativa a personalidades del mundo cultural, principalmente español. Con este fin se seleccionará una muestra de estudio extraída de diversas entidades, medios de comunicación, revistas o fundaciones, que ofrecen este tipo de entrevistas en formato digital.

Este objetivo netamente nos inclina hacia un diseño de análisis cualitativo. Recordemos que el principal objetivo para analizar datos de forma cualitativa es siempre obtener alguna suerte de explicación, conocimiento o interpretación de los fenómenos sociales. El análisis de datos desde la perspectiva cualitativa subraya las experiencias, opiniones, comportamientos y contextos sociales de las poblaciones que se quieren investigar. En concreto, la entrevista en profundidad “es especialmente útil en la investigación de normas y valores, la captación de imágenes y de representaciones colectivas, el análisis de las creencias individualizadas, el conocimiento de los códigos de expresión, así como las cristalizaciones ideológicas” (Galindo, 1998, p.309).

En efecto, el corpus que pretendemos analizar son conversaciones de larga duración, con preguntas que difieren en cada una de ellas a juicio del entrevistador, y por las que la persona entrevistada se descubre a sí misma y analiza el mundo y su entorno. En estos espacios las personas implicadas tienen una importancia capital, así como el clima y la naturaleza psico-afectiva. Las respuestas obtenidas son prolíficas, complejas y abiertas. En cuanto a la interpretación y explotación de sus resultados implican una extrema dificultad (Guardián-Fernández, 2010).

Esto nos conduce a la necesidad de delimitar muy bien las preguntas de investigación.

3.1. Preguntas de investigación

Las preguntas de investigación actúan como instrumentos que otorgan flexibilidad y libertad al trabajo de exploración de fenómenos en profundidad para guiar el proceso de estudio hacia la formulación de objetivos e hipótesis.

Nuestras preguntas de investigación son las siguientes:

- ¿Qué entendemos hoy por cultura?
- ¿Qué es pensamiento humanista?
- ¿Quiénes son los humanistas del siglo XXI?
- ¿Cómo converge el concepto de cultura humanista con la idea de cultura actual?

- ¿Cómo contribuye internet a la difusión de la Cultura?
- ¿La cultura que difunde internet es cultura de masas o cultura humanista?
- ¿Cuál es el concepto y alcance de la entrevista digital?
- ¿De qué forma la entrevista de acceso abierto es difusora de la Cultura?
- ¿Dónde podemos encontrar estas entrevistas?
- ¿Cuáles son las principales temáticas que se tratan en estas entrevistas?
- ¿Internet contribuye a revitalizar el pensamiento humanista hoy?
- ¿Cómo se puede extraer el pensamiento humanista de esas entrevistas y diseñar así un relato?
- ¿Cuál es el relato que se ofrece en los medios de comunicación sobre el ser humano en esta etapa de la historia de la humanidad, su visión del mundo y de la vida en el siglo XXI?

3.2. Objetivos generales y particulares

3.2.1. Objetivo general

Componer un relato representativo y asequible del pensamiento del hombre en la sociedad del siglo XXI a través de las entrevistas digitales culturales.

Nuestro objetivo principal requiere abordar los términos de Humanismo y humanista en la actualidad, identificando las disciplinas y artes a las que se vinculan las personas que dirigen el discurso. Podremos así emprender el objetivo central y general que pretende extraer el pensamiento humanístico en el siglo XXI a partir de un compendio de entrevistas digitales enmarcadas en el campo de la cultura actual, de modo que se analicen sus valores e ideario.

Será este análisis del discurso de los entrevistados el que nos permita alcanzar el propósito de componer un discurso propio sobre el pensamiento humanístico del siglo XXI, a la par que comprobamos que la entrevista on line actúa, ciertamente, como difusor de este pensamiento en los entornos digitales.

3.2.2. Objetivos específicos

Para ello, como objetivos particulares nos proponemos:

1. Delimitar el concepto de Humanismo hoy, quienes son considerados humanistas en nuestra sociedad actual y desde qué disciplinas hablan
2. Definir el concepto y alcance de la entrevista digital
3. Demostrar que la entrevista cultural digital es un cauce y un medio eficiente para la difusión del pensamiento humanista
4. Mostrar las entrevistas culturales como una comunicación dialógica que se sirve de la retórica de su interfaz como elemento de persuasión
5. Extraer el pensamiento humanista que se difunde a través de la entrevista divulgativa a personalidades del mundo cultural actual
6. Visualizar de alguna forma el pensamiento humanista del presente

3.3. Hipótesis de trabajo

Partimos, pues, de dos hipótesis de trabajo.

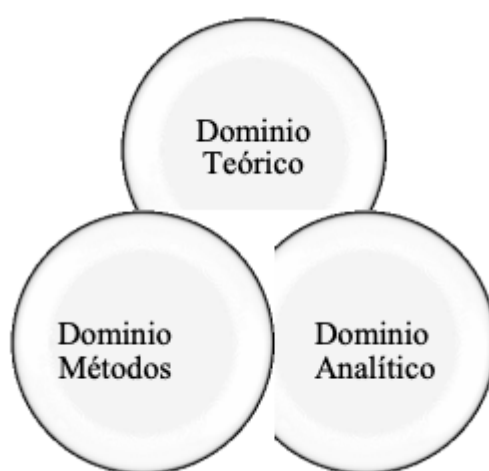
H1. Las entrevistas digitales divulgativas que se realizan a personalidades del mundo cultural permiten exponer y, por tanto, componer de forma asequible un relato representativo del pensamiento actual.

H2. La eficacia de la comunicación que se realiza a través de las entrevistas digitales a personajes clave del panorama científico y cultural actual no depende exclusivamente del contenido; también el medio por el que se transmite y el contexto donde se inserta contribuyen a comprender en mayor profundidad cualquier discurso, y a que éste sea más persuasivo.

3.4. Método

La investigación sigue un diseño cualitativo que se compone de tres grandes dominios metodológicos interrelacionados (Casasempere-Satorres, 2016): el dominio teórico, el dominio de los métodos y el dominio del análisis de datos. En la Figura 8 se muestra el esquema general de la investigación:

Figura 8. Esquema general de la investigación



Fuente: Casasempere-Satorres, 2016.

3.4.1. Dominio teórico

Una vez establecido el propósito, formulado las preguntas de investigación y definido los objetivos se procedió a la articulación del marco conceptual. Para ello se llevó a cabo una revisión sistemática bibliográfica de las principales fuentes de la literatura científica en la web y en las bases de datos especializadas. Para la gestión de la bibliografía nos servimos del gestor bibliográfico Mendeley. Se identificó la bibliografía especializada en las siguientes áreas: concepto de Humanismo; humanismo y humanistas del siglo XXI; Internet y Cultura; comunicación y difusión on line de la cultura humanística; medios de comunicación, revistas y fundaciones culturales; la entrevista de acceso abierto como difusora de Cultura. Esto nos ha permitido conocer en profundidad los conceptos del marco conceptual y establecer el diálogo teórico entre los conceptos desarrollados en la investigación y los existentes en la literatura sobre el tema.

3.4.2. Dominio de los métodos

Dentro de las diferentes aproximaciones metodológicas existentes en la investigación cualitativa nos centramos en el **Análisis de Discurso Conversacional** que según Guest, Namey y Mitchell (2013) se caracteriza por el Estudio del Discurso Natural, y cuya recogida de datos se realiza principalmente con el análisis documental. Pero en nuestro caso se incluye el Análisis Temático Inductivo que implica identificar y codificar temas emergentes dentro de los datos; datos que se encuentran recogidos en las entrevistas (digitales) en profundidad que conforman nuestro corpus de análisis.

Posteriormente examinaremos el contexto físico de estas comunicaciones ya que, en algunas de ellas, el formato adoptado es solo textual, y en otras, audiovisual, aunque en éstas últimas el contenido también se transcribe total o parcialmente. El marco, el acompañamiento de música o la presencia de público también difieren en unas y otras, hechos que incide y condiciona de alguna manera la recepción del mensaje. Se realiza, pues, un **Análisis Semiótico-Retórico** de la página web del medio en el que se nos ofrece las entrevistas digitales difusoras de la Cultura.

3.4.3. Dominio de análisis de datos

En este apartado se delimita la muestra y se describen las fases analíticas.

3.4.3.1. Muestra

La selección de la muestra nos ha supuesto un trabajo atento y profundo. Como recuerdan Draper & Swift (2011) la muestra cualitativa es siempre una muestra intencional puesto que las unidades de análisis son elegidas con un propósito. Al buscar el investigador el mejor ángulo, la selección no es aleatoria ni descontextualizada. Es una muestra estructural porque “trata de identificar aquellas posiciones que mantienen un discurso (potencialmente) diferente sobre nuestro objeto de estudio” (Martínez-Salgado, 2012). Y también es un muestreo teórico o –como apunta Mejía Navarrete (2000)– por juicio, pues los criterios conceptuales han sido definidos teóricamente por el investigador, aunque se pueden complementar con estudios cuantitativos previos (muestra por contexto).

Sandelowski (1995) insiste en que el tamaño debe ser suficiente para responder al objeto de estudio, pero no tan grande que impida el análisis en profundidad. Para estimar y evaluar el tamaño de las muestras cualitativas se tiene en cuenta el criterio conceptual de la saturación. El concepto de saturación introducido por primera vez en el campo de la investigación por Glaser y Strauss (1967) se describe a menudo como el punto de la recogida y el análisis de datos en el que los nuevos datos entrantes producen poca o ninguna información nueva para abordar la cuestión de la investigación. Teniendo en cuenta los estudios realizados para determinar el número adecuado de entrevistas (Galvin, 2015; Guest, Namey & Chen, 2020), y las propias peculiaridades de nuestra investigación, hemos optado por el análisis de un total de 40 entrevistas realizadas entre los años 2015-2021.

Figura 9. Portales digitales seleccionados para conformar la muestra de estudio

Canal de estudio	Categoría	Entidad	Formato y web
“Aprendemos juntos”	Entidad bancaria / Medio de comunicación generalista	BBVA y el País	Formato audiovisual con transcripción íntegra https://aprendemosjuntos.elpais.com/archivo/
“Conversaciones”	Fundación cultural	Fundación Juan March	formato audiovisual https://www.march.es/es/madrid/conversaciones-fundacion
“Entrevistas”	Revista cultural de ARCE	Nueva Revista	formato textual y audiovisual https://www.nuevarevista.net/entrevistas/

Fuente: elaboración propia.

Se han recuperado de los portales digitales seleccionados para nuestro estudio. Según se apuntó en el marco teórico tres importantes canales de promoción y difusión de la Cultura son el periodismo cultural, las revistas culturales y las fundaciones culturales. Para que se encontraran representados estos tres cauces elegimos **la Fundación Juan March**, el proyecto **Aprendemos Juntos, del BBVA** y la revista cultural perteneciente a ARCE, **Nueva Revista**. Los dos primeros son lo suficientemente representativos como entes divulgadores de la cultura en España. En cuanto a Nueva Revista, de las publicaciones inscritas en la Asociación de Revistas Culturales de España (ARCE) nos pareció la más representativa por su antigüedad y alcance. Todos estos lugares conversan con personalidades relevantes del panorama cultural español, con los fines divulgativos, de fomento de la cultura y educativos.

Se hizo una selección intencional, teniendo en cuenta una proporción homogénea dentro de cada portal de estudio, no solo atendiendo al número de entrevistas sino a la extensión de estas conversaciones, que puede oscilar entre unas 4.000 palabras en Nueva Revista, y las más de 13.000 de las conversaciones de Juan March; y para cada portal también se tuvo en cuenta: la variedad de disciplinas y profesiones de los entrevistados, y la representación homogénea de sexos.

Por tanto, la presente investigación se centra en la selección y el análisis de las entrevistas difundidas por BBVA y el País, en su proyecto “Aprendemos juntos” (10); en las entrevistas realizadas por la Fundación Juan March, en un formato denominado “Conversaciones” (10); y en la sección “entrevistas” de la revista cultural Nueva Revista (20). En total, un corpus de 280.610 palabras. Y se completa con el análisis retórico-semiótico de los portales webs por donde se acceden a estas entrevistas.

Figura 10. Selección de entrevistados

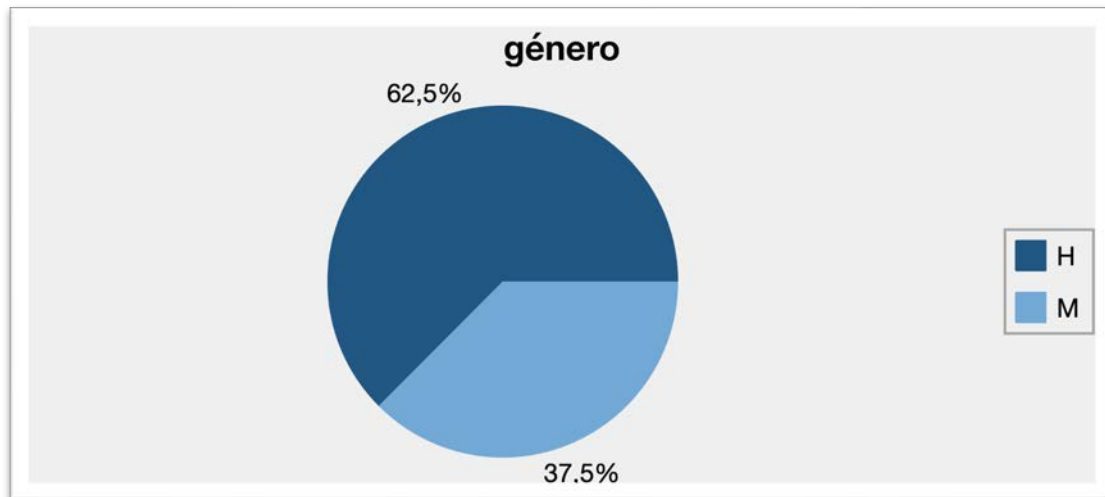
Nombre	Estudios / Profesión
Rosa María Calaf	Lcda. en Derecho y Periodismo y Máster en Instituciones Europeas, periodista
Rosa Montero	Lcda. en periodismo, estudios de psicología, Escritora y periodista
Soledad Becerril	Lcda. Filosofía y letras, Política y profesora universitaria
Adela Cortina	Catedrática de Ética, Filósofa y profesora universitaria
Lorenzo Silva	Licenciado en Derecho, escritor
Luis Homar	Estudios primarios, Actor y director teatral
Santos Juliá	Doctor en Ciencias Políticas y Sociología, catedrático de Historia Social y del Pensamiento, Historiador y profesor universitario
Carlos López-Otín	Catedrático de bioquímica científico, Científico y profesor universitario
Roman Gubern	Catedrático emérito de Comunicación Audiovisual, escritor, Historiador de Cine
Amancio Prada	Estudios de sociología y música, Compositor y cantautor
Nerea Blanco	Licenciada en filosofía, Escritora, divulgadora
Carlos García Gual	Catedrático de filología griega, Profesor universitario, escritor
Marian Rojas-Estapé	Licenciada en Medicina, psiquiatra
María Martínón Torres	Doctora en medicina y cirugía, máster en Antropología Forense y en Orígenes Humanos, Directora del Centro Nacional de Investigación sobre la Evolución Humana (CENIEH) y profesora universitaria

Anna Manso	Imagen y sonido, Máster de escritura de guion cinematográfico y de televisión, Guionista, escritora de literatura infantil y juvenil
Ramón Gener	Licenciado en Humanidades y en Ciencias Empresariales. Estudios de música, Músico y escritor
Mara Dierssen	Licenciada en medicina y doctora en neurobiología, investigadora, profesora universitaria y divulgadora científica
Sonia Fernández-Vidal	Doctora en física, Profesora, investigadora, divulgadora
Irene Vallejo	Doctora en Filología-clásica, escritora
Carl Honoré	Licenciado en historia e italiano, periodista
Miguel Ángel Garrido	Licenciado en Filología románica catedrático de Gramática General y Crítica Literaria, Profesor universitario, investigador CSIC
Luis Moreno Fernández	Licenciado en Ciencias de la Información, Doctor en Ciencias Sociales, Profesor del CSIC investigador
Miguel Herrero de Jáuregui	Doctor en Clásicas y en H ^a de las Religiones, profesor universitario
Gabriel Tortella Casares	Doctor en Derecho Catedrático Emérito de Historia Económica, Profesor universitario
Emilio Lora-Tamayo	Doctor en Físicas y catedrático de Electrónica, Profesor universitario, rector de la UIMP
Eduardo Maura	Doctor en Filosofía, diputado, portavoz de Cultura de UP
Elvira Roca	Doctora en Filología clásica, Escritora, profesora de enseñanza secundaria
Enrique Rojas	Doctor en Medicina, Catedrático de psiquiatría, psiquiatra
Carmen Posadas	Escritora
Ramón González Ferriz	Ensayista y periodista
Javier Gomá	Lcdo. en Filología Clásica y en Derecho, doctor en Filosofía, Director de Fundación JM, ensayista
Rémi Brague	Catedrático de Filosofía, Profesor universitario, presidente asociación
Vanessa Rousselot	Licenciada en Historias, cineasta
Emilio del Río	Doctor F. Clásica, Profesor universitario, director general de la Dirección General de Bibliotecas, Archivos y Museos del Ayuntamiento de Madrid
Avelino Corma	Doctor en Química, Profesor universitario, Premio Príncipe de Asturias
Antonio Argandoña	Catedrático economía y ética, Profesor universitario, director sección IESE
Eduardo Fernández	Doctor en Filología Clásica, Profesor universitario e investigador
Iñigo Méndez de Vigo	Lcdo. en Derecho, Jurista/ Ministro de Educación
Miguel Herrero de Miñón	Doctor en derecho, filosofía, político
Alejandro Llano	Catedrático filosofía, Filósofo, profesor universitario

Fuente: elaboración propia

El 62,5% de la muestra son hombres y el 37,5% mujeres. Hay que decir que, así como en los portales del BBVA y Juan March no ha habido ninguna dificultad para elegir una proporción similar de ambos sexos, en Nueva Revista no ha sido posible por el escaso número de mujeres entrevistadas en este medio.

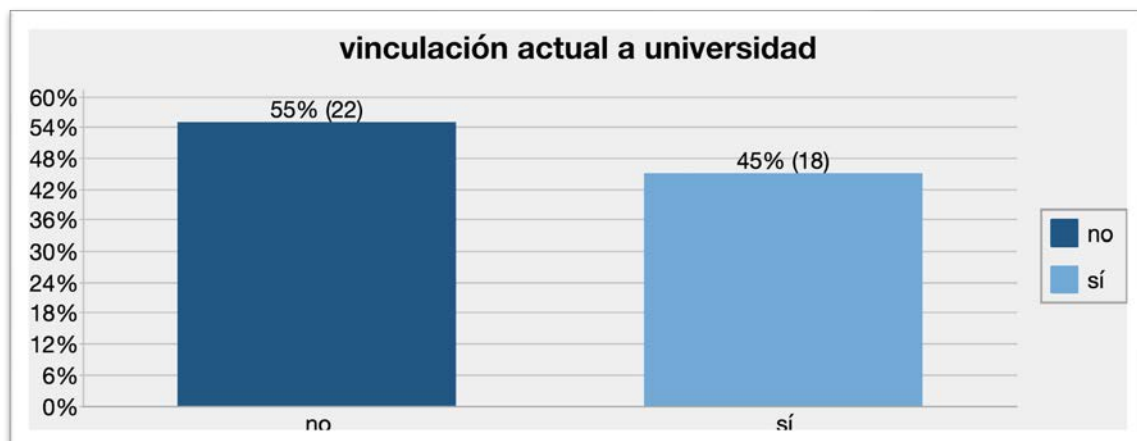
Figura 11. Porcentaje del género de la muestra de estudio



Fuente: elaboración propia.

Con el fin de delimitar el concepto y alcance del humanista actual nos parece interesante reseñar también quiénes de estos personajes cuentan con alguna vinculación a la institución universitaria. Así, el 45% de los profesionales entrevistados se encontraban vinculados a la universidad de forma total o parcial en el momento que realizaron la entrevista, frente al 55% que no lo estaban.

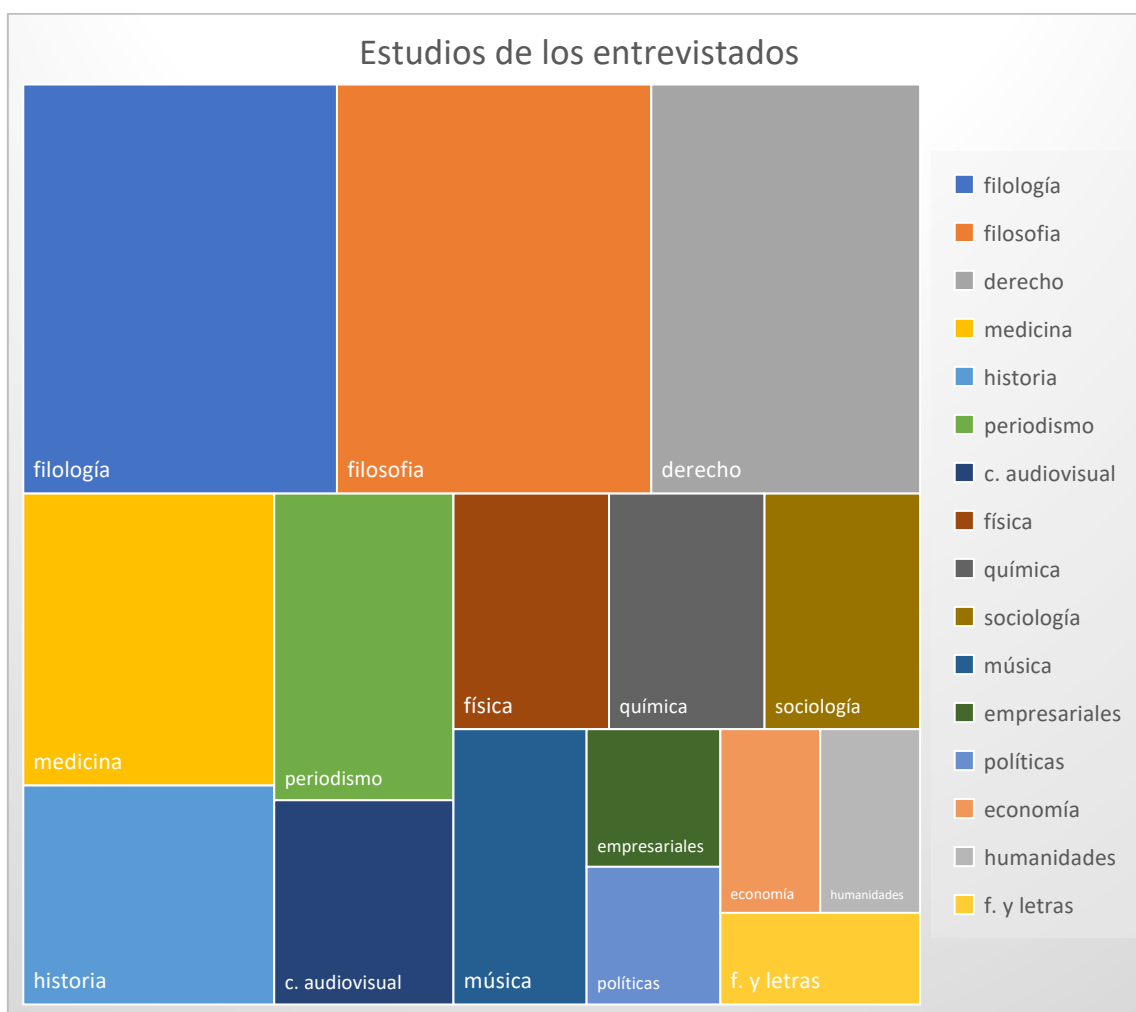
Figura 12. Porcentaje de la muestra con vinculación actual o no a la universidad



Fuente: elaboración propia.

En cuanto al campo de estudios de los entrevistados, en el siguiente gráfico mostramos la disciplina de sus estudios de licenciatura o doctorado. De esta forma, y siguiendo la distribución de campos que realiza la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), el grueso de entrevistados, un 45%, provienen de las Humanidades y Artes, seguido de las Ciencias Sociales, que representan un 35% del total; y un 20% corresponde, por partes iguales, a estudiosos de Ciencias o de Ciencias de la Salud.

Figura 13. Estudios realizados por los componentes de la muestra



Fuente: elaboración propia.

Finalmente señalamos que la variedad atañe también a las posiciones ideológicas pues entre el elenco de entrevistados se encuentran personas que se han declarado

públicamente creyentes y los que se han declarado ateos o agnósticos; también hallamos personalidades vinculadas a partidos de diferentes tendencias.

3.4.3.2. Fases analíticas

Una vez planificada la investigación tal y como se ha descrito anteriormente se desarrollan las siguientes fases analíticas:

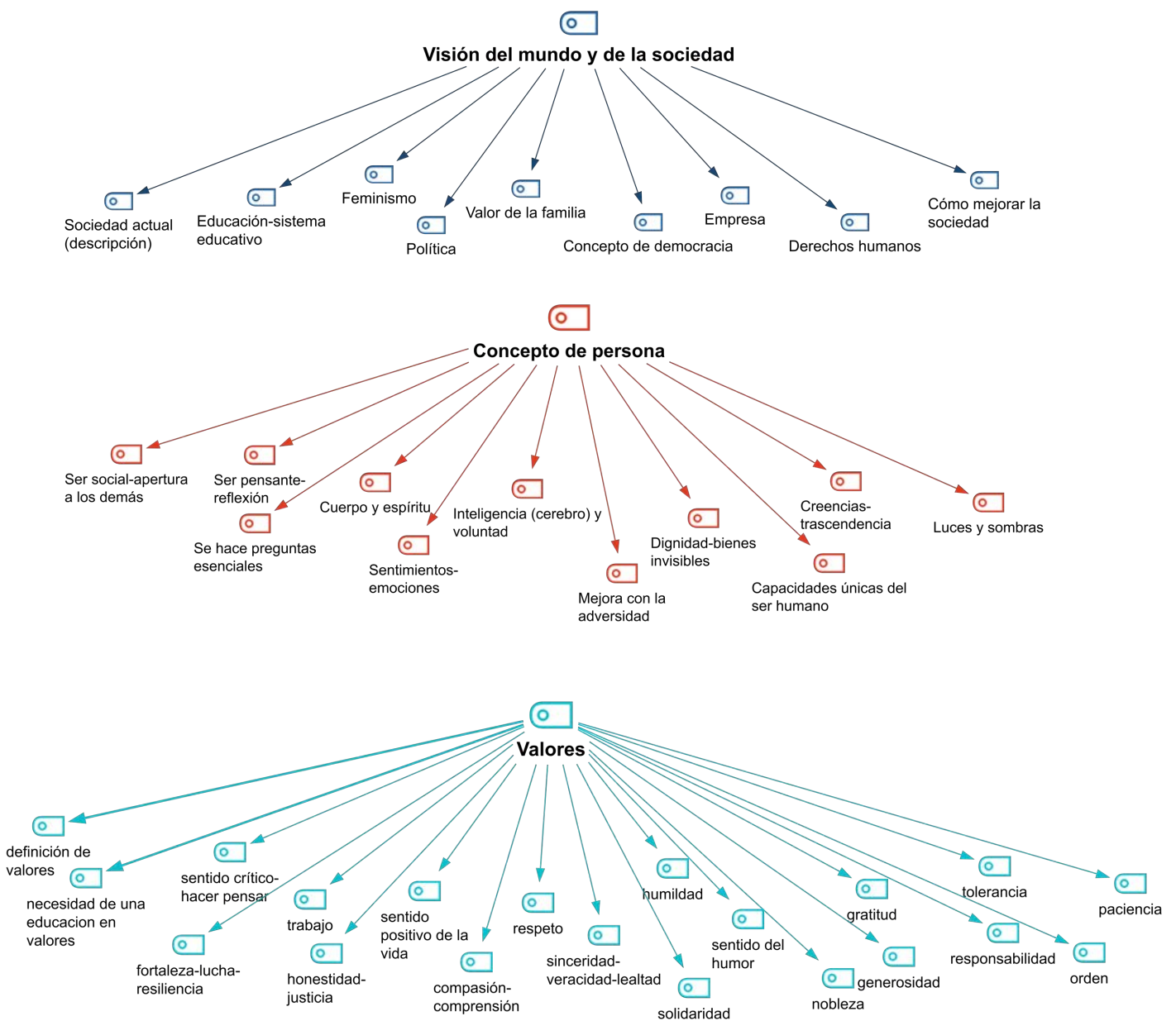
- Fase de desarrollo: desarrollo y definición de sistemas de categorías
- Fase de prueba: prueba de codificación, entreno y acuerdo de los codificadores
- Fase de codificación: codificación de datos
- Fase de análisis: frecuencia de codificación

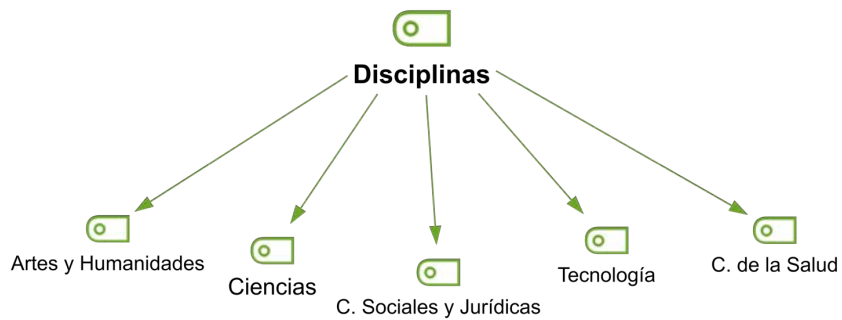
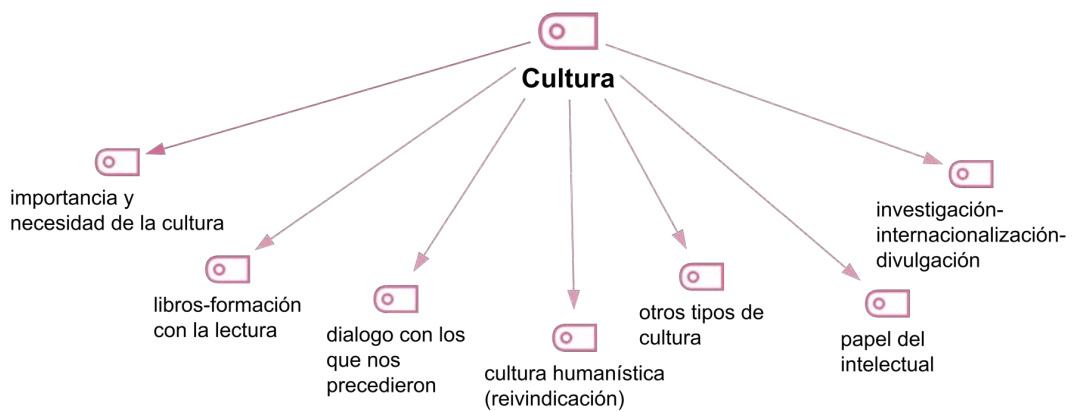
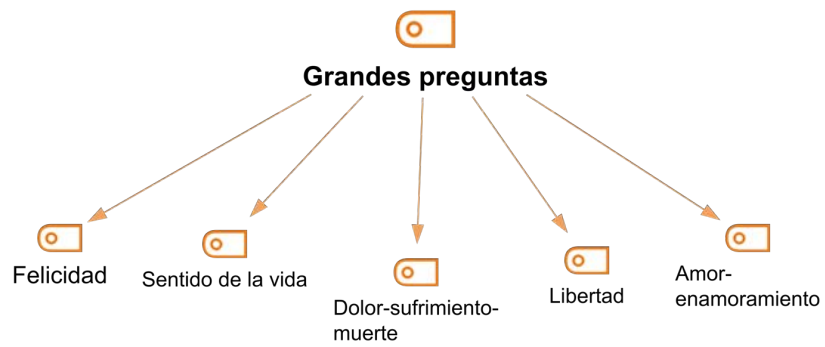
Cada entrevista fue transcrita para identificar las categorías e identificadores que nos interesaban con relación a las preguntas de investigación. La transcripción literal del contenido de esas entrevistas ha constituido la unidad de muestreo. Se prepara así un análisis multimodal, de un contenido que se transmite a través de la imagen, el texto, el sonido, la interacción, y de su contexto. Se estableció un esquema de codificación (Strauss & Corbin, 2002). Los temas generales en el esquema de codificación parten de los conceptos barajados en el marco conceptual, y se clasificaron en: concepto de persona y sus valores; la visión del mundo y de la sociedad como respuesta a las grandes preguntas del ser humano sobre su vida personal y su relación con los demás; el concepto de Cultura en sus diversas acepciones, y la mirada a la Cultura clásica, esto es, la cultura grecorromana. Una vez iniciada la codificación se matizaron los anteriores conceptos añadiendo subcategorías; también pareció interesante reparar en los referentes de cada entrevistado, esto es, en las citas a las que acude para explicar o apuntalar su pensamiento.

Para realizar el proceso de análisis e interpretación de los datos, nos hemos servido de programa de análisis cualitativo Maxqda en sus últimas versiones. Este soporte es una herramienta útil para operaciones en el nivel organizativo, textual y conceptual del análisis. Se prepararon los documentos primarios con transcripción de las entrevistas; se creó la unidad hermenéutica y se realizó el trabajo textual de codificación. Se fueron realizando modificaciones al esquema de codificación siempre que se vio necesario y se ejecutó otra ronda de codificación para aplicar las modificaciones de manera consistente a todas las transcripciones. Además del primer investigador, se asignó un segundo

codificador para codificar una submuestra de transcripción (10% de las transcripciones), con el fin de controlar la confiabilidad de la codificación mediante el cálculo de una confiabilidad entre codificadores. Se logró un valor kappa de Cohen de 0,82, lo que indica un buen acuerdo entre los codificadores. Finalmente se establecieron relaciones y redes que condujeron a la elaboración del informe final o trabajo conceptual.

A continuación, ofrecemos el resumen de la codificación con el primer nivel de subcódigo:





Citas y referentes

**Referencias antigüedad clásica:
Grecia y Roma**

Finalmente mostramos una nube de palabras generada con los códigos de la investigación.

Figura 14. Nube de códigos de la investigación



Fuente: elaboración propia a partir de MaxDictio.

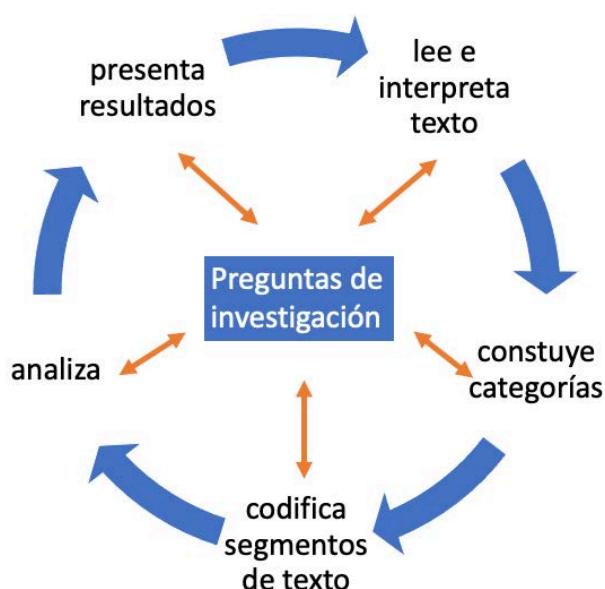
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

4.1. Análisis de Discurso

Recordamos que el proceso de nuestro análisis ha seguido los pasos descritos por Kuckartz (2014) tal y como se refleja en la figura 15. A partir de nuestras preguntas de investigación se ha leído e interpretado el texto, se han construido las categorías de análisis, se han codificado con ellas los segmentos del texto y se han analizado, pudiendo así presentar los resultados.

Figura 15. Preguntas de investigación

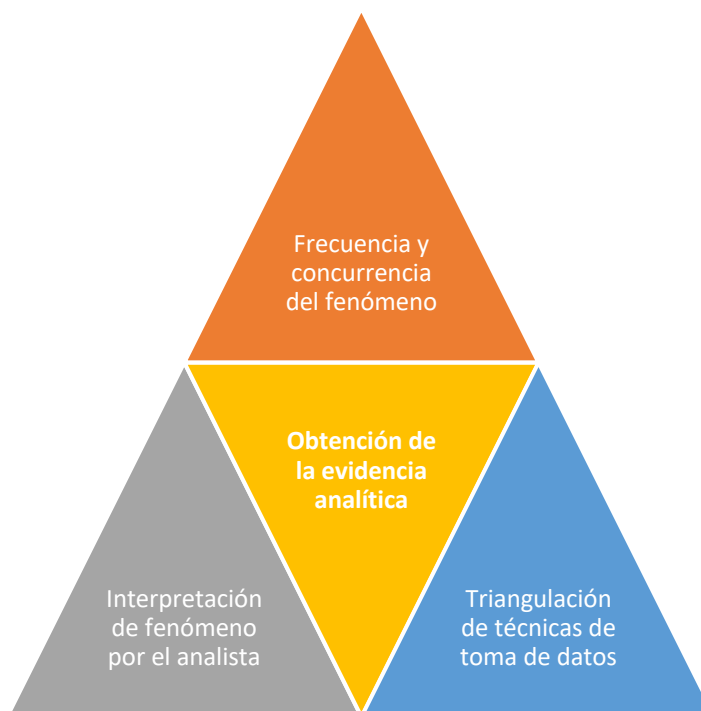


Fuente: elaboración propia a partir de Kuckartz (2014).

Para la obtención de resultados, previamente se configuraron las tácticas analíticas que se siguieron para llegar a ellos y para confirmarlos (Miles y Huberman, 1994). Estas tácticas describen la conveniencia de obtener la frecuencia y concurrencia del fenómeno, la interpretación del analista en forma de memos⁴ o comentarios, y la triangulación de esos resultados según el siguiente esquema.

⁴ Un memo es un vocablo utilizado en el análisis cualitativo que se refiere a las notas con las que el investigador elabora, desarrolla y organiza las ideas o aspectos más significativos del análisis que realiza a partir de los datos.

Figura 16. Triangulación interpretativa de las evidencias



Fuente: elaboración propia a partir de Miles y Huberman, 1994.

Además de la frecuencia y consistencia de las cualidades esenciales, se ha considerado también la concurrencia, esto es, la comprensión de con qué indicadores concurre cada categoría analizada. De esta forma, la obtención de resultado es más relevante. Esta cuantificación se ha llevado a cabo en un primer lugar con las herramientas de MaxDictio, y principalmente con la herramienta de Maxqda, Estadística de los subcódigos. A continuación, se han elaborado los diagramas para entender los resultados.

Otra táctica empleada en nuestro análisis ha sido la observación de las relaciones entre las variables o categorías. Una vez que se tuvo claridad sobre las variables que intervienen en el discurso analizado, nos hemos preguntado cuál es la relación entre ellas, qué interacciones se perciben. En esta ocasión, utilizamos la herramienta MaxMapas y la visualización de relaciones de códigos que cruza códigos con códigos. Las líneas discontinuas que aparecen en los mapas reflejan la concurrencia.

En resumen, en la descripción de nuestros resultados, partimos de la visualización y representación de los principales temas que tratan estas entrevistas. A partir de ahí analizamos e interpretamos el resultado de cada categoría: la visión del mundo y de la sociedad, el concepto de persona; las grandes preguntas del ser humano; el concepto de Cultura, los principales valores que se describen, las disciplinas, y la mirada a la Cultura clásica o referencias grecorromanas.

4.1.1. Principales temáticas de las entrevistas

La nube de palabras originada con los principales conceptos tratados en cada entrevista nos expone a simple vista que los entrevistados hablan del **mundo** de hoy, en un **momento** determinado, en el contexto en el que nos encontramos, **España**; dialogan sobre la **vida** de la **gente**, de las **personas** –en particular con referencias a la **mujer**– en una **sociedad** organizada por la **política**, inmersa en una determinada **cultura** que se forja y se asienta en los **libros**, y donde perviven **valores** concretos; cultura que se plasma y especifica en saberes, encabezados por la **filosofía**.

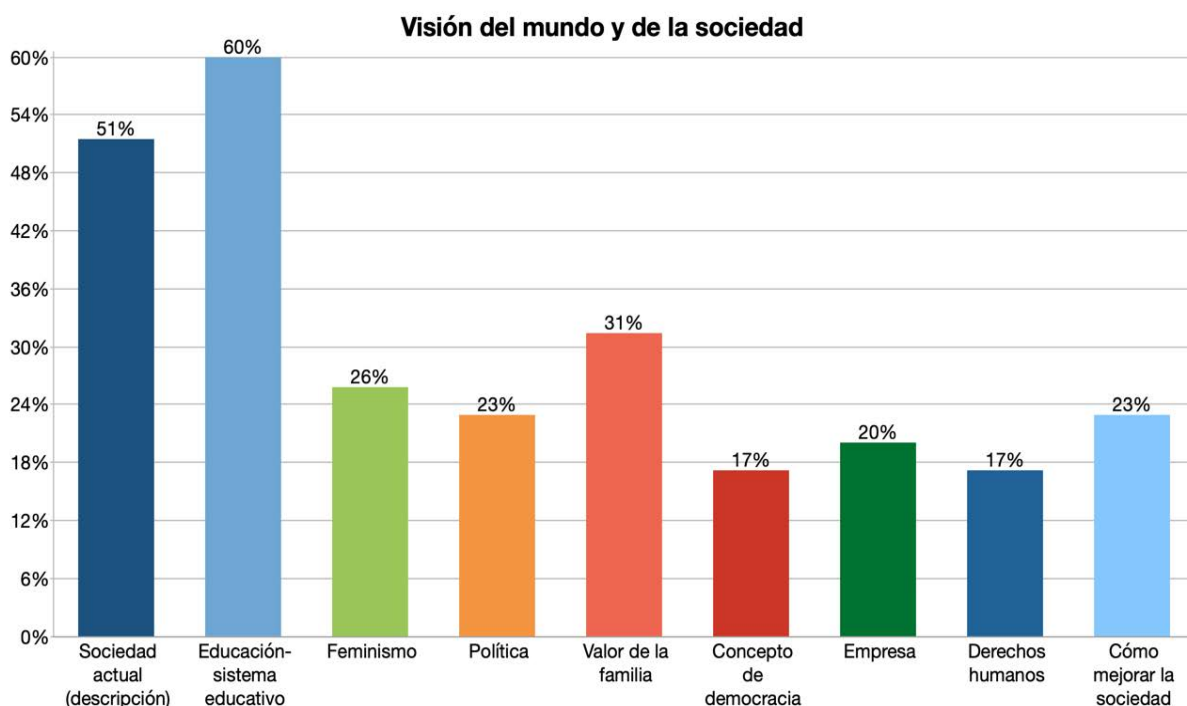
Figura 17. Nube de palabras con los principales temas de las entrevistas



Fuente: elaboración propia a partir de MaxDictio.

4.1.2. Visión del mundo y de la sociedad

Figura 18. Subcódigos de la categoría visión del mundo y de la sociedad



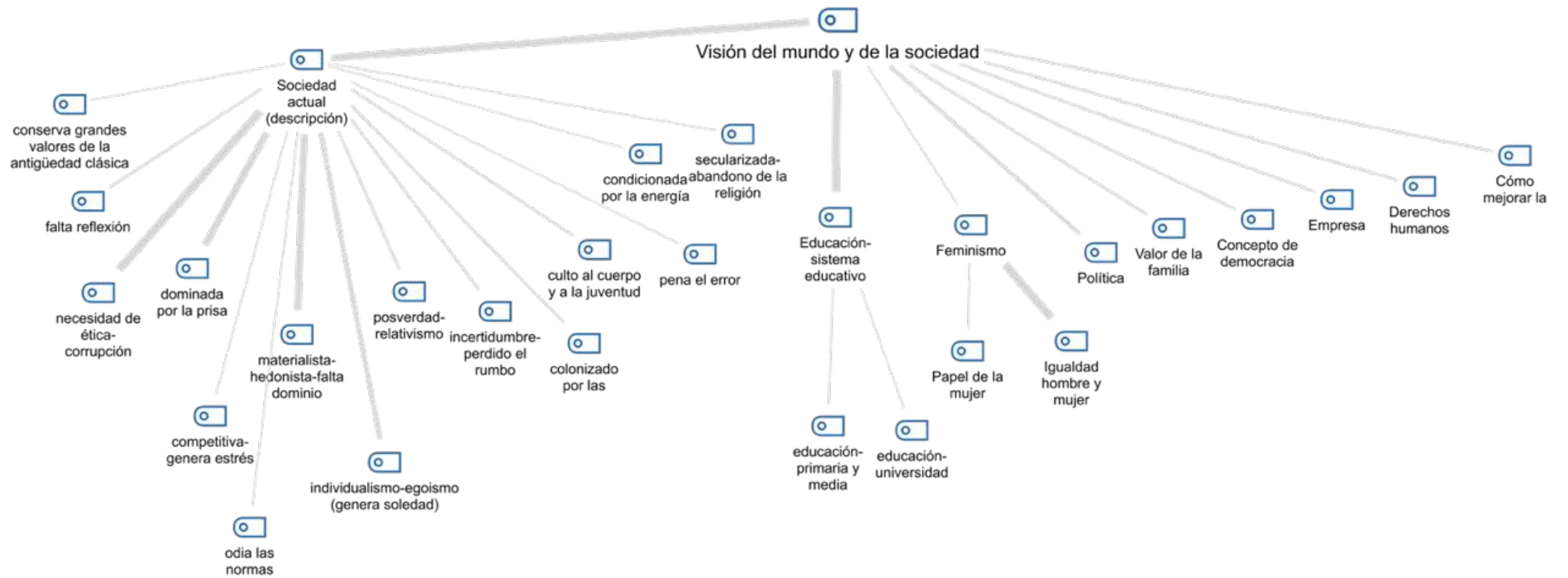
Fuente: elaboración propia a partir de Maxqda.

Los subcódigos de esta categoría han contemplado, en primer lugar, la descripción directa que hacen los entrevistados de la sociedad actual. A continuación, las concreciones de su visión del mundo y de esta sociedad: la educación y las particularidades del sistema educativo, el feminismo, la política, el valor de la familia, el concepto de democracia, la empresa y los derechos humanos. Finalmente se recogen las propuestas concretas de cómo mejorar la sociedad.

Los resultados reflejan un dato crucial: en el análisis sobre la sociedad actual, la reflexión del 60% de los entrevistados gira en torno a la importancia de la educación y del sistema educativo, un porcentaje incluso superior al de la descripción de la sociedad en sí misma, que supone una referencia del 50% de las personalidades.

La tercera de las referencias más subrayadas es la relativa al valor de la familia, comentado por el 31% de ellos. Le siguen el feminismo (26% de los datos), la política (23%), las propuestas sobre cómo mejorar la sociedad (23%), la visión de la empresa (20%) y las referencias a la democracia y los derechos humanos (17%).

Figura 19. Mapa de códigos Visión del mundo y la sociedad

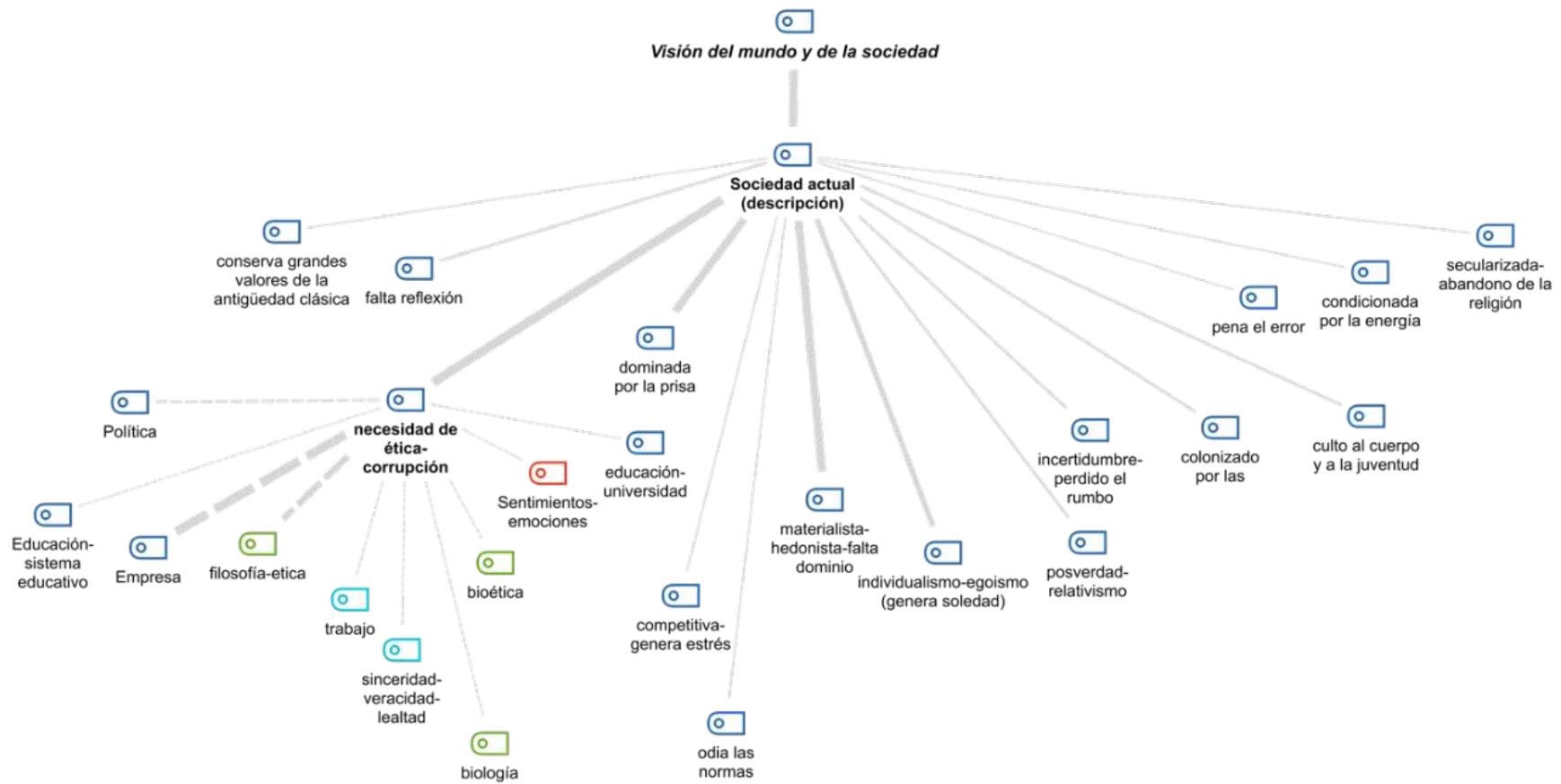


Fuente: elaboración propia a partir de Maxqda 2022.

Los resultados que se ofrecen sobre la visión del mundo y la sociedad comportan la descripción de la sociedad actual, lo que a su vez implica reconocer, entre sus características, la conservación de valores de la Antigüedad clásica, pero también características que comprenden rasgos eminentemente negativos: se describe una sociedad dominada por la prisa, lo que impide cualquier tipo de reflexión. Es una sociedad competitiva, lo que genera estrés, donde la gente se muestra egoísta y el talante es básicamente individualista. Los resultados subrayan una necesidad de ética en una sociedad marcada por el relativismo y donde se produce un rechazo frontal a las normas.

La visión del mundo y la sociedad también tiene en cuenta el ámbito educativo, tanto en lo referente a la educación primaria como la universitaria. Aunque en menor medida, esa descripción también tiene en cuenta otros factores como el feminismo, la política, el valor de la familia, el concepto de democracia, la visión de la empresa, los derechos humanos y el ideario para mejorar la sociedad.

Figura 20. Mapa de códigos de la descripción de la sociedad actual: necesidad de ética ante la corrupción y su concurrencia con otras variables



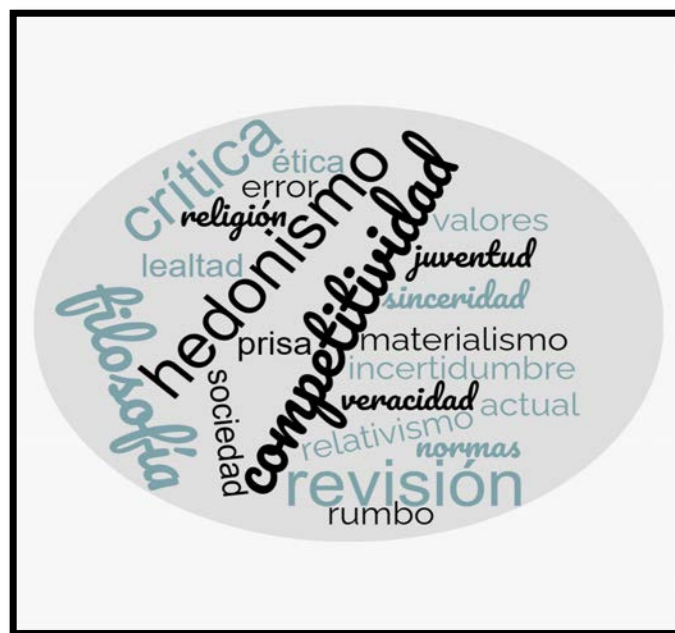
Fuente: elaboración propia a partir de Maxqda.

4.1.2.1. Descripción de la sociedad actual

La descripción de la sociedad actual presenta también puntos de interés como la concepción y el papel de la filosofía en la sociedad; la revisión de valores, como la sinceridad, la veracidad o la lealtad; la crítica de la corrupción y la demanda de códigos éticos, aplicables a ámbitos como la bioética; la presencia de la incertidumbre y la presencia de la religión; el culto a la juventud; la penalización del error o su carácter competitivo. Esta descripción es abordada por el 50% de los entrevistados, que se detienen en exponer cómo ven la sociedad.

Los rasgos que encontramos en esta descripción son principalmente negativos. Sobresalen dos: la necesidad de ética ante la corrupción generalizada y la calificación de la sociedad como materialista y hedonista, que se traduce en una marcada falta de dominio personal ante las realidades materiales. Le siguen: una sociedad dominada por la prisa, individualista y egoísta, características que generan soledad; falta de reflexión; sociedad que es competitiva, con el consiguiente estrés; odio a las normas; una sociedad secularizada y que ha abandonado la religión; dominada por la energía; y una sociedad de la posverdad o relativista, regida por la incertidumbre y caracterizada por haber perdido el rumbo. Como rasgo positivo se destaca que en nuestra sociedad actual se conservan aún los grandes valores de la antigüedad clásica.

Figura 21. Los rasgos de la sociedad actual



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del estudio.

4.1.2.2. Crítica del modelo social

El análisis de los resultados refleja, como se ha apuntado más arriba, una visión negativa de la sociedad, lo que conlleva una crítica expresa a la misma que se fundamenta en cuestiones como la falta de honestidad y la falta de moralidad en el ejercicio profesional o político. Uno de los ejemplos mencionados al respecto refiere a los denominados “enchufismos”, lo que significa que la corrupción no tiene por qué darse en situaciones de hurto, sino que las conocidas recomendaciones en los empleos o el ejercicio que trampea los concursos o las oportunidades deterioran los derechos y los valores sociales.

Las reflexiones subrayan que lo que diferencia al ser humano en la sociedad actual y lo que ha cambiado en su forma de relacionarse en un contexto diverso, tiene que ver con los valores: si bien la inteligencia y la capacidad de aprehender o de resolver que tiene el ser humano es la misma que en etapas históricas previa, la diferencia reside en que el hombre de hoy carece de ánimo y su generosidad, su capacidad de dar, o la inquietud de buscar respuestas y de asemejarse a los filósofos, es mucho menor que en la Antigüedad. Pensar no está valorado y lo que se piensa tampoco. Es la sociedad la que impide la reflexión. Se detecta cierto desinterés por quienes pueden considerarse los “pensadores” de la sociedad.

La falta de interés por el pensamiento, por el silencio, pone de manifiesto una carencia en la atención y en la lectura, dado que ésta reclama tiempo y detenimiento. Se trata, por tanto, de un déficit moral y de un déficit en el aprendizaje, porque el hombre ha perdido la capacidad de detenerse en la lectura. Esto repercute, por tanto, en la pérdida de vocabulario y va en detrimento del enriquecimiento de la lengua y de la Cultura. Se advierte un mundo obsesionado con la reacción, con la rapidez, con la conectividad. Se apunta a la colonización de las pantallas, lo que interfiere en la salud del hombre, que se ve afectada por altas dosis de cortisol cuando se encuentra sin capacidad para relajarse.

La sociedad actual presenta una clara falta de religiosidad. Se subraya de forma explícita que no hay religión, pero sí hay sucedáneos, es decir, una serie de nuevas creencias que, a menudo, no vienen a sostenerse ni a argumentarse, ni se explican tampoco con la que se ha venido concibiendo como fe en las religiones reconocidas.

La descripción de la sociedad remarca también el relativismo, pero la capacidad de relativizar las cosas puede conducir a rebajar los valores y el sentido de la ética, lo que puede afectar seriamente al ser humano y sus relaciones sociales. Esto provoca que la época presente sea conocida como la de la posverdad o posmodernidad, es decir, asociada al relativismo absoluto. Se cataloga como modernidad líquida, es decir, de un tiempo marcado por un cierto vacío.

También ha cambiado el modo en que se siente el ser humano frente a la sociedad y esto constituye parte de su crítica. Rechaza el compendio de normas sociales que no comparte ni puede modificar; desaprueba que se penalice el error y observa el perjuicio del sentimiento de prisa, de un tipo de vida social en la que no es capaz de ralentizar los ritmos. Se observa el boceto de una sociedad en la que el ser humano se siente acelerado, condicionado por la sociedad, insatisfecho, sin rumbo, así como descontento con la corrupción social y crítico con la falta de valores. Se cuestiona también la sociedad pluralista.

Ilustración 15. Captura de pantalla de la entrevista a Rémi Brague.



Fuente: Nueva Revista.

Los entrevistados consideran que existe una crisis ética. En efecto, señalan que las recientes crisis económicas no solo han sido críticas por la gravedad de la situación económica, sino por lo que trasciende en términos de moralidad. Esta sociedad que se esconde detrás de las cifras sufre una crisis ética que no se ha reconocido ni advertido y es esto es, precisamente, lo que acentúa el riesgo de que se produzcan repeticiones de

estás circunstancias. En el plano económico, el análisis de la situación refleja ciertas dificultades económicas para familias que no llegan a final de mes o cuya situación financiera es más complicada. El bienestar social no es, por tanto, generalizado.

4.1.2.3. El reflejo social en la educación

Se critica que no es la sociedad de la generación más brillante, sino la de los niños en los que más dinero se invierte sin que ello suponga que obtienen mejores resultados. No se ve a niños atletas sino casos de obesidad porque es la sociedad de la comida rápida. Se advierte de una pérdida de la curiosidad intelectual y de la búsqueda de la verdad.

4.1.2.4. La pérdida de valores

La sociedad se caracteriza también por la pérdida de valores, lo que viene a relacionarse con cuanto explica la pérdida de rumbo de la sociedad. Se critica que el hombre haya perdido la perspectiva y solo repare en buscar placeres inmediatos, como los que ofrece un masaje, un viaje, o una nueva compra. Se vive en la sociedad de los encuentros rápidos, de la satisfacción rápida. Este modelo social acentúa el sentimiento de soledad. En este orden de valores, se critica que el ser humano desprecie la vejez y cultive la juventud.

En este sentido, se reconoce un modelo social donde las relaciones personales han perdido profundidad: las personas conectan, pero no se entregan. Asimismo, el trabajo se ha convertido en un valor prioritario: se considera que se mata el tiempo libre y se exigen más horas de trabajo, lo que se relaciona con el modo en que se relega al pobre y se prima lo material. Se trabaja más porque tratamos con el mundo del consumo. Esta alteración de los valores implica que se produce cierto desinterés en otros ámbitos como la lectura, mientras que gana peso la imagen, razón que sostiene la aparición de nuevas formas de narcisismo.

La crítica se extiende al propio reconocimiento social, que se le da únicamente a quien obtiene un buen trabajo, un buen coche o un compendio de cosas materiales. Se describe una sociedad materialista donde triunfar significa tener estas propiedades, pero se deprecia que el triunfo sea conseguir que el mundo sea mejor. Esta escala de valores explica la pérdida del sentido de la vida, porque se aparta de lo que da significado a la

vida del ser humano: esa posibilidad –en palabras de Luis Homar– “de abrirnos a lo esencial, a los valores esenciales de la vida”.

Según Carlos García Gual, “es un empobrecimiento de la vida el reducirla a lo cotidiano y al mundo de lo audiovisual y del consumo”. Hay una pérdida de valores que ya estaban en el mundo griego: la hospitalidad, el amor al otro, la democracia y el amor a la libertad. Para este entrevistado, muchos de esos valores siguen siendo los nuestros, puesto que seguimos apreciando nuestro amor a la libertad, nuestro amor a la democracia y nuestro amor al saber. Además, “la filantropía, esa apertura hacia los otros, que luego el cristianismo llamará caridad u otras cosas, eso ya está en el mundo griego. Y creo que eso lo conservamos”. Este testimonio aporta otra visión de la sociedad, puesto que reconoce en ella los valores que ya estaban en el mundo clásico.

4.1.2.5. La persona frente al entorno social

El hombre se siente presionado por el entorno social, que parece empujarle a tener que hacerlo todo perfecto, lo que acentúa su sentimiento de angustia frente a la propia existencia y autoexigencia. Del mismo modo, se señala la dificultad para gestionar su tiempo social: el ser humano no sabe cómo desconectar respecto a su actividad profesional, así como tampoco puede disfrutar plenamente de otros momentos de la vida. Este planteamiento concluye en una reflexión clara sobre su necesidad de desacelerar, puesto que se deduce que el hombre va corriendo por la vida en lugar de vivirla; se plantea incluso la necesidad de un “shock”, de un suceso que le haga consciente de su dificultad para frenar.

El entorno es tan competitivo, que somete constantemente a las personas a situaciones de estrés, lo que se traduce, de forma crónica, en un incremento de la psicopatología. Por consiguiente, el estrés propio conlleva la imposibilidad de prestar atención a las preocupaciones ajenas.

4.1.2.6. La mejora de la sociedad

El análisis de la sociedad pone en valor del conocimiento como motor de la civilización y reconoce las bondades del Estado del bienestar. No obstante, los resultados apuntan que la mejora social pasaría por tomar medidas relativas al ritmo vital, condicionado por normas y por una estructura laboral que impide ralentizar y priorizar la calidad del tiempo en lugar de la cantidad. Al respecto, se alude a un movimiento ideológico,

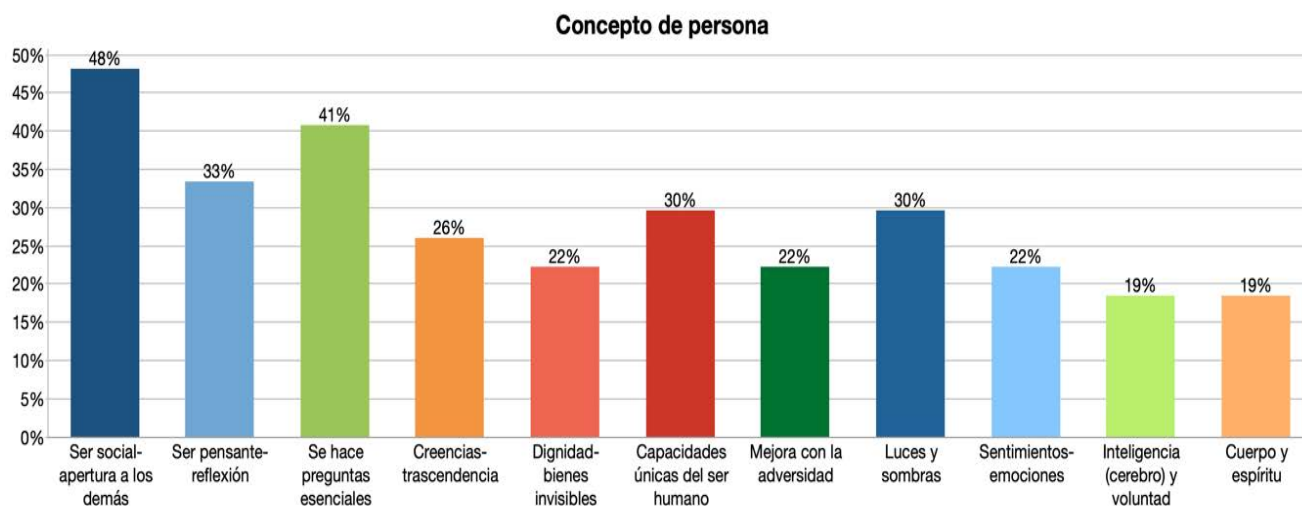
denominado *Slow*, que apuesta por mejorar la vivencia del ser humano en todas sus facetas (laboral, personal, familiar...).

Se considera que el recorrido histórico, en particular en lo referente a la Cultura, puede servir como inspiración para la construcción de la sociedad del futuro. Se reclama para ello el papel fundamental de la filosofía, clave para articular el pensamiento y las ideas, es decir, para construir otro modelo social.

Las respuestas identifican la mejora de tres pilares, que son la educación, la actuación frente al cambio climático y la sanidad pública. La sociedad reclama la comprensión de la Cultura y del patrimonio cultural como elementos fundamentales para la cohesión y la convivencia en la sociedad y en las reflexiones trasciende el deseo de una sociedad más justa y equilibrada, donde la ciencia esté comprometida con la veracidad, permita el avance y el conocimiento y mejore el mundo.

4.1.3. Concepto de persona

Figura 22. Subcódigos de la categoría concepto de persona

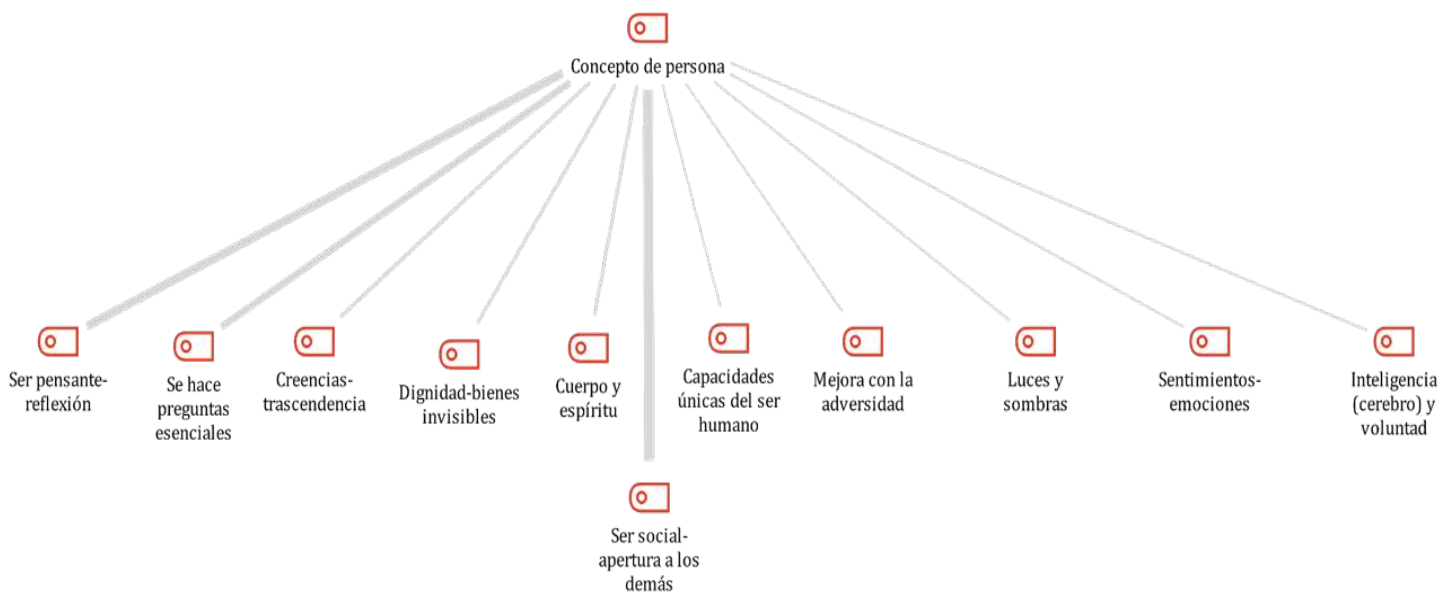


Fuente: elaboración propia a partir de Maxqda.

El estudio ofrece un análisis expreso del concepto de persona, que presenta la visión del ser humano en el siglo XXI. El hombre se caracteriza como un ser social, con una facilidad manifiesta para abrirse a los demás. Es esta la característica más subrayada, dado que la destaca el 48% de los entrevistados.

La segunda cualidad más mencionada es su capacidad para hacerse preguntas esenciales, lo que constituye el 41% de los datos. Le sigue, en relación con su carácter reflexivo, su condición como ser pensante, mencionado en el 33% de los casos. Se alude también a lo que diferencia al ser humano de otras especies, es decir, lo que reconocemos como capacidades únicas de la persona (30%) y cuanto da significado a su experiencia vital, es decir, las luces y sombras que implica la propia vida (30%). Otras características de la condición humana serían las relativas a su trascendencia y creencias (26%), el valor de la dignidad (22%), su capacidad para emocionarse y sus sentimientos (22%). También se pone en valor su inteligencia (19%), así como la estrecha relación entre el cuerpo y la mente (19%).

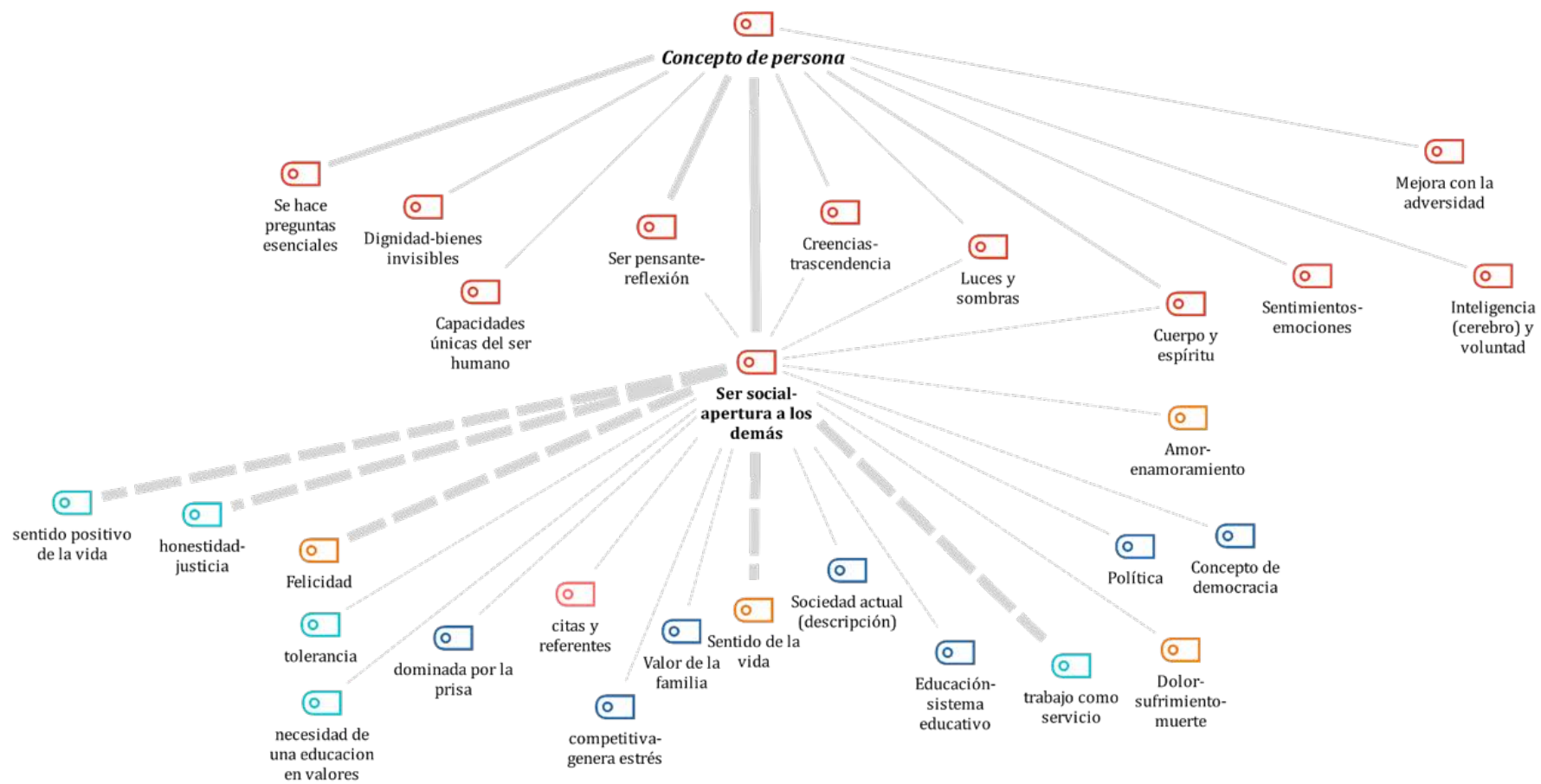
Figura 23. Mapa de códigos concepto de persona



Fuente: Elaboración propia a partir de Maxqda.

Los resultados ofrecidos reflejan que el concepto de persona viene a componerse gracias a los siguientes rasgos: el hombre es un ser pensante que se hace preguntas esenciales; capaz de trascender y descubrirse creyente; consciente de bienes invisibles y de la dicotomía del cuerpo y la mente; capaz de superarse frente a la adversidad y advertir las luces y sombras de la propia existencia; con una capacidad innata para relacionarse con los demás; capaz de sentir y reconocer sus emociones, así como de ver las cualidades únicas del ser humano; y poseedor de inteligencia y voluntad.

Figura 24. Mapa de códigos concepto de persona-ser social y concurrencia con otras subcategorías



Fuente: Elaboración propia a partir de Maxqda.

Entre los grandes rasgos definitorios del concepto de persona se encuentra su apertura a los demás, esto es, el ser social: es de esta cualidad humana de la que se desprenden, a su vez, conceptos y referencias como la felicidad; el sentido de la vida y la experiencia del dolor, el sufrimiento la muerte; y el amor o el enamoramiento. De este modo, contemplar el ser humano como ser social nos hace entender que esta cualidad es la que articula el propio significado que le da a la vida, su percepción de la felicidad y su capacidad de sentir el amor o el dolor. Y le da un sentido positivo a la vida, aún inmerso en una sociedad que considera competitiva y estresante, abrumadora por el ritmo y la prisa, aun cuando considera que el trabajo debería entenderse como un servicio y no como una norma odiosa. Su carácter social le hace vivir en sociedad y esto le supone conocer, participar y hacer crítica de la actividad política.

Ilustración 16. Captura de pantalla del portal Nueva Revista.



Fuente: Nueva Revista.

4.1.3.1. La capacidad de pensar y las cualidades “únicas” del ser humano

El ser humano se describe como un ser pensante, capaz de reflexionar y hacerse preguntas esenciales sobre su existencia, lo que le conduce a la trascendencia y le permite

definir sus creencias. Ahonda en las preguntas existenciales de la vida y trata de responder sin caer en el cientificismo, aunque capaz de servirse de las aportaciones que ofrece la ciencia; comprende, a la vez, la existencia de otras dimensiones y enfoques filosóficos. Identifica con claridad el papel de la filosofía y su utilidad, pero también el desinterés que puede llegar a suscitar en la sociedad de hoy. En cualquier caso, ya no solo se habla del campo de la teología o de la filosofía como puntales para el abordaje de las cuestiones más trascendentes, se pone en valor poder comprender la vida, comprender la muerte y afrontarla con dignidad; esto explica, en cierta medida, la relevancia que actualmente están adquiriendo otras disciplinas como la biología. Se prioriza lo práctico, lo que resta interés al campo humanístico, exigiéndole, por tanto, mayores esfuerzos pedagógicos. La sociedad no aprecia la labor de los filósofos, pero sí se advierte en ellos la posibilidad de descubrir qué preguntas trascendentes no han sido respondidas.

Se contempla, del mismo modo, el importante papel de la lectura en el diálogo que el hombre mantiene consigo mismo. Los libros son capaces de interpelar al hombre, de hacerle pensar. La lectura conduce al pensamiento crítico: el ser humano no piensa lo que los demás quieren; piensa lo que él, en sí mismo, quiere. Esa capacidad de pensar es la que le ofrece al hombre, en su existencia, enormes e infinitas posibilidades. La capacidad de pensar contribuye a la capacidad de escoger.

Ilustración 17. Portadas de la edición impresa de Nueva Revista



Fuente: Nueva Revista.

Asimismo, el hombre se muestra consciente de que dispone de capacidades que considera únicas en el ser humano, así como aprecia la tenacidad y el afán de mejora frente a la adversidad, cuando asume lo que suponen las sombras de la vida. En este sentido, el hombre es capaz de reconocer que tiene voluntad y sentido común, que cuenta con inteligencia y que su ser no es solo cuerpo sino también espíritu.

Los resultados hacen referencia también a la capacidad del hombre de reconocer sus emociones y madurar en el amor, es decir, en las relaciones en las que, en el inicio, prima el sentimiento del enamoramiento. Además, el esfuerzo, la tenacidad y la disciplina se conciben como las fortalezas del hombre, lo que le ha llevado a alcanzar utopías y exaltar los logros que se han obtenido desde la Antigüedad Clásica. Al respecto, el estudio de la historia le proporciona importantes lecciones sobre cuál ha sido el comportamiento del ser humano.

La sociedad actual es capaz de darse cuenta de que los grandes interrogantes sobre la existencia del ser humano son los mismos que se han venido abordando a lo largo de la historia de la Humanidad. El estudio de la historia permite conocer cuáles han sido los avances e incluso los inventos reconocidos, de modo que el hombre avanza con constancia de los avances logrados. En este sentido, el estudio de las Humanidades permite al hombre entender de dónde venimos y a dónde vamos, por lo que resulta una disciplina clave para ayudar al hombre a dar respuesta a las grandes cuestiones existenciales.

4.1.3.2. La crítica social y los valores universales

Los resultados ponen de manifiesto una crítica expresa a la sociedad actual y la dificultad que este modelo social presenta al ser humano para detenerse a reflexionar. Se critica que sea la sociedad de la reacción, pero no de la reflexión. Se critica que se lea menos y se piense poco. La sociedad no permite que el hombre se quede en silencio y aborde cuáles son los lugares comunes, las grandes preguntas de la existencia. Se detecta, en el ámbito de la Cultura (que está hecha de palabras) cómo se han perdido el interés por la lectura, la riqueza de vocabulario y las posibilidades de creación del pensamiento, cuando es menor el número de palabras con las que cuenta el cerebro. El tiempo de lectura deja de ser un tiempopreciado, donde se minimiza la atención, lo que provoca

un empobrecimiento cultural. Se ha perdido la conciencia de que ser lector contribuye a pensar por uno mismo.

El hombre, como ser pensante, analiza el ritmo de vida que impone la sociedad, así como el modo en que normaliza la prisa y la incertidumbre. Esta situación empuja al hombre a buscar recursos para desacelerar, para disfrutar, para vivir consciente de lo que le rodea. La crítica de la velocidad se acompaña de la búsqueda de la lentitud, es decir, de la oportunidad de vivir una vida más plena, sostenida en valores universales. El hombre piensa en la felicidad, en el miedo a la muerte, en la despedida de las personas que ama. Así, entiende que la felicidad depende de la interpretación de la realidad y señala la alegría como un sentido vital.

El hombre percibe cierto desaliento en el progreso social y advierte de la pérdida de rumbo de la sociedad, absorbida, en ocasiones, por la pantalla y el mundo digital; no obstante, se apoya en los valores que hacen mejor al ser humano, los mismos que se han elogiado a lo largo de los tiempos. Se enaltece la fuerza de voluntad, subrayada como una cualidad más relevante que la propia inteligencia.

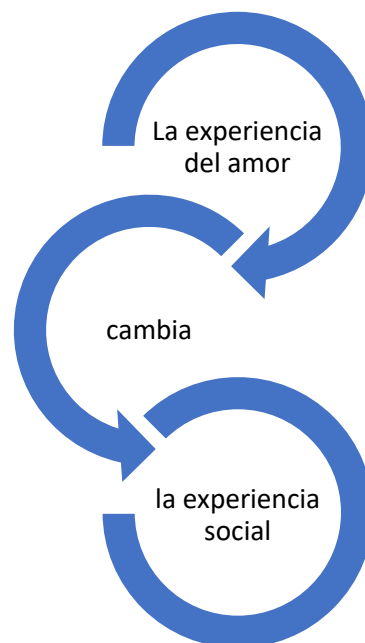
Esos valores, entendidos como universales, que han impregnado la historia, siguen constituyendo la base de las líneas maestras de cualquier proyecto de vida: el amor, el trabajo, la amistad, la trascendencia. Se valoran, además, la grandeza de ánimo, la valentía, la generosidad y la dignidad. La reflexión sobre los valores se convierte en un instrumento para discernir lo justo y lo injusto, para determinar lo necesario para vivir en una colectividad. Este ejercicio es el que concede valor al respeto y la ética. En lo referente a la trascendencia, el ser humano reflexiona sobre la necesidad de un norte o una guía y si éste puede ser la moral o refiere a una doctrina religiosa.

Asimismo, el amor se sigue contemplando como el principal antídoto al sufrimiento y frente al sentimiento de soledad que a menudo provoca la sociedad actual. Se busca el alimento del alma en medio de una sociedad movida por la prisa y por lo material. El amor sigue siendo el ingrediente esencial, lo que permite conectar con las personas y aliviar la soledad involuntaria. Esta concepción del amor marca la relevancia de las emociones y los sentimientos en la experiencia de vida del ser humano. El hombre repara, por tanto, en la importancia de las relaciones sociales y en la calidad del tiempo que emplea con las personas.

El hombre reflexiona sobre el sentido de la vida y en aquello que es capaz de sostenerle en momentos de sufrimiento. Se concluye así que el hombre puede ser feliz pese a estar sufriendo, porque es capaz de conectar con lo bueno que le sucede cada día: es capaz de apreciar la belleza, la educación, el amor y la ternura; también es capaz de comprender que el compendio de todo ello constituye la propia dignidad. La reflexión conduce a la condición efímera, el paso del tiempo, el modo en que la experiencia vivida demuestra cómo todo se transforma. Supone, en definitiva, pensar sobre el misterio que encierra la propia vida y el mundo.

La persona reconoce en sus sentimientos una mecha para encender el amor y eso es lo que le permite soportar la dureza de la vida. Ser social le hace humano. No obstante, como ser social, el hombre define la sociedad y la entiende como una suma de lo que es cada uno. En este plano, el hombre descubre que la experiencia del amor cambia la experiencia social.

Figura 25. Esquema del hombre como ser social



Fuente: elaboración propia.

Su condición como ser pensante le permite analizar el recorrido vital de la persona, lo que se aprende y cómo lo aprende, por lo que analiza y critica el modelo educativo. Este proceso le ha supuesto darle valor a la necesidad de explorar, comprender y aprender a pensar. Lo relevante no es solo la información, es la posibilidad de que los jóvenes

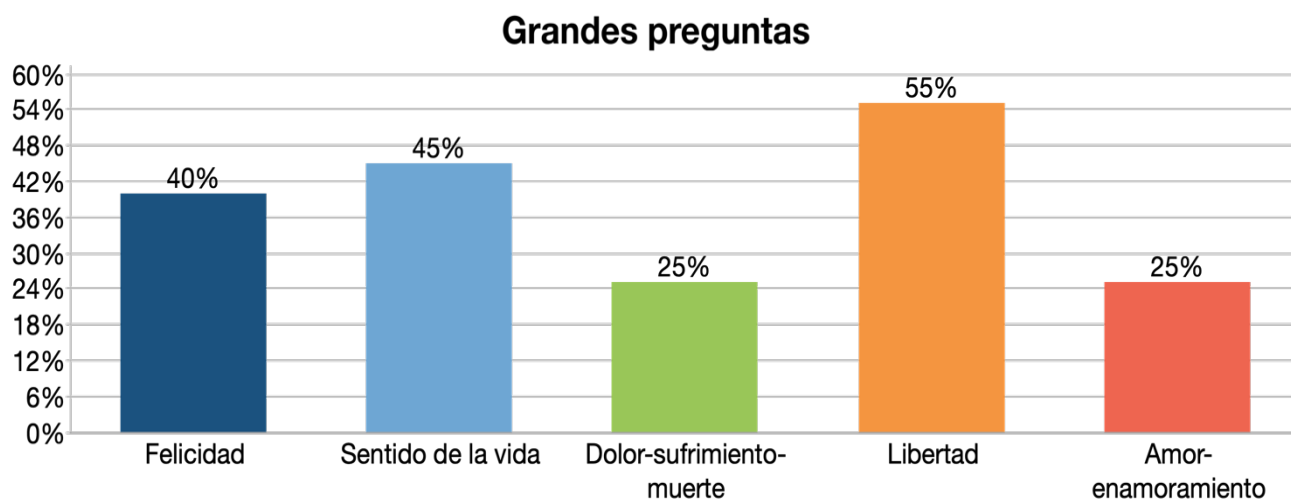
aprendan a pensar por sí mismos. No hay pensamiento crítico si no hay reflexión, si no hay lectura, si no hay detenimiento y esto compone la crítica del mismo proceso de aprendizaje. La reflexión sobre la educación deriva en la consideración del talento, el orden y la necesidad de estructura, lo que vendría a ser imprescindible en los planteamientos del sistema educativo.

La política se convierte así en objeto de estudio, puesto que estudiar el ser humano como individuo dentro de una colectividad supone ahondar en la forma en la que se comporta en sociedad. Implica analizar y abordar la democracia, cuando existe, como exista.

En lo relativo al trabajo, el ser humano repara en cuánto le aporta esa actividad al alma y cuánto le llena o satisface, lo que le lleva a concluir que el servicio al otro es una parte fundamental de su felicidad. Además, se valora que el entusiasmo genera un impacto positivo, tanto en lo académico como en el desarrollo profesional. El desarrollo de cualquier actividad académica o profesional va a verse influida por la persona, los valores, los sentimientos y la oportunidad del ser humano de sentirse útil.

4.1.4. Grandes preguntas

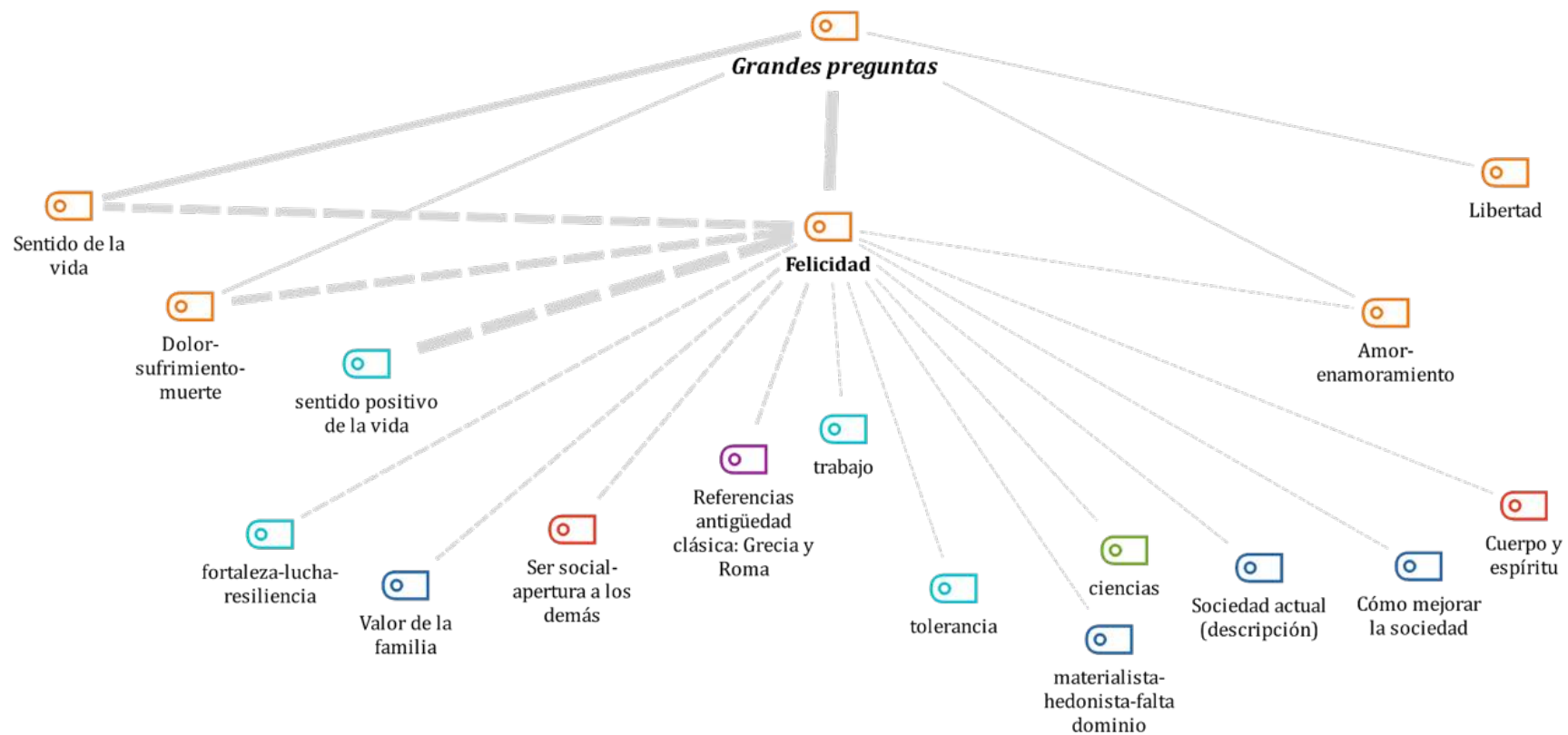
Figura 26. Subcódigos de la categoría de grandes preguntas



Fuente: elaboración propia a partir de Maxqda.

Los resultados referentes a las grandes preguntas se centran, principalmente, en la concepción de la libertad, lo que ha supuesto una referencia imprescindible para el 55% de los entrevistados. Además, las grandes preguntas del ser humano giran en torno al sentido de la vida para el 45% de ellos y para el 40% tienen relación con la propia felicidad. Con relación a esos interrogantes existenciales, el 25% considera clave hablar del dolor, el sufrimiento o la muerte; y el 25% lo relaciona con el amor o el enamoramiento.

Figura 27. Mapa de códigos grandes preguntas



Fuente: elaboración propia a partir de Maxqda 2022.

Los resultados reflejan que las grandes preguntas del ser humano se basan en el sentido dado a la vida, la experiencia del dolor, la felicidad, el amor y la libertad. Estos conceptos se interrelacionan entre ellos, de modo que la felicidad está claramente vinculado al sentido positivo de la vida, la resiliencia, el valor de la familia, el trabajo o la apertura a los demás que comprende el ser social del hombre. Del mismo modo, esas nociones sobre la felicidad presentan una conexión directa con las referencias a la antigüedad clásica de Grecia y Roma; así como se asocian a otros valores como la tolerancia, el materialismo, la percepción del cuerpo y el espíritu o la visión de la sociedad actual.

4.1.4.1. El sentido de la felicidad

El sentimiento de felicidad está claramente vinculado a la experiencia de vida de cada persona, lo que también puede diferir en distintos momentos o etapas vitales. En el análisis de los resultados se refleja, según los expertos, que las personas están sufriendo constantemente por algo en la vida, ya sea un tema de salud, una cuestión profesional o una relación amorosa. En palabras de la psiquiatra Marian Rojas es cómo lidiamos con esas batallas lo que va a marcar lo que entendemos como felicidad: “La felicidad consiste en conectar con lo bueno que nos pasa cada día y que eso malo, lo sepamos gestionar de la mejor manera posible”.

Las reflexiones también presentan la felicidad como la ausencia de dolor y se manifiesta el deseo de expandir esa felicidad todo lo posible. Además, la felicidad se contempla incluso como la posibilidad de retrasar, todo lo posible, el deber despedirnos de aquello que nos rodea y amamos; así como se asocia al trabajo realizado con satisfacción. La reflexión de la felicidad se plantea, al mismo tiempo, como un ejercicio de exigencias propias, que estrecha su relación con la calidad de los proyectos personales: no se considera un estado permanente, sino algo que se experimenta a ráfagas; y no depende de la cuenta corriente, sino de la riqueza emocional que proporcionan los amigos y la familia. La felicidad, según los datos, no se obtiene forzosamente de la realidad circundante, sino de la interpretación de esa realidad.

Existe también una reflexión en torno a la posibilidad de ser feliz pese al sufrimiento: el hombre es capaz de sentirse feliz, aunque sufra en ese momento, y esto se produce, precisamente porque, pese a que exista lo que le hace sufrir, es capaz de apreciar lo bueno. Además, se esboza la idea de una sociedad obsesionada con la felicidad, pero desde una perspectiva asociada a lo superfluo, a lo inmediato y a los placeres fáciles: este planteamiento obtiene, como respuesta, que el modo de ser feliz se halla vinculado,

necesariamente, con el sentido vital, por lo que deprecia cualquier significado materialista. En este escenario, el sentido del humor se convierte, frente a la dificultad, en un salvavidas, en un recurso para la curación frente al sufrimiento.

4.1.4.2. La experiencia del amor

En palabras del psiquiatra Enrique Rojas, “la mecha del amor la enciende el sentimiento, pero con el sentimiento, que es voluble, no se llega muy lejos. Hay que ascender el escalón que nos lleva a la voluntad, al compromiso de estar a las duras y a las maduras. Sin esa decisión no hay madurez. Una tercera pata es la inteligencia, y la cuarta sería la dimensión vertical o trascendente. Solo así, y con un trabajo artesanal constante, se consigue un amor sin fecha de caducidad”.

Esta definición sobre el amor duradero acompaña una reflexión mucho más honda sobre la experiencia amorosa, dado que se presenta y se vive de formas muy diversas. Los datos presentan que a las personas les pueden costar más o menos las relaciones, así como van a diferir según si su forma de ser es más o menos fría y contar, por ello, con elementos genéticos que lo expliquen en cierta medida; además, la durabilidad de las relaciones va a depender de cuánto se trabajen las relaciones, tal y como determina la neurobióloga Mara Dierssen. Para esta experta, otra pregunta esencial es: “¿qué más sucede cuando enamoramos?”. El estudio del amor también se realiza en términos biológicos.

La experiencia del amor resulta una experiencia transformadora: “todos conocemos a alguien que de repente se ha enamorado y se transforma”, según manifiesta Marián Rojas. El amor hace al hombre más capaz de asumir riesgos que jamás hubiese imaginado. Para esta experta en el área de Psiquiatría, “el amor a los demás: la cooperación, la solidaridad, el amor a tus padres, a tus amigos, a tus hermanos, incluso a la gente de tu trabajo. Cuando uno está en armonía con las personas de su entorno es capaz de mitigar los efectos que el estrés puede producir en él. Si tú vives ansioso o preocupado por algo, un tema económico, pero te sientes querido, el estrés que eso te produce es mucho menor”.

El amor es una de las grandes preguntas de la humanidad y la relación forjada entre la experiencia de vida y el amor es un elemento crucial, vinculado a la plenitud y la felicidad. En efecto, los datos subrayan como un error el hecho de reducir el amor a un sentimiento, porque esta experiencia puede conducir a un ser infeliz. No obstante, se

expone la experiencia de enamorarse como algo maravilloso, que incluso hace que el hombre se pregunte sobre ello: “¿cómo nos enamoramos?, ¿hay una sola forma?” Estos interrogantes nos conducen a pensar qué lugar ocupa ello en nuestra vida, cuestiona la escritora Anna Manso.

El hombre se pregunta también cómo amamos y cómo queremos. Asimismo, la experiencia del amor facilita cualquier tipo de sacrificio, porque hace que no sea tan pesado o exagerado. Según los datos, ese querer, o amar, hace que las cosas sean más fáciles; y, en este sentido, es el amor el que consigue aligerar la carga que supone la vida.

Ilustración 18. Captura de pantalla de entrevista en Aprendemos juntos



Fuente: Aprendemos juntos de BBVA.

4.1.4.3. La visión de la libertad

La libertad se relaciona directamente con el conocimiento, porque solo éste posibilita una vida libre. Esto significa incluir el valor del esfuerzo, porque solo así se puede adquirir conocimiento y, por tanto, avanzar como civilización. Es la instrucción en nuevos conocimientos lo que permite que las decisiones no sean tomadas por otros. Esto refleja, a su vez, la importancia y la necesidad de contar con ciudadanos cultos y libres.

En lo relativo a la expresión de las ideas, la libertad puede provocar una tensa relación con lo políticamente correcto. “Esa relación de tensión debe existir siempre, es saludable

para que la opinión pública sea capaz de pensarse a sí misma críticamente, y capaz de avanzar hacia lugares que aún no conoce”, señala el profesor y político Eduardo Maura. Atiende así a la posibilidad de contar con una libertad de expresión total, no coartada, similar a la que encontraron los poetas del siglo de Oro de español.

4.1.4.4. La vida y su fin

La experiencia de la muerte se percibe también como otra de las grandes preguntas del ser humano: el hombre busca acercarse a ella con dignidad, después de comprender la vida y ser capaz de vivirla como un disfrute.

El hombre se pregunta por el sentido de la vida frente al agujero de la muerte, se cuestiona si tiene algún sentido y hace balance sobre lo que el tiempo hace o deshace. La muerte se convierte en objeto de estudio de las Humanidades del siglo XXI. La experiencia de vida y de muerte ha dejado de ser un terreno exclusivo de la teología o de la filosofía, según se desprende de los datos; en efecto, ha pasado a estudiarse como campo humanístico, aunque teniendo en cuenta todo aspecto científico. Para el catedrático y científico Carlos López Otín, se habla de la vida “abriendo las ventanas de la ciencia”.

No se trata de caer en el cientificismo, puesto que la ciencia no dispone de todas las respuestas a todas las grandes preguntas del ser humano, pero se plantea que entender la vida supone comprender otras dimensiones de esta, abordar la trascendencia humana y abrir también la ventana de la filosofía, puesto que los filósofos tienen un papel clave a la hora de marcar el norte. Se recuerda así que los filósofos tienen que marcar el camino, indicar cuáles son las preguntas que no podemos responder todavía. Se trata, en definitiva, de integrar distintas maneras de entender el misterio del mundo y la vida.

La reflexión que aportan los datos es que la ciencia no promete todas las respuestas, ni promete la felicidad, pero sí garantiza su respeto a la verdad. Las preguntas esenciales en el ámbito científico pueden permitir un diálogo, lo que también proporciona la reflexión y puede ofrecer la solución de ciertos interrogantes.

Ilustración 19. Captura de pantalla de entrevista en Aprendemos juntos



Fuente: Aprendemos Juntos de BBVA.

4.1.4.5. *El sentido de la vida*

El ser humano se hace preguntas porque quiere entender de dónde venimos y a dónde vamos, es decir, la razón de la existencia. Para la filósofa Nerea Blanco esta idea tiene una estrecha relación con el estudio de las Humanidades, puesto que se ocupa del estudio de los antiguos, es decir, lo que ya pensaron en la Antigüedad.

Los datos analizados subrayan que el dolor de la vida solo es soportado cuando existe el amor. Se menciona así la obra de Viktor Frankl, que apunta que solo el sentido de la vida puede ayudar a soportar lo insoportable, sin que el ser humano se rompa. Por el contrario, la soledad involuntaria se convierte en un estado terrible para la psique, para la mente y para el corazón; además, el estudio conecta las grandes preguntas del hombre con la idea de que la felicidad depende del sentido que cada uno le dé a su vida. “No estamos aquí para sufrir, estamos aquí para vivir lo más felices posibles”, en palabras del bioquímico Carlos López Otín.

Se desprende también de los datos estudiados que la vida no tiene que ser fácil, tiene que ser plena; se expone que los retos se reciben con agradecimiento, por el aprendizaje que ofrecen; y se traslada que, pese a las contrariedades de la vida, el sentimiento generalizado hacia ella es de gratitud.

Las reflexiones sobre los interrogantes del hombre se relacionan también con la historia, es decir, el recorrido histórico ofrece lecciones para los que saben interpretar las motivaciones profundas del actuar humano.

Ilustración 20. Captura de pantalla del portal web de la Fundación Juan March



Fuente: Fundación Juan March.

La religión se relaciona también con las grandes preguntas del hombre. “Me pregunto si solamente la religión puede ofrecer al ser humano un norte, una guía, una brújula moral estable. ¿Es necesario que la moral esté vinculada a la trascendencia? Gran asunto”, expone la escritora Elvira Roca. Este asunto arroja la posibilidad de analizar que cuando el ser humano se convierte en el fabricante de su propia moral y se acomoda en las justificaciones del presente, el sentido de la vida se vuelve inestable. Son las llamadas modas morales: cuando el ser humano deja de creer en los dioses para empezar a creer en cualquier cosa (esto, se deduce, es lo grave).

El sentido de la vida se asocia, al mismo tiempo, al momento presente: “Vivir el presente y no preocuparse más allá de lo razonable del mañana. *Carpe diem* es aprovechar, literalmente, el fruto del día (*carpus*, fruto), sacando lo positivo hasta en las situaciones más complicadas. Quiere decir aprovechar la vida, no desperdiciarla”, indica el profesor Emilio del Río. El disfrute de la vida se relaciona, a su vez, con la lentitud y con la

capacidad de ralentizar los tiempos, abandonar la prisa y estar presente con las personas en el instante que se comparte con ellos. Se concluye que la vida es maravillosa y que empezamos a notarlo cuando se nos compromete, ya sea porque aparezca la enfermedad en nuestra vida o en la de los que amamos.

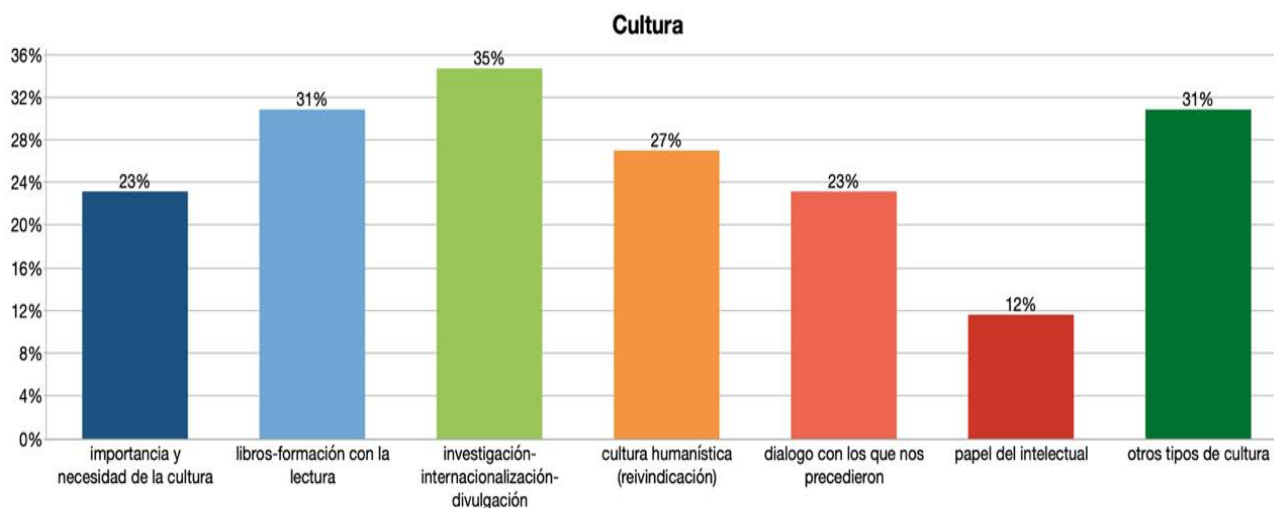
Ilustración 21. La creación de Adán es un fresco en la bóveda de la Capilla Sixtina, pintado por Miguel Ángel



Fuente: wikipedia.org.

4.1.5. La Cultura

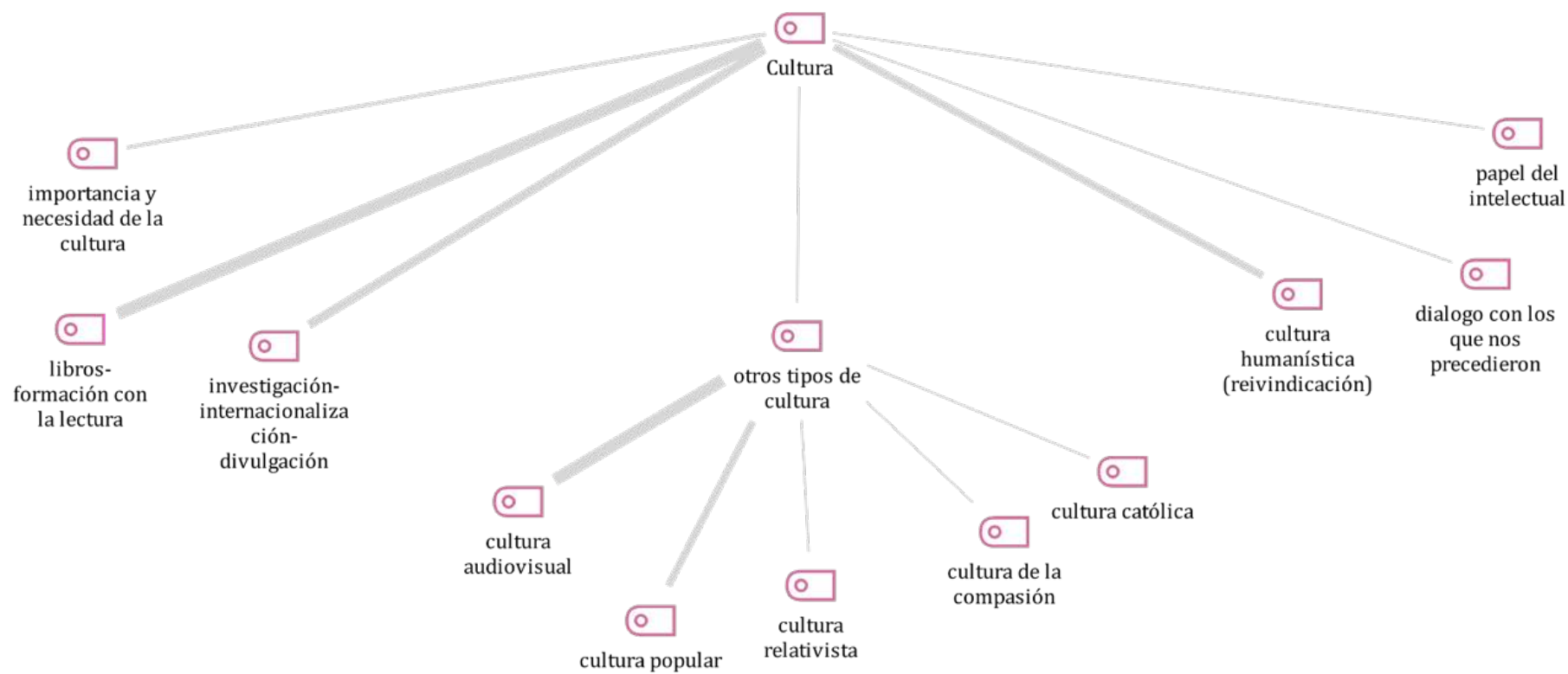
Figura 28. Subcódigos de la categoría Cultura



Fuente: Elaboración propia a partir de Maxqda.

La cultura actual se concibe principalmente como un ejercicio de investigación, lo que implica internacionalización y divulgación de la información científica, según el 35% de los entrevistados. Para el 31%, la Cultura se nos brinda gracias a los libros y la formación, así como se relaciona con otros tipos de cultura. En un 23% de las referencias, se alude a la importancia y a la necesidad de la Cultura; se manifiesta una reivindicación de la cultura humanística (27%) o se hace alusión al papel del intelectual (12%).

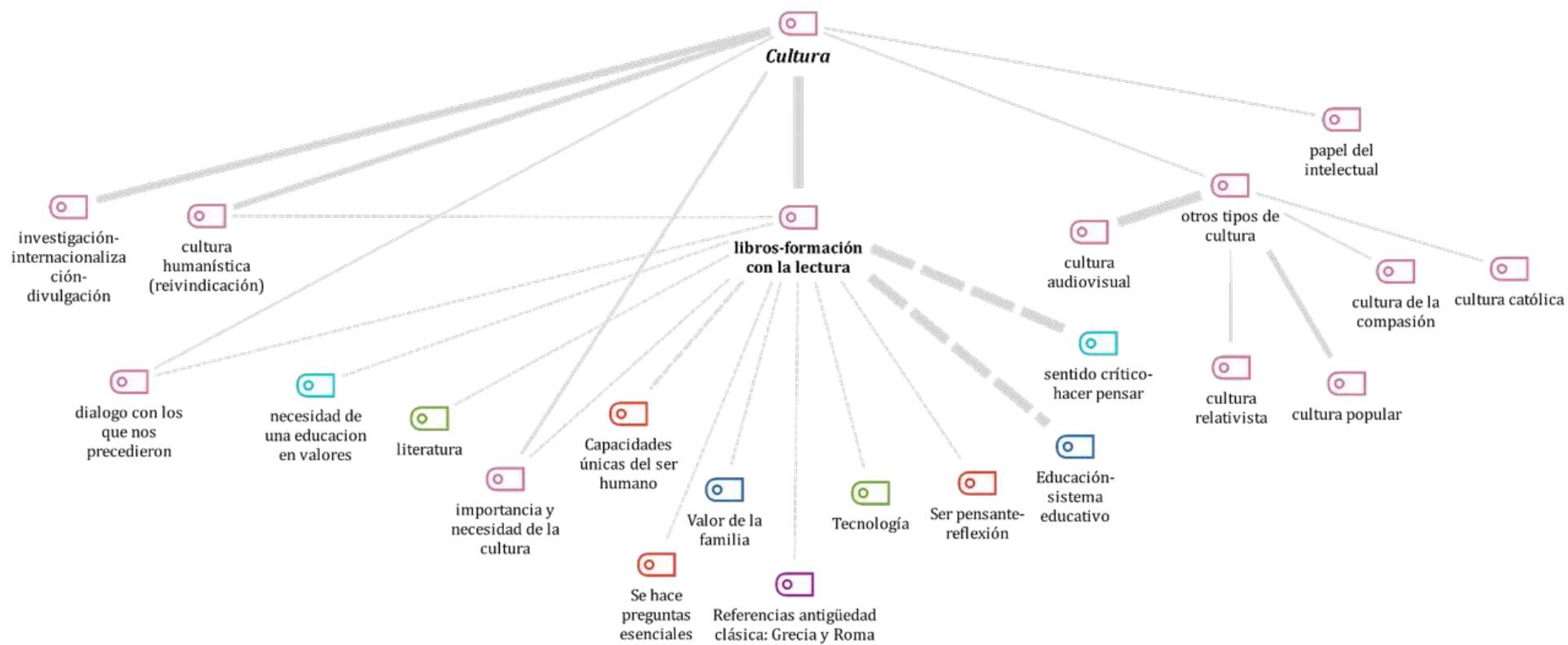
Figura 29. Mapa de códigos Cultura



Fuente de elaboración propia, a partir de los datos de Maxqda 2022.

Según se desprende los resultados obtenidos en Maxqda, el análisis de la Cultura está directamente relacionado con el reconocimiento de su importancia; con la formación con la lectura; con el ejercicio de investigación y divulgación científica; con la reivindicación de la cultura humanística y el diálogo con los que nos precedieron; con el papel del intelectual. Del mismo modo, la reflexión de la cultura pasa también por otros tipos de cultura: cultura audiovisual, cultura popular, cultura relativista, cultura de la compasión y cultura católica.

Figura 30. Mapa de código cultura-libros-formación con la lectura y concurrencia con otros subcódigos



Fuente: Elaboración propia a partir de Maxqda.

La Cultura, según se aprecia en el gráfico, se vincula directamente con la lectura y la formación, lo que a su vez se relaciona con la importancia del sentido crítico y con la revisión del sistema educativo. Su vinculación con la lectura implica hablar de literatura, exponer la necesidad de una educación en valores, subrayar el propio valor de la familia, señalar la posibilidad de que el hombre se haga preguntas esenciales gracias a aquello que lee, abordar los cambios producidos con la tecnología o recordar las referencias de la Antigüedad Clásica de Grecia y Roma.

Ilustración 22. Captura de pantalla de Aprendemos juntos



Fuente: Aprendemos juntos de BBVA.

4.1.5.1. La cultura y el conocimiento adquirido a través de la lectura

La lectura es un instrumento de la formación y el entorno digital ofrece un valioso volumen de información, lo que implica que la tecnología posibilite, actualmente, un importante canal de transmisión de la Cultura. En cualquier caso, la reflexión que se desprende de los datos pone de manifiesto que las lecturas digitales a veces pueden ser epidérmicas y carentes de la concentración necesaria, lo que implica una pérdida en la adquisición del conocimiento. Para la filóloga y escritora Irene Vallejo: “Necesitamos maestros, necesitamos escritores, seguimos necesitando los libros que nos explican cuáles son las rutas y los caminos para abrirnos paso en medio de esa enorme acumulación de información y datos que, a veces, puede resultar asfixiante”. Además, se considera crucial que haya personas líderes que animen a la lectura, con entusiasmo,

convencidos de su importancia. Para Anna Manso, “la pasión por la lectura es una pasión universal”. Inculcar el amor por la lectura se considera un regalo.

Ilustración 23. Captura de pantalla de Aprendemos juntos



Fuente: Aprendemos juntos de BBVA.

La lectura permite, además, conocer las ideas de los que nos precedieron. En el campo de la cultura humanística, las ideas e historias a las que llamamos clásicas, que han llegado a nosotros gracias a ese invento que son los libros, siguen contribuyendo a la transmisión de conocimiento y al pensamiento crítico. Según reflejan los datos, esto le ha permitido al presente aprender del pasado, aprovechar lo que nuestros antepasados pueden enseñarnos. Se expone, por tanto, que gracias a los libros se ensancha la vida, porque el conocimiento de muchos siglos y milenios se funde con el nuestro propio.

Los libros se preservan como un lugar de sosiego, donde se enfoca la atención, uno de los objetos más deseados por los que se está librando una batalla. Los libros son el espacio imperecedero del pensamiento, la lentitud y la reflexión; y la posibilidad de leer se considera como una de las consecuencias más dichosas y maravillosas de la capacidad de abstracción del ser humano. El libro impreso ofrece, con cada página, con cada capítulo, una oportunidad para el lector de adentrarse en la historia; se entiende así que cuando una persona aprende a leer, se convierte en otra con una inmensa cantidad de posibilidades. En este contexto, los jóvenes se consideran como una pieza clave de la

Cultura, lo que concede importancia a la literatura juvenil. El enriquecimiento de las nuevas generaciones es posible gracias a la lectura. En este escenario, los puentes trazados entre los condicionantes sociales y la realidad cultural son determinantes: la realidad social y económica va a influir, decisivamente, en cualquier realidad cultural y en cualquier obra literaria.

Otra cuestión que se analiza es la transmisión de valores que permite la literatura: no se aboga, necesariamente, por libros que incluyan una receta de valores, pero sí se cree que cualquier fragmento literario transmite unas ideas y unos valores concretos. La lectura es trazada como una de las mejores armas para combatir las incertidumbres del futuro, uno de los grandes inventos de la humanidad. Se trata, en definitiva, de la acumulación de ideas y de conocimiento. Los libros se han considerado los compañeros inseparables de la educación y el emblema de los profesores; la necesidad de aprender a leer y a escribir ha supuesto desarrollo y expansión; y los libros se han considerado posibilidades de conocimiento y de descubrimiento.

Los datos extraídos de las entrevistas indican que trabajar la lectura implica ocuparse de que los niños aprendan a pensar por sí mismos, porque los libros sirven para interpelar, hacer pensar, crear preguntas o responderlas. Se entiende que hablar con un libro es hablar con uno mismo. Se piensa, positivamente, que los niños pueden llegar a pensar cosas maravillosas y es por ello por lo que la sociedad no debe temer el ejercicio del pensamiento crítico. Por todo ello, la lectura posibilita que la persona no asuma el pensamiento de otro, sino que piense por sí misma. Además, el escritor se forma porque lee, es decir, escribe porque primero es lector. El estudio de la Cultura es tan extenso como dimensiones y facetas tiene el ser humano, pero se afirma que los libros tienen valores: se educa con libros y, por tanto, de cada historia literaria se desprenden unos valores.

La necesidad de conocimiento implica reconocer la necesidad de libros, maestros y escritores que abran paso en medio de la información, que creen rutas y aclaren horizontes, que sean capaces de explicar la realidad actual frente a una cantidad inmensa de datos.

4.1.5.2. La reivindicación de la cultura humanística

Los datos contienen una clara reivindicación para la recuperación de la cultura humanística: se determina que, si bien la sociedad está asistiendo a la pérdida de muchas cosas, recuperar a los clásicos se ha convertido en una necesidad.

La cultura romana dejó un indiscutible legado, que no solo comprende la lengua sino todo lo relativo a la forma de ver la vida: gastronomía, religión, dinero, felicidad, o incluso la creación de un calendario son vestigios de la imponente cultura de Roma. Se considera que los clásicos ya reflexionaron y estudiaron una gran cantidad de temas, entre ellos, la educación, que aún hoy pueden constituir una fuente de conocimiento. Se subrayan reflexiones como las de Horacio, que afirma que hay que enseñar deleitando; se tilda de necesaria la lectura de clásicos como Homero; y se pone en valor tanto a los personajes de grandes obras como a otros filósofos y pensadores que han destacado a lo largo de la historia, entre ellos, Virgilio, Séneca, Homero, Platón, Aristóteles o Sófocles.

Ilustración 24. Captura de pantalla de Nueva Revista



Fuente: Nueva Revista.

En el campo de la literatura clásica, el ser humano grandes ha escrito grandes obras literarias y grandes enseñanzas, cuya utilidad se defiende como vigente; y se destacan lugares míticos de la literatura y la cultura antigua como el Oráculo de Delfos.

Se catalogan como ideas clásicas las que han podido llegar hasta nuestros días gracias a la invención de los libros: las historias y las ideas volcadas en los libros a lo largo de la historia de la humanidad, permiten que el hombre de hoy aprenda del pasado. Se considera que, gracias a los libros y a los clásicos, se expande la vida que tenemos y se funde nuestro conocimiento con el de muchos milenios atrás, lo que supone un puente hacia los que nos precedieron.

La cultura griega y la mitología también han sido referencias imprescindibles de la literatura y del arte, presentes tanto en obras escultóricas como pictóricas. Se menciona, por ejemplo, la figura de Prometeo, no como un hombre sino como un titán, una figura capaz de hacer los mayores gestos de sacrificio y un ejemplo de filantropía, lo que supone una referencia mítica y la visualización de un valor. Prometeo, que se considera ejemplo de grandeza y el filántropo por excelencia, se presenta, a la hora de estudiar la Cultura clásica, como una figura cuya grandeza sigue sirviendo de modelo.

Ilustración 25. Captura de pantalla de la entrevista a Emilio del Río



Fuente: Nueva Revista.

Respecto a las lenguas que hemos heredado de las grandes culturas clásicas, el griego y el latín, se recalca que no son lenguas muertas sino lenguas inmortales, materiales resistentes que han resistido a todo. Se defiende un mayor estudio de estas lenguas en

la enseñanza media y se cree que una educación de calidad debe incorporar la lectura de biografías estelares.

El tiempo actual, el de la modernidad, puede errar en el hecho de mirar al pasado con superioridad y no reparar en que el bagaje de experiencias, ideas, investigaciones y conocimiento vienen a constituir la base de lo que somos y lo que hemos llegado a ser.

El pasado espreciado por ser una fuente de inspiración para el ser humano del mundo actual; las ideas del pasado nos permiten interpretar el mundo de hoy, tener una experiencia más nítida y luminosa de lo que vivimos y reflexionar sobre cómo queremos construir el futuro. Se reconoce el magisterio de los que nos antecedieron.

Ilustración 26. Captura de pantalla de Nueva Revista



Fuente: Nueva Revista.

4.1.5.3. *Cultura e investigación*

La Cultura se relaciona también con la investigación, dado que ésta genera conocimiento. Esto explica el interés actual por compartir información científica a nivel internacional y la reflexión sobre la mejora de las universidades. Al hilo de esto, los datos recogidos exponen la necesidad de la ampliación de la formación del profesorado y la necesidad de estancias en centros universitarios extranjeros para el enriquecimiento cultural; así como señalan que la buena salud de las universidades no debe contemplarse

como una declaración de complacencia. Se hace énfasis en el importante papel de los profesores en la formación del ser humano, así como respecto al crecimiento, desarrollo, e incluso tiempo de disfrute en la adquisición del conocimiento de la persona. También se aborda el uso que del conocimiento hace la empresa cuando desarrolla tecnología, puesto que ésta se convierte en la gran receptora del conocimiento generado y del desarrollo de la innovación.

Existe, además, una red colaborativa que actualmente es esencial para el desarrollo de la Cultura y del conocimiento: los problemas detectados en las empresas son examinados por parte de los investigadores y las inquietudes de los investigadores son estudiadas por las empresas.

4.1.5.4. *Cultura y sociedad actual*

El análisis de la Cultura implica conocer la que concebimos como intelectual en la sociedad actual. Cuando se piensa en el conocimiento y, en particular, en el estudio de las Humanidades, se realiza una referencia al Mundo Antiguo, pero la sociedad del mundo actual también aborda la cultura que va más allá de la herencia griega y romana. Se hace énfasis en una apertura intelectual, en la consideración de una visión más amplia del mundo.

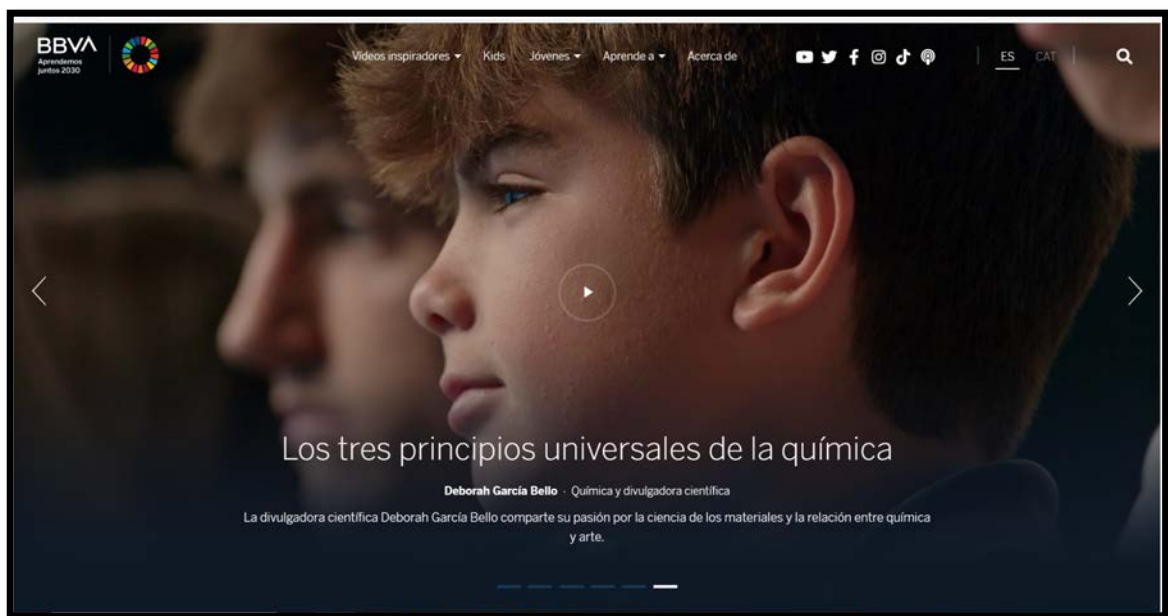
Figura 31. Esquema de la concepción de las Humanidades en la actualidad



Fuente: Elaboración propia.

La sociedad actual tiene menos interés por la lectura, cede mayor tiempo a todo lo que resulte audiovisual, sobre todo a la imagen, pero atiende a menos información de la que recibe. En esta sociedad, también se reconoce el papel del intelectual como el de una persona que es capaz de interpretar la realidad en la que vive para trasladárselo a la sociedad, se considera como un individuo que se compromete con la sociedad a través de una comunicación ética y veraz. El intelectual es capaz de incidir en la opinión pública y por ello se relaciona su papel con el impacto de su opinión o influencia en el terreno político. Esta correlación explica que haya habido intelectuales que se hayan pronunciado de forma contundente a la hora de expresar sus ideas frente a determinados hechos o situaciones políticas a lo largo de la historia. Además, el papel del escritor se enfatiza por lo interesado que puede estar en obtener una visión lo más extensa posible del mundo en el que vive.

Ilustración 27. Captura de pantalla de Aprendemos juntos



Fuente: Aprendemos juntos de BBVA.

El mundo se percibe mucho más consumista y narcisista, a la par que menos interesado en los libros y en las Humanidades: ser humanista y defender el estudio de la Cultura parece nadar contracorriente, aunque la visión que ofrecen, precisamente, las disciplinas del campo humanístico se reconocen como las que permiten una visión más amplia del mundo. La reflexión gira en torno al modo de salir de ese mundo consumista: el hombre

debe esforzarse en buscar el camino del conocimiento de lo humano, en un sentido más extenso, con una mayor perspectiva. Al respecto, el estudio de las Humanidades permite leer y conocer personajes que dan pie a pensar sobre grandes hechos y reflexiones: nos llevan a conocer otros escenarios, mundos y horizontes. más vivaces y profundos, que admiten la apertura a un mundo intelectual, espiritual y visual.

Para el escritor y filólogo Carlos García Gual: “marginar las materias de humanidades en la enseñanza es un sacrificio terrible para la Cultura y para los jóvenes de hoy”. Comparte que el hombre se instruye en los conocimientos para que, en definitiva, otros no tomen decisiones por él. La reflexión se aproxima también a la importancia de la cultura humanística en cualquier campo del conocimiento, lo que explica el filólogo y profesor Emilio del Río: “Dice usted que los estudiantes de Medicina deberían estudiar latín y griego ¿por qué? El vocabulario médico viene en su mayor parte del griego: hay cantidad de neologismos que se han ido acuñando a partir del griego para definir enfermedades o denominar órganos, y lo mismo pasa en biología, botánica etc. El griego y el latín les ayudaría a comprender mejor su propio trabajo”.

Ilustración 28. Captura de pantalla de Aprendemos juntos

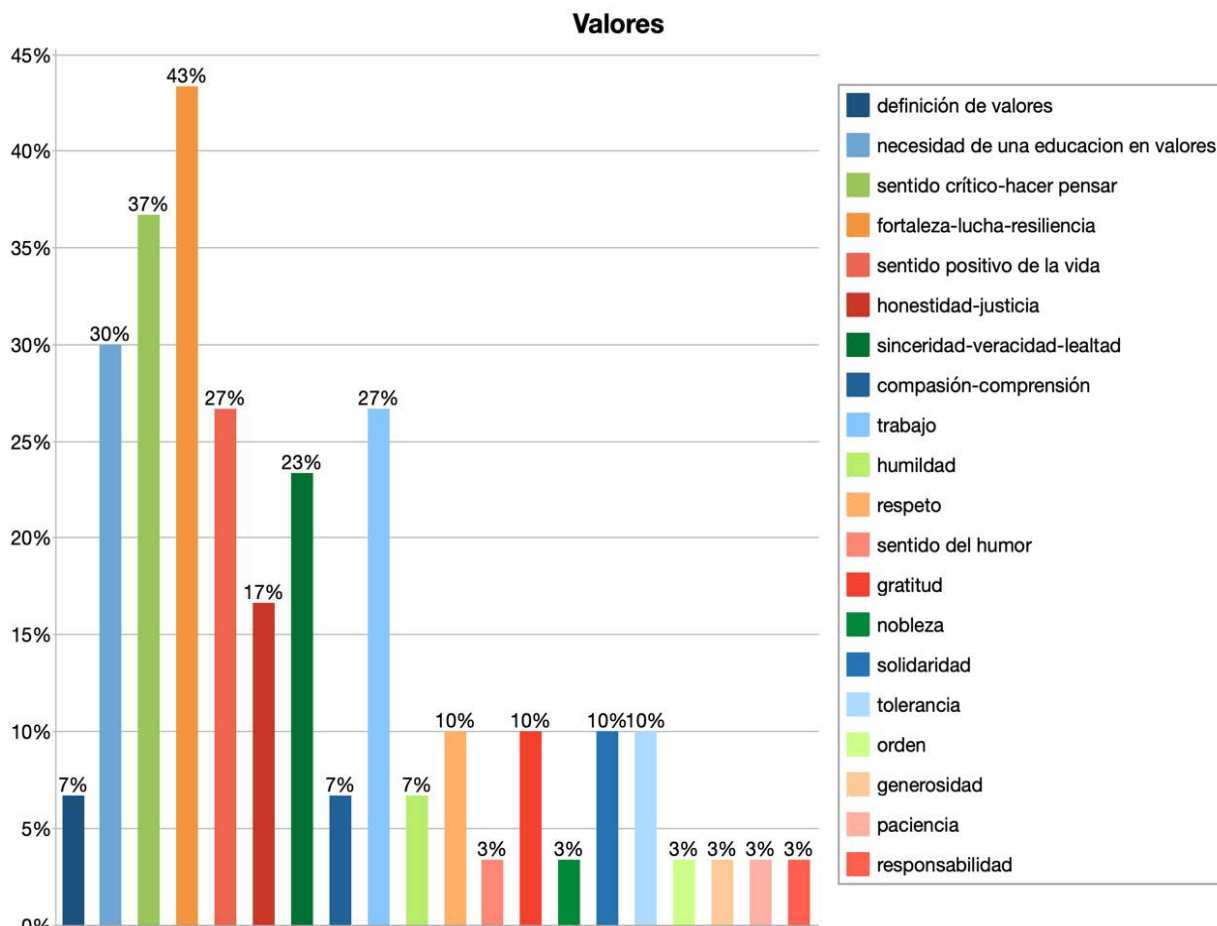


Fuente: Aprendemos juntos de BBVA.

Se repara en la importancia de la Cultura y no exclusivamente por la conservación o el impulso del patrimonio cultural, sino porque es un instrumento que permite la convivencia y hace comprender la importancia que tiene en la sociedad actual al ser un medio de cohesión.

4.1.6. Valores

Figura 32. Subcódigos de la categoría valores



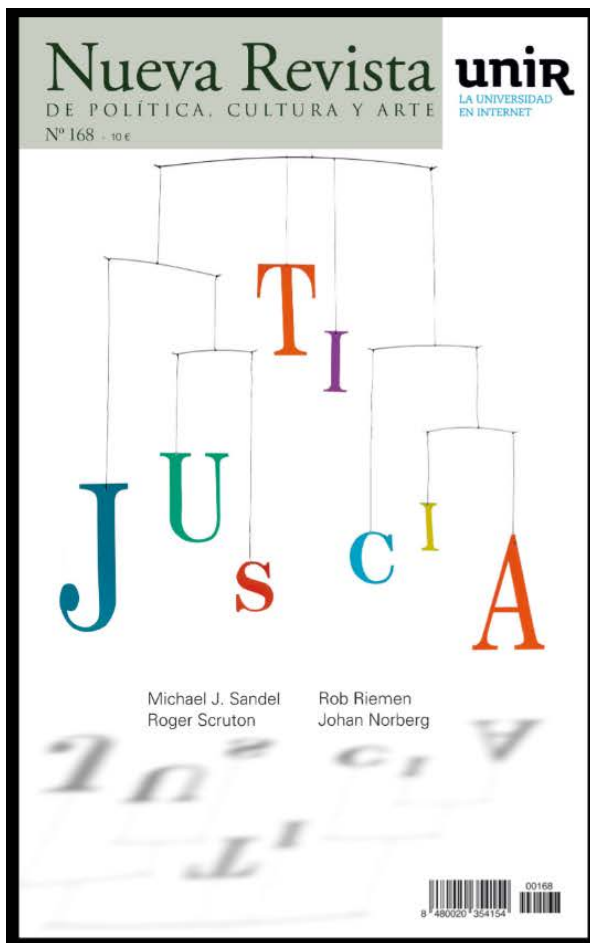
Fuente: elaboración propia a partir de Maxqda.

El análisis de los valores en el mundo actual en las entrevistas realizadas subraya la resiliencia como el valor más importante en la sociedad de hoy, según manifiesta el 43% de los entrevistados. Esto supone que lo más valorado sea la fortaleza y la capacidad de luchar en la vida, por la dificultad manifiesta que implica vivir.

Para el 37% de los entrevistados, es esencial el sentido crítico: la vida se nos brinda con la capacidad de hacer pensar sobre ella misma. El 30% de las referencias ha reflexionado sobre la necesidad de vivir con valores, lo que implica una educación que los proporcione, que los inculque, porque ello modifica sustancialmente la forma de vivir. El 27% de los datos hace referencia a la necesidad de darle un sentido positivo a la vida

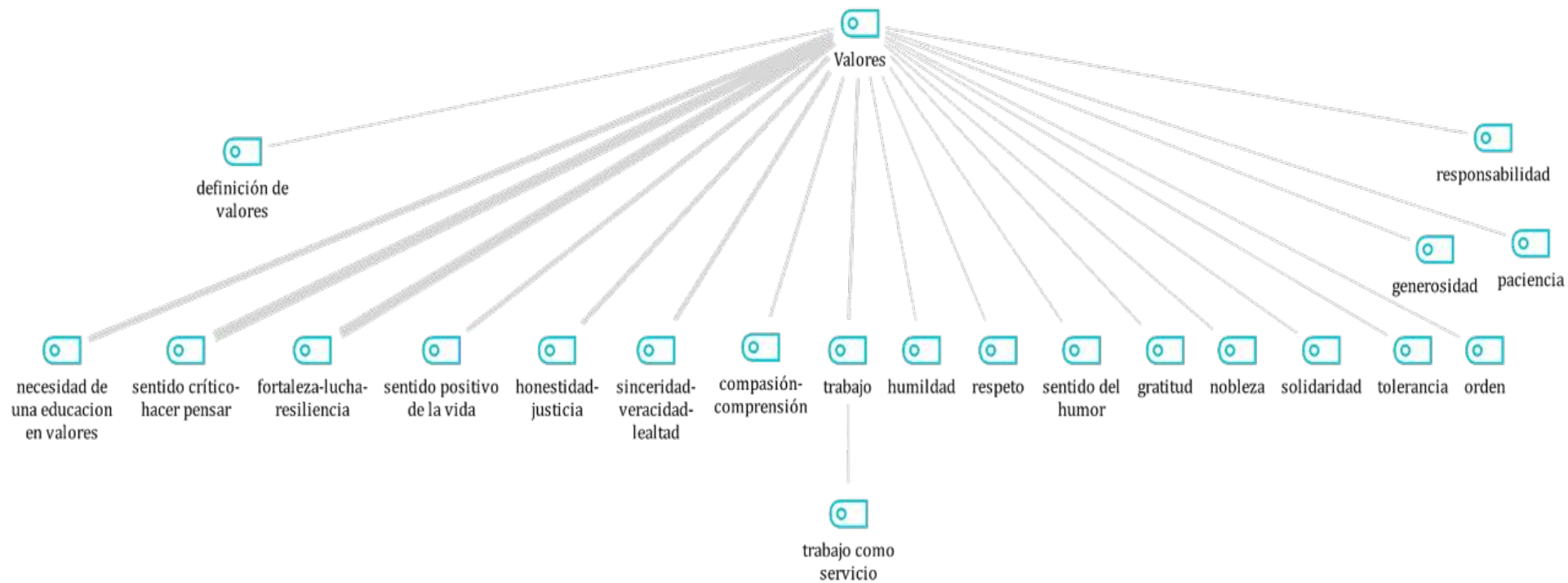
y reflexiona sobre el tiempo y la actividad del trabajo. También se considera relevante el valor de la justicia (17%), así como otros valores como el respeto, la tolerancia y la solidaridad (10%) y la generosidad, la paciencia, el orden y la responsabilidad (3%).

Ilustración 29. Portada de Nueva Revista



Fuente: Nueva Revista.

Figura 33. Mapa de códigos valores



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Maxqda, 2022.

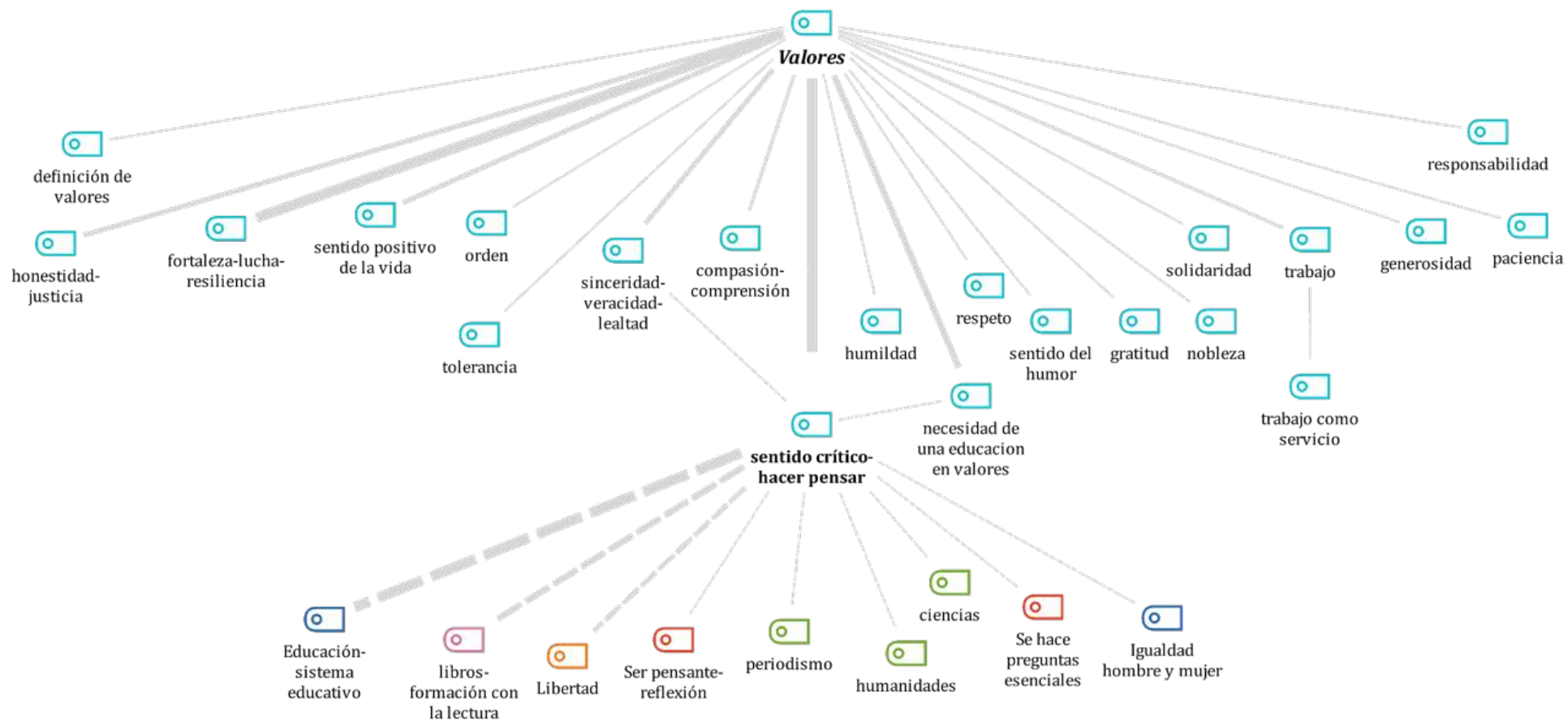
Los datos arrojados reflejan una reflexión sobre los valores y su necesidad en particular en el ámbito educativo. Entre los valores más mencionados, destaca la resiliencia, es decir, la capacidad de ser fuerte y de luchar en la vida; también se repara en la importancia del sentido crítico, la justicia, la compasión, la humildad, el respeto, el sentido del humor, la gratitud, la tolerancia, el orden, la generosidad, la paciencia, la responsabilidad y el trabajo, fundamentalmente entendido como servicio para que merezca la pena.

4.1.6.1. La sociedad que pide "valores"

La preocupación sobre la sociedad actual conduce a la reflexión sobre la necesidad de una educación en valores, que contemple la formación en el espíritu crítico. Esa capacidad de pensar, junto con la resiliencia, se conciben como los dos valores más determinantes para el ser humano frente al mundo de hoy. Del mismo modo, el hombre reflexiona sobre el trabajo y cómo desea entenderlo como un acto de servicio, cuando repara en su utilidad, el tiempo que le dedica o la satisfacción que le proporciona. El hombre, en definitiva, quiere darle un sentido positivo a la vida.

El hombre reflexiona sobre la sociedad, pero también sobre la vida, por la que reconoce un sentimiento de gratitud. Repara en la importancia de darle un sentido positivo a la vida y es capaz de apreciar la honestidad y la justicia, así como la veracidad, la sinceridad, la lealtad, la compasión y la comprensión. A su vez, reconoce la valía de la paciencia, la tolerancia, la humildad, el respeto, la generosidad, la nobleza, el orden, el sentido del humor, la responsabilidad y la veracidad.

Figura 34. Mapa de códigos valores y concurrencia con otros subcódigos



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos de Maxqda 2022.

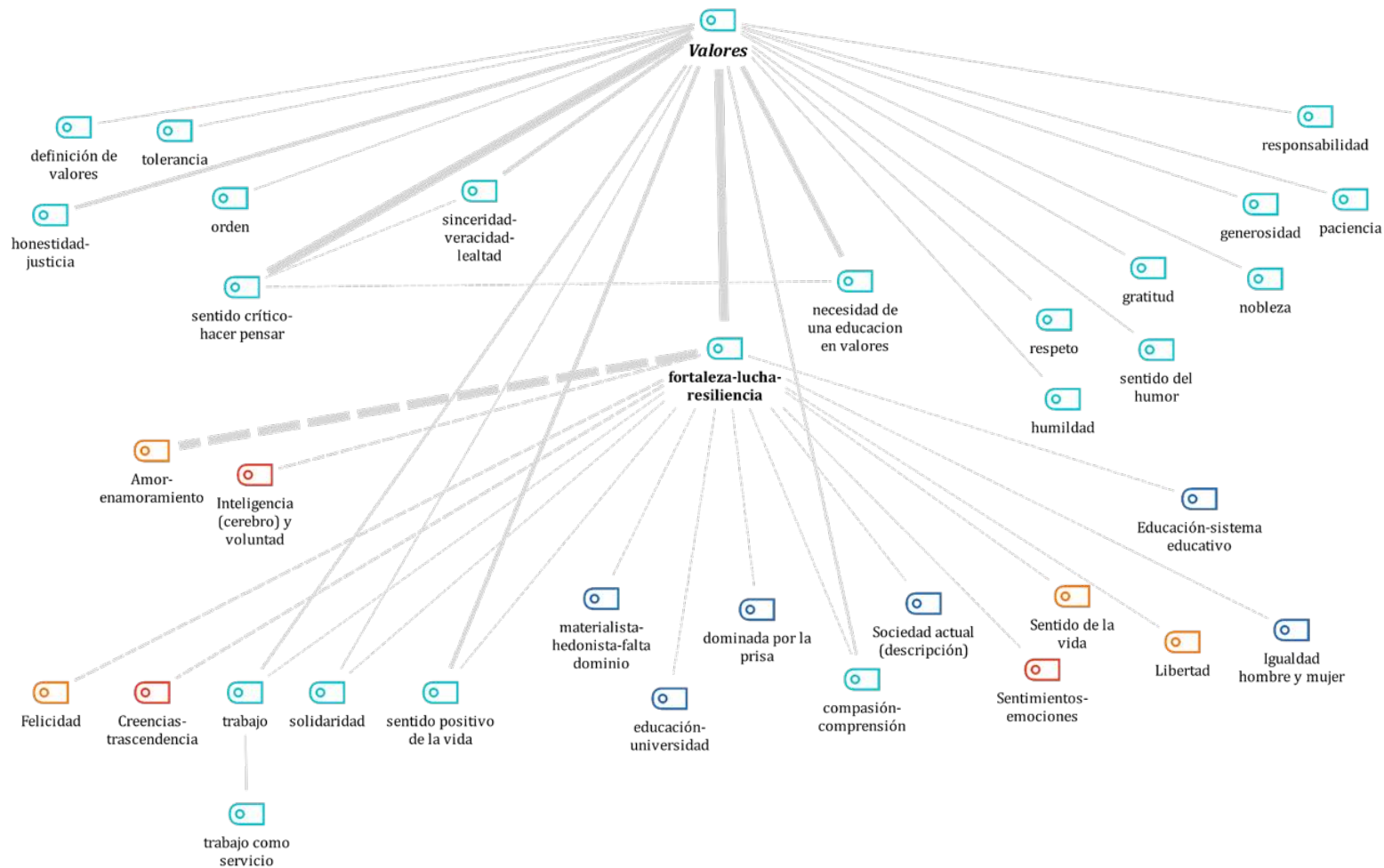
Los datos extraídos reflejan, además, que la capacidad de hacer pensar y el sentido crítico están directamente relacionados con cuanto se lee en los libros y, por ende, con la educación; así como con la condición del ser humano como ser pensante. También se conecta directamente con la idea de libertad y se advierte un eje que conecta, a su vez, los valores, con el sentido crítico y el ejercicio del periodismo. Del mismo modo, los valores y la capacidad de pensar se relacionan con el modo en que el hombre se hace preguntas esenciales y reflexiona, entre otras cuestiones, sobre la igualdad del hombre y la mujer, sobre las ciencias o las propias humanidades.

Ilustración 30. El pensador, de Auguste Rodin, en el Museo Rodin de París



Fuente: wikipedia.org.

Figura 35. Mapa de códigos valores-fortaleza-resiliencia y concurrencia con otros subcódigos



Fuente: Elaboración propia a partir de Maxqda

Los gráficos analizados ponen de manifiesto la centralidad de los valores en la resiliencia y la fortaleza y la lucha: este valor se relaciona, a su vez, con el sentido de la vida del ser humano, con su felicidad, con su libertad y sus creencias, y con sus propios sentimientos y emociones. En una sociedad dominada por la prisa, donde se avista la predominancia del materialismo y el hedonismo, el hombre es capaz de ver con perspectiva cuáles son sus valores, cuál es el valor más importante y necesario y el modo en que éste resulta crucial para experimentar el amor, para vivir, para convivir en este mundo o para comprender la relación que todo ello supone con la inteligencia y la voluntad. El hombre, en su experiencia vital y social, es capaz de describir la sociedad, identificar sus carencias, señalar el valor máspreciado (dicha fortaleza) y entender su importancia frente a la vida; así como apuntar directamente a todos los valores que más estima.

4.1.6.2. La fortaleza del hombre y su deseo de mejorar el mundo

El hombre se da cuenta de su fuerza y su capacidad de resistir el dolor. Conoce la dificultad que entraña la vida y trata de ser fuerte frente a las dificultades, incluso acota el nombre resiliencia. Además, el ser humano conoce y comprende que su capacidad de soportar el dolor de la vida es posible gracias al amor. Según se desprende de los datos, el hombre relaciona también esa resiliencia con su inteligencia y voluntad, así como esboza que es posible en base a una educación concreta. Ese escenario le otorga la conciencia sobre la felicidad y potencia su lado más espiritual, lo que le hace capaz de verbalizar sus creencias.

El ser humano, que critica una sociedad hedonista, dominada por la prisa, se descubre capaz de apuntalar la forma de mejorar la sociedad en la que vive, lo que relaciona directamente con la educación en valores.

La visión de la psiquiatra Marián Rojas refleja con nitidez cómo el ser humano afronta la adversidad y las dificultades que conlleva el propio hecho de existir, acercándolo a eso que entiende por felicidad: “Todos nosotros estamos sufriendo constantemente por algo: un tema económico, un tema de salud, un tema familiar, un tema profesional... Siempre hay algo que nos preocupa, y esas batallas nos marcan. Y cómo lidiamos con esas batallas va a marcar eso que denominamos “felicidad”, porque la felicidad consiste en conectar con eso bueno que pasa cada día, y que lo malo que sucede cada día, esas batallas, lo sepamos gestionar de la mejor manera posible”.

La misión principal que tendríamos en la vida, según se manifiesta en los resultados, consistiría en encontrar y ofrecer la mayor cantidad posible de alegría. El hombre concluye que el sufrimiento es inherente a la vida, pero la percepción cambia según el modo en que gestionamos el sufrimiento y libramos las batallas; es decir, en función de cuánto podemos conectar con lo positivo pese al dolor. Esto liga el amor y la resiliencia, es decir, el amor nos hace más resilientes.

Figura 36. Esquema de la felicidad



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del estudio.

Además, el amor a los demás se convierte en otro valor, la solidaridad. La psiquiatra Marián Rojas añade: “La cooperación, la solidaridad, el amor a tus padres, a tus amigos, a tus hermanos, incluso a la gente de tu trabajo. Cuando uno está en armonía con las personas de su entorno es capaz de mitigar los efectos que el estrés puede producir en él. Si tú vives ansioso o preocupado por algo, un tema económico, pero te sientes querido, el estrés que eso te produce es mucho menor”.

El amor conduce a la solidaridad, así como el amor crea la armonía y mitiga el estrés que genera la propia adversidad. Este planteamiento concluye que el amor libera al hombre y lo hace más fuerte, capaz de aliviar su carga: en definitiva, le hace descargar su estrés y aliviarse cuando se reconoce inmerso en una sociedad inundada por la prisa.

El hombre habla de una cultura de la compasión y apunta como reto conseguir que el mundo no se deshaga, que las nuevas generaciones lo conviertan en un lugar más justo, atendiendo al buen papel que la filosofía podría tener en ello.

Para la filósofa Adela Cortina, “hay que compadecerse en la alegría y hay que compadecerse en el sufrimiento. No es sólo empatía, no se trata solamente de sentir con el otro, sino darnos cuenta del sufrimiento del otro y darme cuenta de que mi vida no puede ser feliz si no es asumiendo y ayudándole al otro a salir de ese sufrimiento. Creo que esa es la verdadera compasión”.

4.1.6.3. La felicidad y la idea de un ciudadano libre

El hombre solo puede ser feliz cuando ama, porque no puede serlo sino hace feliz al otro. Esta idea ensambla todos los valores sobre los que reflexiona el ser humano. El hombre llega a concluir que el trabajo, que considera un deber, solo puede aportar valor a su vida si viene a servir a los demás, si lo experimenta como un servicio.

Figura 37. Nube de palabra sobre la felicidad del ser humano



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del estudio.

Además, el hombre valora su propia condición de ser pensante como algo positivo, lo que vincula a la idea de ser libre: es capaz de interpretar la realidad y afrontar la toma de decisiones, opinar sobre quienes gobiernan en su misma sociedad y ejercer su derecho a la crítica, lo que lo convierte en un ser humano más sabio, más consciente de que la lectura le supone una fuente de inspiración y conocimiento; valora así la idea de un ciudadano libre, porque no contempla que haya algo más necesario que la formación de personas críticas y que impidan que les manipulen.

En este contexto, el profesor Eduardo Maura expone que la idea de lo políticamente correcto es muy cambiante, en función de la época y del lugar, del contexto social y cultural. Lo políticamente correcto cambia con todos esos factores. Habría que apoyar, por tanto, por una genuina libertad de expresión no coartada por lo políticamente correcto y proporcionar una base de formación humanística que se centre en la educación de estos valores: la libertad solo se consigue con el conocimiento y el conocimiento requiere esfuerzo.

4.1.6.4. La sociedad de la información y la política

El gran reto del siglo XXI consiste en distinguir lo veraz de lo falso, en un entorno digitalizado, mediatizado y marcado por un extraordinario volumen de información, este valor se considera primordial.

La sociedad requiere altas dosis de veracidad, honestidad y lealtad, que las cosas sean llamadas por su nombre y pensar en unos mínimos de justicia, según se refleja en los datos. La reflexión sobre los valores sociales pone de manifiesto la nobleza como un deber y estima el valor del esfuerzo en el trabajo. Además, los resultados reflejan el interés en poner en cuestión si vivimos en una sociedad pluralista (Adela Cortina-JM, Pos. 13), cuando el ser humano es capaz de distinguir el estado y las características de su mundo. Dicho de otro modo, el hombre puede reconocer lo que su naturaleza humana es capaz de cambiar.

El ser humano puede modificar sus relaciones sociales cuando descubre que puede escuchar desde el corazón y comprender a otra persona, lo que supone que utilice el sentimiento, la compasión y el alma, para conectar con otra persona. Esto, dicho de otro modo, es el valor de la generosidad. También transforma la sociedad actual el valor de la compasión, entendida como ese “sentirse afectado por el otro”, según expresa la

filósofa Adela Cortina. Esa condición humana ligada a la compasión nos hace definir y catalogar algo como humano: esto explica que cuando algo carece de compasión se entienda como inhumano. Para Adela Cortina: “los valores son cualidades atractivas que tratamos de incorporar en nuestro carácter a través de las virtudes”. Y las virtudes, desde el mundo griego, son consideradas excelencias del carácter. La sociedad griega logró remarcar el modo en que los valores y la política podían relacionarse, estrecharse y sostenerse: en efecto, para esta experta, no hay democracia sin excelencia.

En lo relativo a la política, se subraya que el estudio de los acontecimientos debe realizarse atendiendo al valor de la veracidad, es decir, que lo importante es saber lo que pasó y, por tanto, no debe sostenerse o ampararse en una indagación que responda, única y exclusivamente, a lo que puede servir al hombre para desarrollar un plan político con información sesgada.

El filólogo Miguel Ángel Garrido señala que “si por cualidades entiende valores: conocimientos rigurosos, rectitud, afán de servicio, eso se debe fomentar en todo momento, sobre todo, con el ejemplo”.

4.1.6.5. Valores y educación

Los datos reflejan el énfasis en la relación existente entre la educación actual y los valores, En este contexto, se describe como fundamental recuperar el respeto a los profesores y el respeto a la disciplina: es primordial aprender de quienes admiras y a quienes respetas.

También se expone que la educación debe promover el uso de herramientas mentales como la resiliencia, es decir, la fuerza interna: esta carencia puede conllevar, en el futuro, una generación de niños que, aunque han crecido con agendas hiperaceleradas, no son capaces de salir del nido y lanzarse al mundo, que se encuentran, a la postre, con importantes inconvenientes para afrontar la vida y numerosos problemas emocionales.

Para Carl Honoré la cuestión fundamental es la de encontrar el espacio y el tiempo para que el niño explore: “Los chicos necesitan estructura, también competición, presión, estrés. Necesitan todas estas cosas, pero las necesitan en una buena dosis. El problema es que muchos niños y chicos están recibiendo esa parte, digamos la parte *fast*, rápida de la ecuación en exceso. Lo que necesitan, más que nada, es el otro lado de la ecuación, el lado más *Slow*. Necesitan el tiempo y el espacio para explorar el mundo a su ritmo, correr

riesgos razonables, fracasar, también, y tener el tiempo para poder analizar el fracaso y aprender de ese momento de fallo”.

Las declaraciones subrayan la importancia de la lentitud, que resulta decisiva para tolerarla, para disfrutar del tiempo y procurar una mayor felicidad a la persona: se refiere a la felicidad entendida como un disfrute del tiempo, incluso en el que dedicado al trabajo; se concibe que el ser humano no está aquí para sufrir, lo está para ser feliz.

Además, se enfatiza la importancia del orden: priorizar las cosas debe responder a una cuestión ética, que aclare qué se debe hacer primero y qué se tiene que hacer después según los valores y según las elecciones realizadas.

En definitiva, la educación se considera mucho más que proporcionar información, puesto que implica enseñar a cuestionarnos las cosas: se advierte que lo más importante en las ciencias son las preguntas y no las respuestas. Este planteamiento subraya que, en la propia vida, somos responsables de nuestras propias decisiones: la responsabilidad es comprendida como una cuestión propia, la razón que explica lo que hacemos de nuestra vida.

El estudio señala la educación como un eje esencial, dado que persigue crear personas que puedan aportar valor, que lleguen a ser lo que quieren ser, que permitan que otros puedan ayudarnos a mejorar y que comprendan que, para ello, tienen que ser críticas, aprender a pensar y descubrir que lo mejor que pueden dar de sí es lo que pueden dar a la sociedad.

Para la paleoantropóloga María Martiñón, la clave de la educación es que hay que enseñar a pensar: “Cuando uno habla y te encontrarás, me imagino, muchas veces con esa disyuntiva de que uno no sabe su vocación, qué camino escoger, es que para poder escoger hay que conocer. Entonces un verdadero maestro, un verdadero mentor, un profesor de verdad no está diciéndoles cómo tienen que ser ni qué tienen que hacer, sino que les está dando la plasticidad para que ellos descubran todas las opciones que tienen”. Supone una alusión al valor del pensamiento crítico.

Ilustración 31. Captura de pantalla de Aprendemos juntos



Fuente: Aprendemos juntos de BBVA.

Otro aspecto destacado es la enseñanza sobre unas bases éticas para la ciudadanía, que pueda preservar los derechos fundamentales del ser humano. También se defiende también la motivación como un elemento importante: saber enseñar de una forma que sea divertida puede ser un elemento diferenciador en el proceso de aprendizaje.

Figura 38. Esquema de la educación y la sociedad



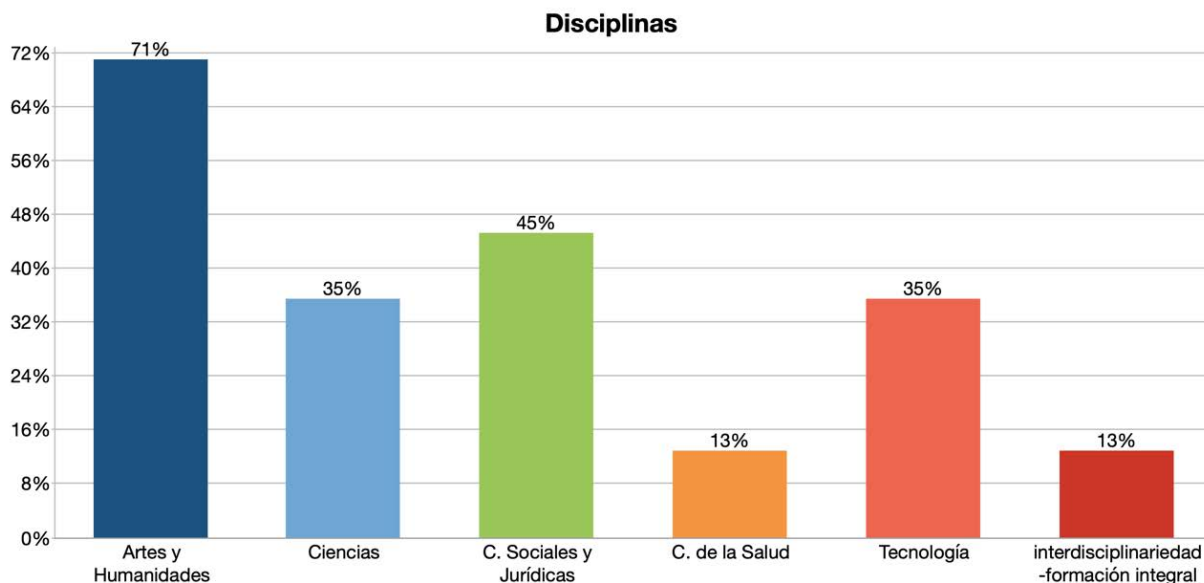
Fuente: Elaboración propia.

Por último, se elogia el importante valor de la familia, tanto en lo referente a la importancia de su jerarquía, como sobre lo fundamental que resulta que los niños cuenten con un referente como el de sus padres.

La educación que comienza, en definitiva, en el seno de las familias. Se trata de enseñar, pero también de aprender. En la sociedad, el hombre debe respetar las expectativas de cada uno, por lo que se exige un diálogo sincero.

4.1.7. Disciplinas

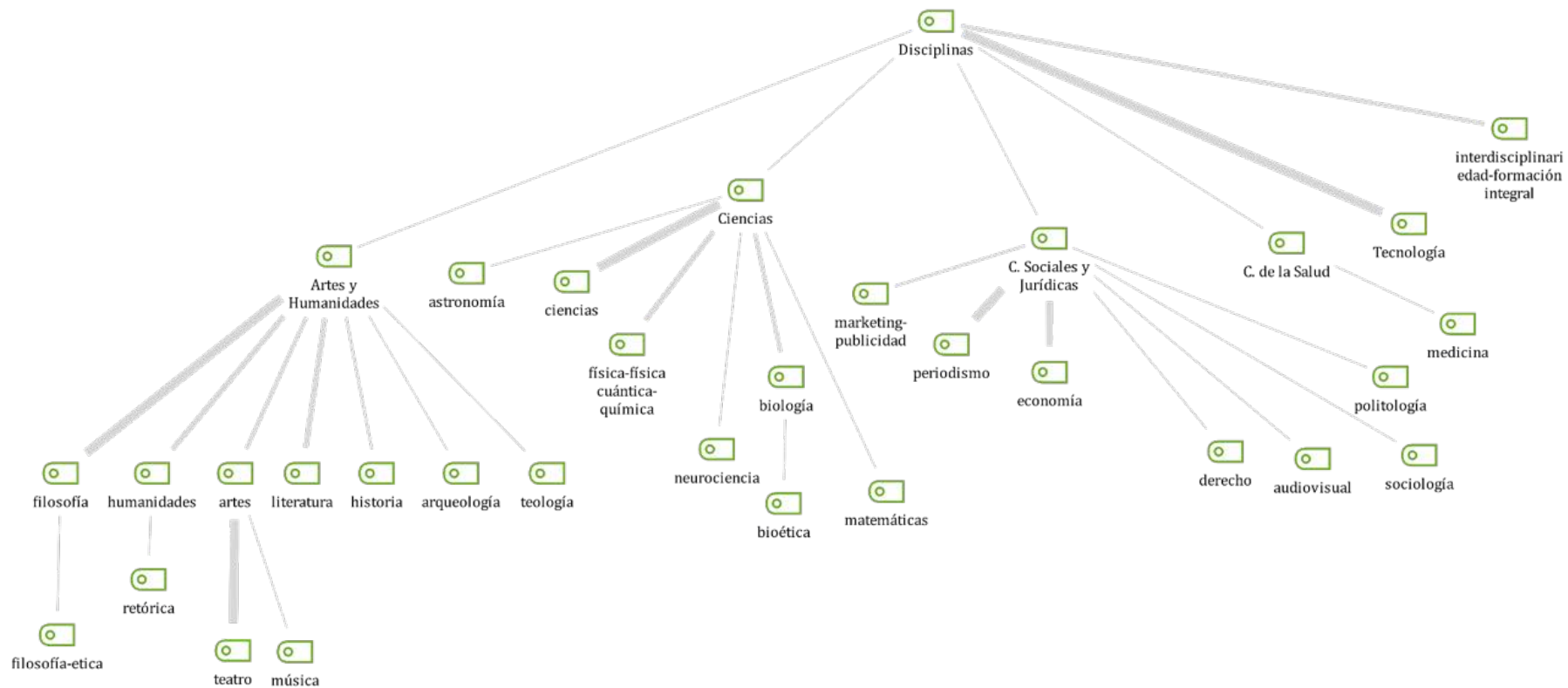
Figura 39. Subcódigos de la categoría disciplinas



Fuente: elaboración propia a partir de Maxqda 2022.

Los resultados obtenidos a partir de Maxqda reflejan que las disciplinas referidas en las entrevistas son correspondientes, en el 71% de las menciones, a las Artes y las Humanidades. Le siguen las relacionadas con las Ciencias Sociales y Jurídicas, que representan el 45% de las citas. En tercer lugar, se encuentran, las Ciencias y la Tecnología (35%); y, por último, las de Ciencias de la Salud o la referencia general a la interdisciplinariedad y necesidad de una formación integral.

Figura 40. Mapa de códigos disciplinas



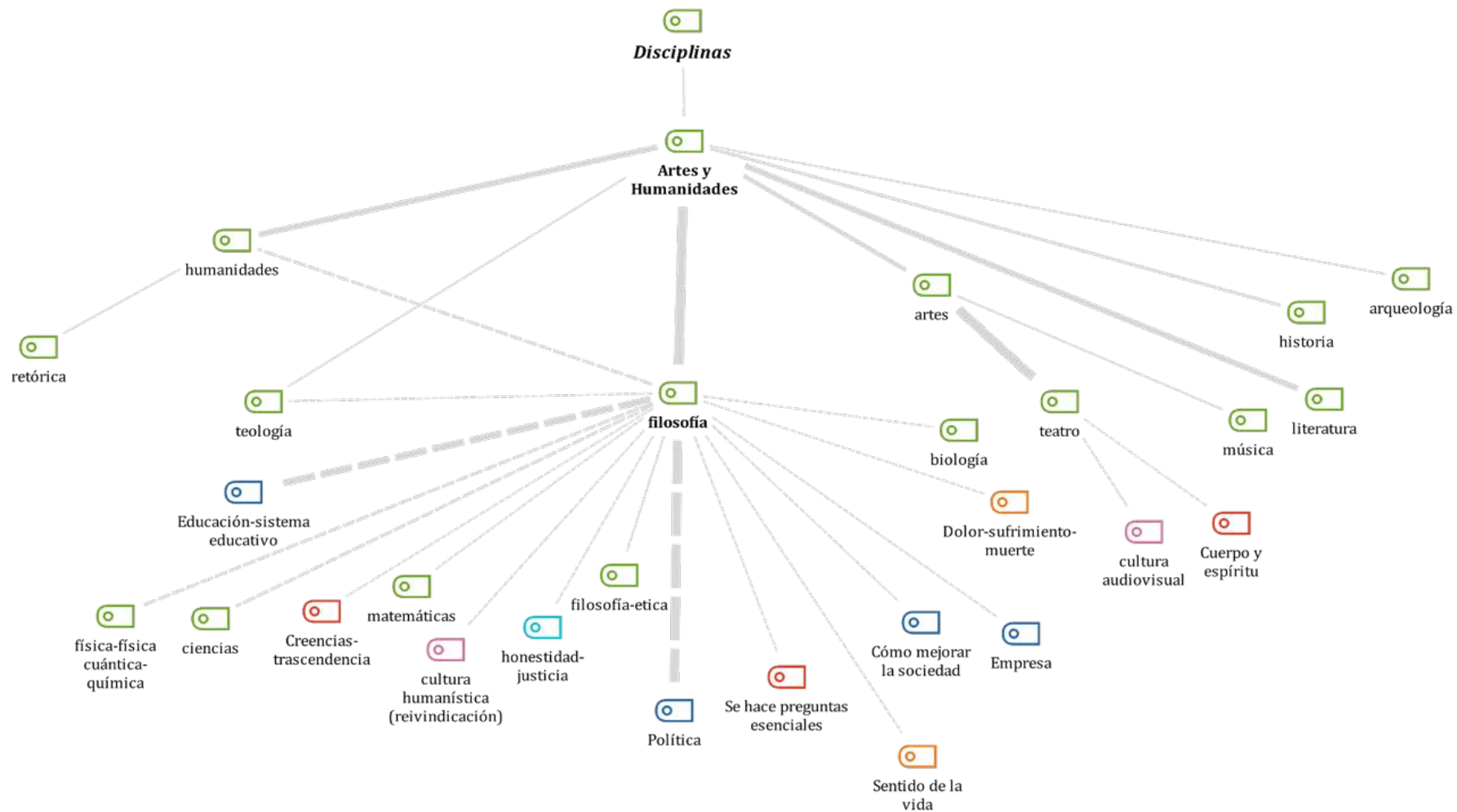
Fuente: Elaboración propia a partir de Maxqda 2022.

El análisis de los datos extraídos señala con claridad el conjunto de todas las disciplinas que son referidas a la hora de pensar y analizar el mundo y la vida: se destacan las Artes y las Humanidades, que engloban la Filosofía (estudia también la relación de la Filosofía con la Ética), las Humanidades (comprende la Retórica), las Artes (incluye el estudio del Teatro y la Música), la Literatura, la Historia, la Arqueología y la Teología; también se abordan, aunque en menor medida, las Ciencias, que agrupa el ámbito científico (incluye el estudio de la Física, la Física cuántica y la Química), la Neurociencia, la Bioética, la Biología y las Matemáticas; posiciona y analiza también algunas de las disciplinas correspondientes a las Ciencias Sociales (Marketing, Periodismo, Economía, Derecho, Sociología, Politología o Audiovisual); y menciona las áreas de las Ciencias de la Salud, la Tecnología y la referencia a la formación integral.

4.1.7.1. Las disciplinas que abordan el sentido de la vida

Las Artes y las Humanidades comprenden todo el estudio y la reflexión en torno a la filosofía, la ética, el ámbito humanístico y el campo de la retórica, la literatura, la historia, la arqueología y la teología. En la rama científica, se reflexiona sobre las ciencias, la física cuántica, la neurociencia, las matemáticas, la biología y la bioética, incluso sobre el campo de la medicina. Las entrevistas también arrojan datos sobre las ciencias sociales, que evalúan los escenarios del periodismo, el marketing y la economía, así como el derecho, la politología, la sociología y el campo audiovisual. También se reflexiona, con profundidad, sobre el campo de la tecnología.

Figura 41. Mapa de códigos disciplinas-Artes y Humanidades y concurrencia con otros subcódigos



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Maxqda 2022.

Los datos arrojados permiten visualizar todo lo que conlleva el estudio de las Artes y las Humanidades. Dentro de esta disciplina se estudian fundamentalmente las Humanidades, la Filosofía, las Artes, la Historia y la Arqueología. En el marco de la Filosofía es donde se van a relacionar y estudiar teorías y conceptos relacionados también con la teología, la educación, las ciencias y las matemáticas, las creencias y la trascendencia; además, es donde se aborda la reivindicación de la cultura humanística, se reflexiona sobre la honestidad y la justicia o se valora la Política.

La filosofía es la disciplina más relacionada con que el hombre se haga preguntas esenciales, le dé un sentido a la vida, medite sobre el dolor y valore la sociedad e incluso la empresa. Las Artes comprenden la reflexión sobre la actual cultura audiovisual e incluso sobre el teatro y la relación entre el cuerpo y el espíritu.

4.1.7.2. El campo humanístico

El análisis del campo humanístico lo relaciona con el sentido que el hombre le da a su vida, con la visión que adquiere sobre cómo mejorar su sociedad y sobre las diferentes proyecciones que hace de sus ideas en campos como la música, la literatura, la cultura audiovisual o el teatro.

El estudio de esta disciplina incluye la reflexión sobre el impacto de la tecnología, considerada como una competencia a la lectura, puesto que no se emplea para su fomento o como una aliada de los libros.

En el ámbito de las ciencias sociales, se trazan todas las nuevas herramientas que pueden servir para la construcción de relatos y el storytelling; también resultan de interés los estudios sobre Psicología cognitiva y lingüística, que pueden ser aplicados en la práctica del Marketing y la Literatura, y han corroborado nuevas tendencias sobre la creación de producciones literarias.

No obstante, al margen de las nuevas tendencias, se pone en valor el legado cultural que permitieron bibliotecas como la de Alejandría, donde hace 2.000 años las mejores mentes de la Antigüedad establecieron las bases del estudio sistemático de la matemática, la física, el arte, la astronomía, la literatura y la medicina.

Los grandes interrogantes del ser humano, sus grandes preguntas, se concretan en el pensamiento sobre cuestiones tan trascendentales como la muerte, que se convierte en

objeto de estudio de disciplinas que ya no son una competencia específica de la Teología o de la Filosofía, sino que pasan a ser abordadas desde un prisma científico, como ocurre con la Biología que, en palabras de Carlos López Otín, “está llamada a ser la principal de las Humanidades del siglo XXI”.

Por su parte, la historia de la Filosofía se valora como un proceso para descubrir lo verdadero. Para Rémi Brague “la historia de las ideas lo comprende todo, incluidas las tonterías, incluidas las monstruosidades, con tal de que hayan influido. Cuando miramos más atentamente el pasado, nos damos cuenta de que ya ha habido algunas cuestiones que han recibido respuestas, a veces insatisfactorias, y que no merece la pena volver a ellas. Tengo la impresión de que algunos filósofos contemporáneos recogen ideas que son muy antiguas y que no se han mostrado verdaderas, que no eran muy sólidas”.

Sobre la Física cuántica, los datos destacan que no solo trajo un cambio en cómo comprendemos el universo, sino también en cómo nosotros lo vivimos y cómo pensamos sobre él, en lo relativo a nuestra visión filosófica y cosmológica de cómo funciona el universo. Esta incorporación de la física cuántica al campo de las disciplinas supone una auténtica revolución del conocimiento.

4.1.7.3. La Filosofía y las Ciencias

Los datos relacionan las Humanidades y las Ciencias. Se considera que los puentes del conocimiento están unidos con el mundo antiguo: la propia física cuántica se considera una progresión, es decir, cómo se ha acabado culminando el conocimiento desde la antigua Grecia, cuando se empezó a entender y a hacer Física y Filosofía, a fin de comprender el mundo. La relación entre la Física y la Filosofía es abordada por la investigadora Sonia Fernández: “Quizás la línea de pensamiento que atribuiría más a la física clásica, al mecanicismo, es la de Demócrito, la de pensar que las cosas existen allá afuera, esté yo observando o no, que está todo ordenado y se puede dividir todo en pequeños pedacitos; para mí la línea de pensamiento que se acerca más a la física cuántica es quizás la de Platón, y, sobre todo, recordando el mito de la caverna”.

La Física también se considera una invitación para pensar en la Filosofía, tanto para los científicos como para los que no lo son. La cuestión reside en explicar el cosmos que está ahí fuera. Esa realidad nos invita a pensar y a hacernos preguntas tanto filosóficas como

personales: lo que se esclarece, según las entrevistas, es que nos importa la máquina que tenemos sobre nuestros hombros, ya sea de trate de una máquina de Física clásica o cuántica.

Hablar de la vida significa abrir las ventanas de la ciencia, pero también las de la Filosofía. Este planteamiento teórico subraya que no se puede abusar del cientificismo, es decir, no se puede pensar que la ciencia tenga las respuestas de todo e invita a entender otras dimensiones de la vida, incluida la trascendencia. Se remarca que solo en un punto de la historia pasada hubo la promesa de una civilización científicamente brillante: era beneficiaria del despertar jónico y vivía en la ciudadela de Alejandría, cuando las bases del conocimiento que se asentaron fueron relativas tanto a las ciencias (Física, Matemáticas, Astronomía o Medicina) como a las humanidades. En efecto, la mencionada Biblioteca de Alejandría llegó a considerarse el cerebro y el corazón del mundo antiguo.

4.1.7.4. La reivindicación de la Filosofía y el estudio de las Artes

La Filosofía, según se analiza, puede ser algo más que el lugar oscuro o complicado que nos presentan: hay formas de atravesar la incertidumbre de la vida gracias a la Filosofía y es la disciplina, que ofrece un lugar para la reflexión, permite navegar sobre lo incierto con una buena balsa, lo que constituye una buena dosis de esperanza.

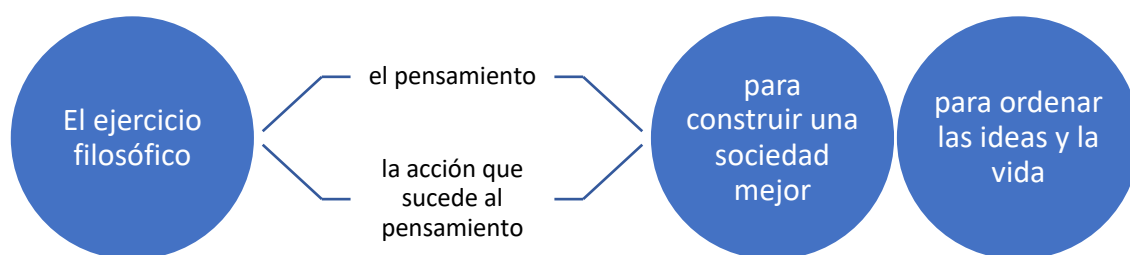
Se defiende la Filosofía como una disciplina propia de los jóvenes, que hay que entender como algo dinámico, que se mueve y está vivo. Se considera una herramienta que permite articular el pensamiento; de la misma forma que las Matemáticas enseñan cómo funcionan los números, la Filosofía enseña cómo funcionan y se usan las palabras, y cómo enlazar los pensamientos, lo que pone de manifiesto la necesidad que tenemos de ella. Se necesita como elemento civilizatorio.

Los datos obtenidos sobre la materia Filosofía incluye el estudio de planteamientos tan básicos como que el hombre sea capaz de pensar antes de actuar: este hecho, cada vez más difícil, supondría reconocer que el pensamiento ha sido previamente moldeado por la Filosofía, por lo que repercutiría, de forma directa, en las acciones que el sujeto realiza con posterioridad y afectaría también a todo lo que el hombre haga después.

La utilidad de la Filosofía reside en la idea de construir un futuro mejor, que parta de pensar, entre todos, de cuáles serían las mejores acciones para construir la sociedad y

hacerla más justa. El ejercicio filosófico también se asocia con la capacidad de poner en orden las ideas, la vida y la sociedad. En definitiva, pensar mejor para elegir y organizar mejor la sociedad y la vida.

Figura 42. El ejercicio filosófico y su utilidad



Fuente: Elaboración propia.

El análisis del Arte también ofrece diversas discusiones. En primer lugar, se plantea que es una disciplina que se entiende como emoción: “todo en el Arte es emoción”, señala el humanista Ramón Gener; esto es, por tanto, lo que despierta una obra de Velázquez o de Goya. Lo mismo ocurre con la música, por lo que es el mismo efecto que produce una obra de Beethoven. En segundo lugar, se determina que hay muchos niveles de lectura de una obra de arte.

Para Ramón Gener, sobre las artes, “primero viene la literatura, después viene la pintura, la escultura y, al final, llega siempre la música”. Su reflexión contempla la escultura o la pintura como medios para la proyección de grandes historias mitológicas; considera así que una cultura con una civilización sin mitos es una cultura pobre.

Según se desprende de los datos, el Arte se entiende también como una herida hecha luz (se explica que sirve para curarlas, para que no nos destruyan). En este sentido, la esencia del Arte y de la Literatura se basa, por tanto, en rescatar la belleza que hay en medio del horror; se trata de buscar formas de expresión que exalten la vida y la reflexión, lo que explica que la poesía se considere una fuente de inspiración.

Ilustración 32. Captura de pantalla del portal de la Fundación Juan March



Fuente: Elaboración propia.

4.1.7.5. Las Humanidades y la Educación

En este escenario, las Humanidades se entienden como todas las ciencias o disciplinas que se ocupan de lo que es propiamente humano, entre ellas, la literatura, la historia o las artes; esto, según se plantea en las entrevistas, hace ineludible debatir el papel que tiene cada disciplina en la labor de la Educación y viene a traducirse en nuevas formaciones acordes a la sociedad actual, lo que incluye la formación audiovisual, dado que la cultura de hoy se basa en la imagen. No obstante, se critica que la cultura audiovisual esté ligada al afán de consumo, lo que se considera algo contra lo que hay que luchar.

De otro lado, se reivindica el papel de las Humanidades: la defensa de las enseñanzas clásicas está claramente unida a la defensa del acervo y el poso cultural sin el que no se puede entender la literatura, la pintura, la música o la realidad histórica del presente.

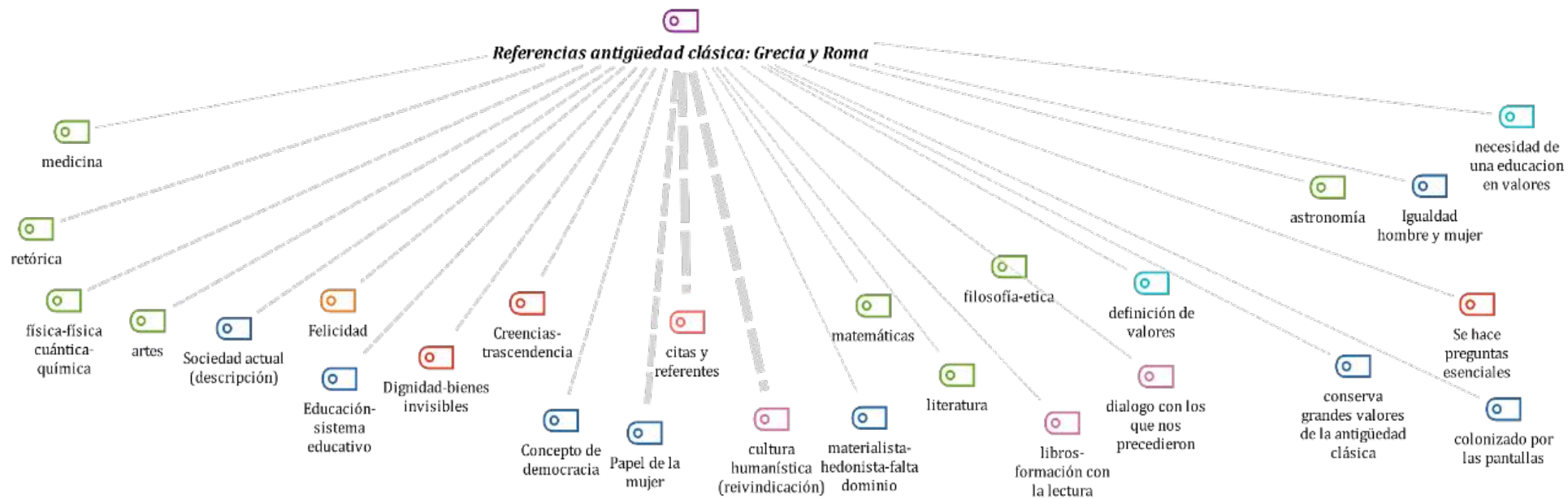
Asimismo, se defiende el papel del teatro, aunque se ha convertido en un arte de minorías y se ha visto reemplazado por el cine, que recupera, en cierto modo, la grandeza del teatro.

4.1.8. Referencias a la Cultura clásica

Según se desprende de los datos analizados, las referencias a la Antigüedad Clásica de Grecia y Roma están relacionadas con todas las áreas del conocimiento y con diversos conceptos.

La asociación entre el conocimiento y la cultura griega y romana refiere a las disciplinas de las Artes, la Medicina, la Física, la Retórica y la Literatura, las Matemáticas, la Filosofía y la Ética, y la Astronomía. Asimismo, el legado cultural de la Antigüedad Clásica se relaciona con el análisis de la sociedad actual y el sistema educativo que integra: se examina el concepto de democracia, el papel de la mujer, la definición de los valores y la comparativa con los que existían en el mundo antiguo, lo que se entiende por dignidad o incluso la relevancia de la igualdad entre el hombre y la mujer. Además, a reflexión sobre la felicidad o sobre las creencias y la trascendencia conducen a la Antigüedad Clásica. El legado es tan abrumador, que la crítica de la sociedad actual, relacionada con el narcisismo y con el impactante poder colonizador de las pantallas, solo puede presentar visos de mejora si se atiende a la lectura y a la reivindicación de la cultura humanística.

Figura 43. Mapa de códigos referencias antigüedad clásica: Grecia y Roma

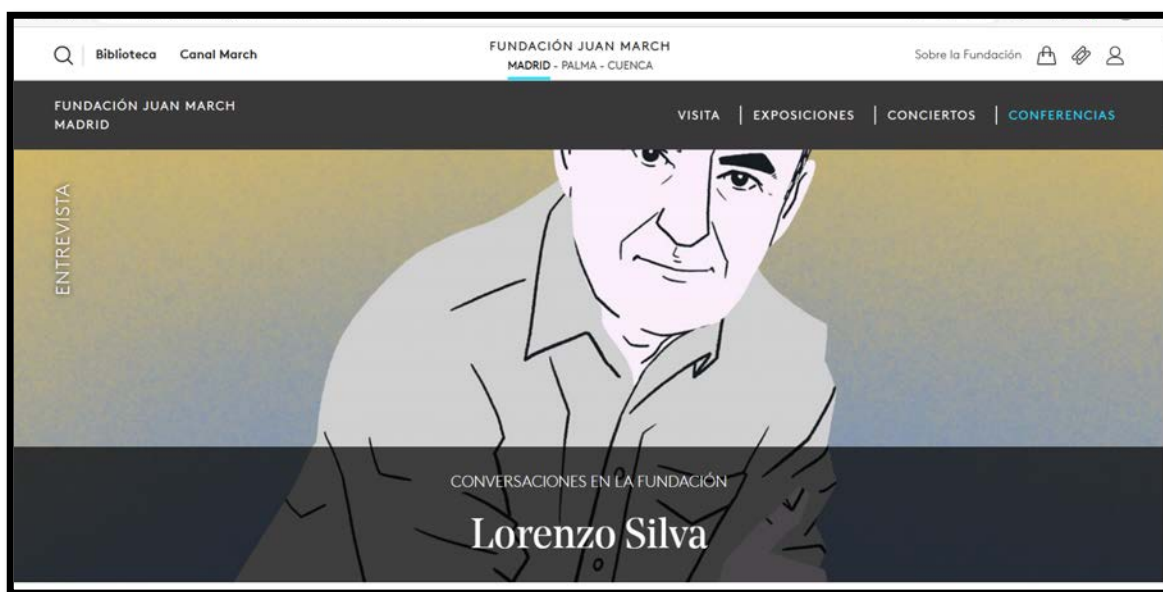


Fuente: Elaboración propia a partir de la Maxqda 2022.

4.1.8.1. Los autores más citados de la Antigüedad Clásica

El análisis refleja que 25 de los 40 entrevistados (62,5%) hacen al menos una referencia a la antigüedad clásica. El autor clásico que recibe más citas es Homero (18) y sus obras *Ilíada* y *Odisea*, así como algún personaje de estas epopeyas, como son Ulises y Penélope. Le sigue Aristóteles (8), con mención especialmente a sus obras *Retórica* y *Poética*; Platón y el mito de la caverna; (6) y Séneca (6); Sófocles, concretamente por los personajes de Antígona o Edipo (4); Virgilio o algún personaje de su *Eneida* (3); Tucídides (3); Sócrates (2); Cicerón (2); Cesar (2); Horacio (2); Jenofonte; (1) Juvenal (1); Marcial (1); Píndaro (1); Plinio el Viejo (1); Quintiliano (1), y Safo (1). Estos autores, filósofos, historiadores, trágicos, o poetas, forman parte, prácticamente en su totalidad, del elenco de figuras claves en la configuración del Humanismo clásico, tal y como apuntábamos en nuestro capítulo dedicado al Humanismo.

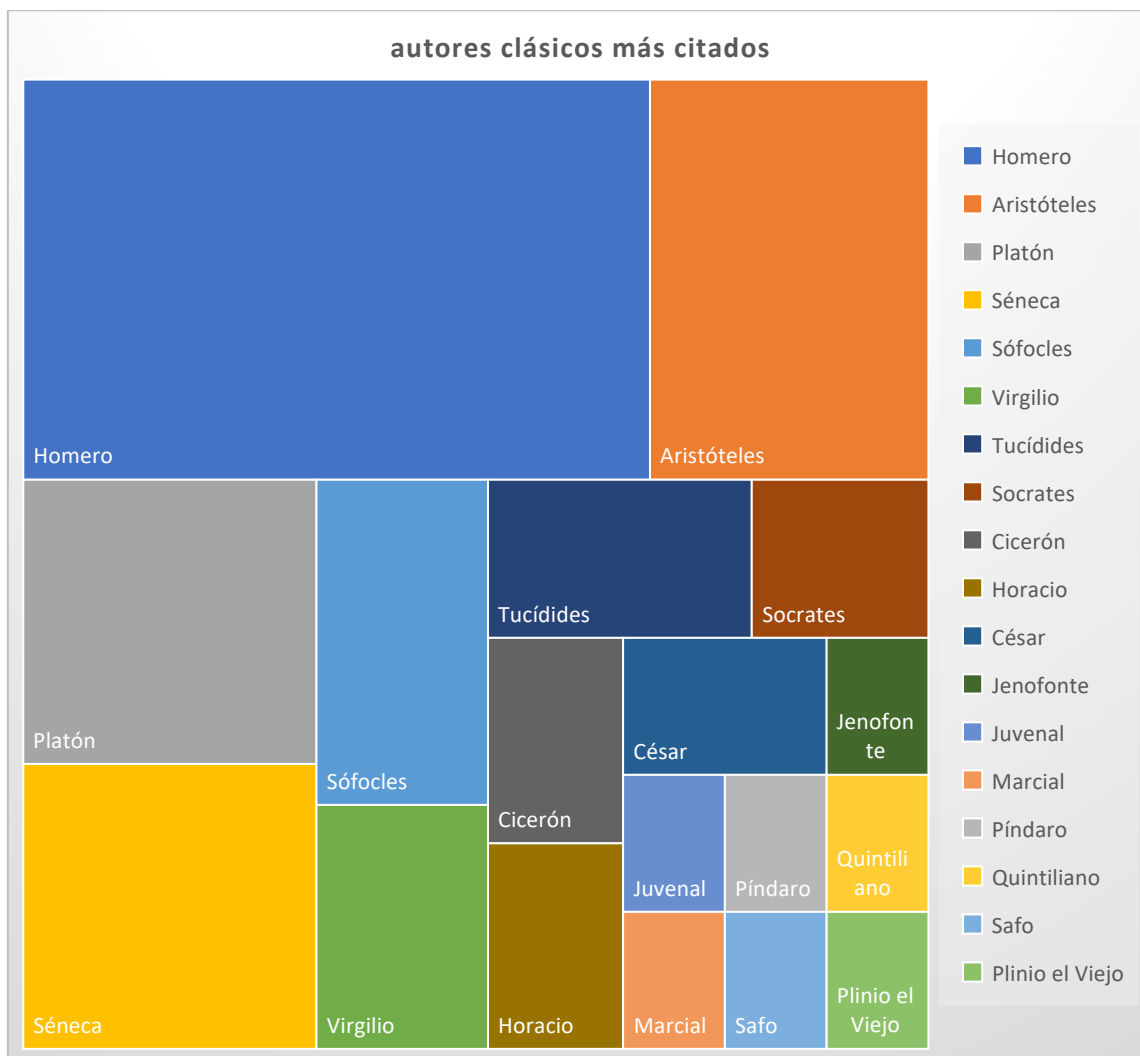
Ilustración 33. Anuncio de la entrevista con Lorenzo Silva



Fuente: Fundación Juan March.

Los entrevistados que hacen más referencias y citas a la antigua Grecia y Roma son: el filólogo helenista Carlos García Gual (18), el profesor Emilio del Río (15) y la escritora Irene Vallejo (11). Encontramos 4 referencias en las entrevistas de la filósofa Nerea Blanco, la física Sonia Fernández, el profesor Miguel Herrero de Jauregui, el escritor Lorenzo Silva, el filósofo Remi Bragué y la escritora Carmen Posadas.

Figura 44. Autores clásicos más citados

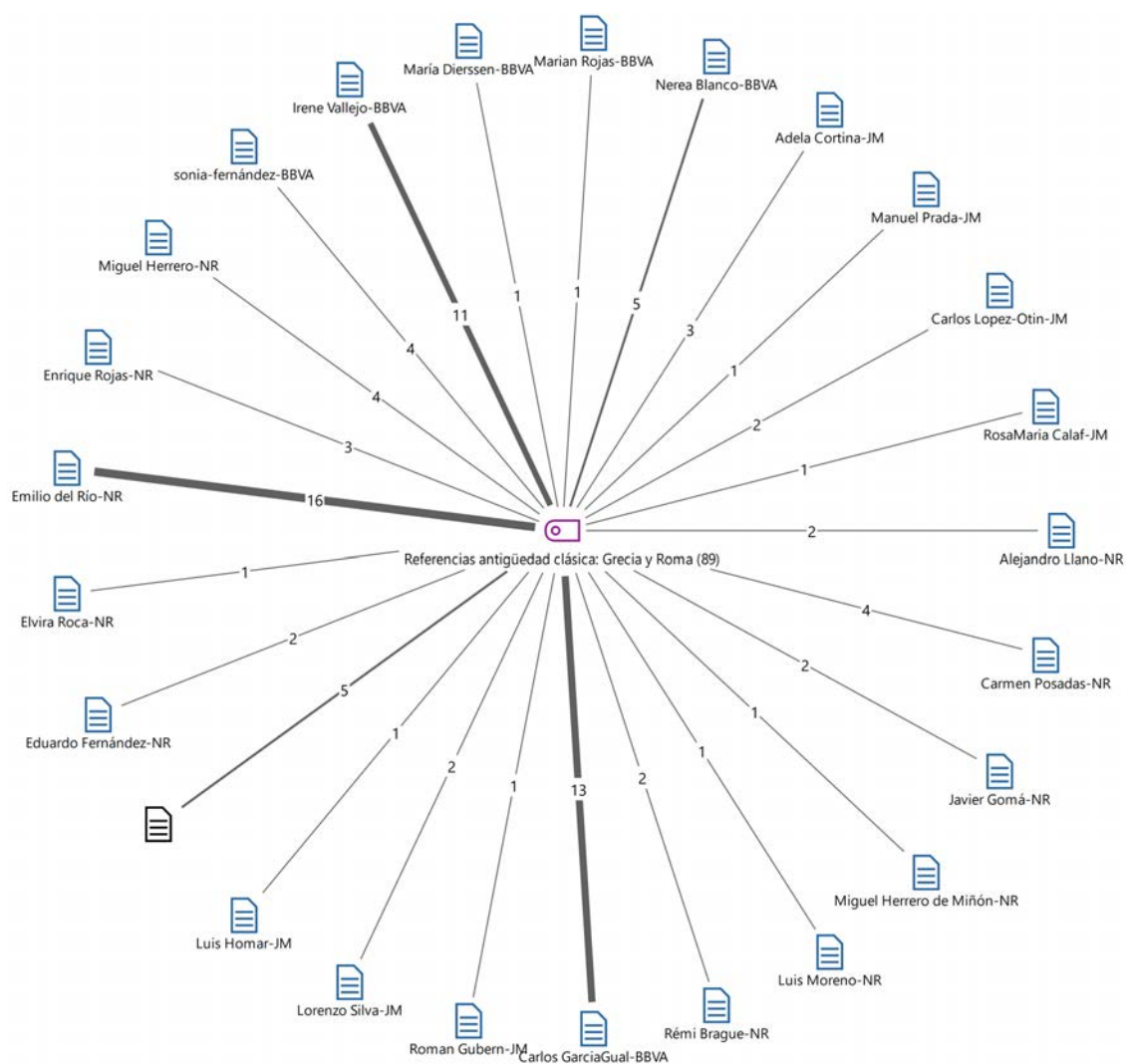


Fuente: Elaboración propia.

Además, con 3 referencias, se sitúan el jurista Miguel Herrero de Miñón, el psiquiatra Enrique Rojas y la filósofa Adela Cortina. Por su parte, el profesor Eduardo Fernández, el bioquímico Carlos López-Otín, el filósofo Alejandro Llano, el escritor Miguel Ángel Rodríguez y el filósofo Javier Gomá tienen 2 referencias cada uno. Finalmente, contienen en su entrevista 1 referencia, la periodista Rosa M^a Calaf, el escritor Manuel Prada, el politólogo Luis Moreno, la ensayista Elvira Roca, la psiquiatra Marian Rojas, el actor Luis Homar, la investigadora científica Mara Dierssen y el historiador Roman Gubern.

Lógicamente, del 62, % de autores con citas a la Cultura clásica, un 73,6% provienen de formación en Humanidades. En particular, los tres que destacan entre los demás por el abundante uso de referencias a la cultura griega y latina, poseen licenciaturas y doctorados en Filología Clásica. Pero es interesante remarcar que, de los entrevistados que provienen del campo de las Ciencias en general, en el 71, 4 % también se encuentran estas referencias; y del campo de las Ciencias Sociales, en el 50%.

Figura 45. Referencias a la antigüedad clásica en los entrevistados



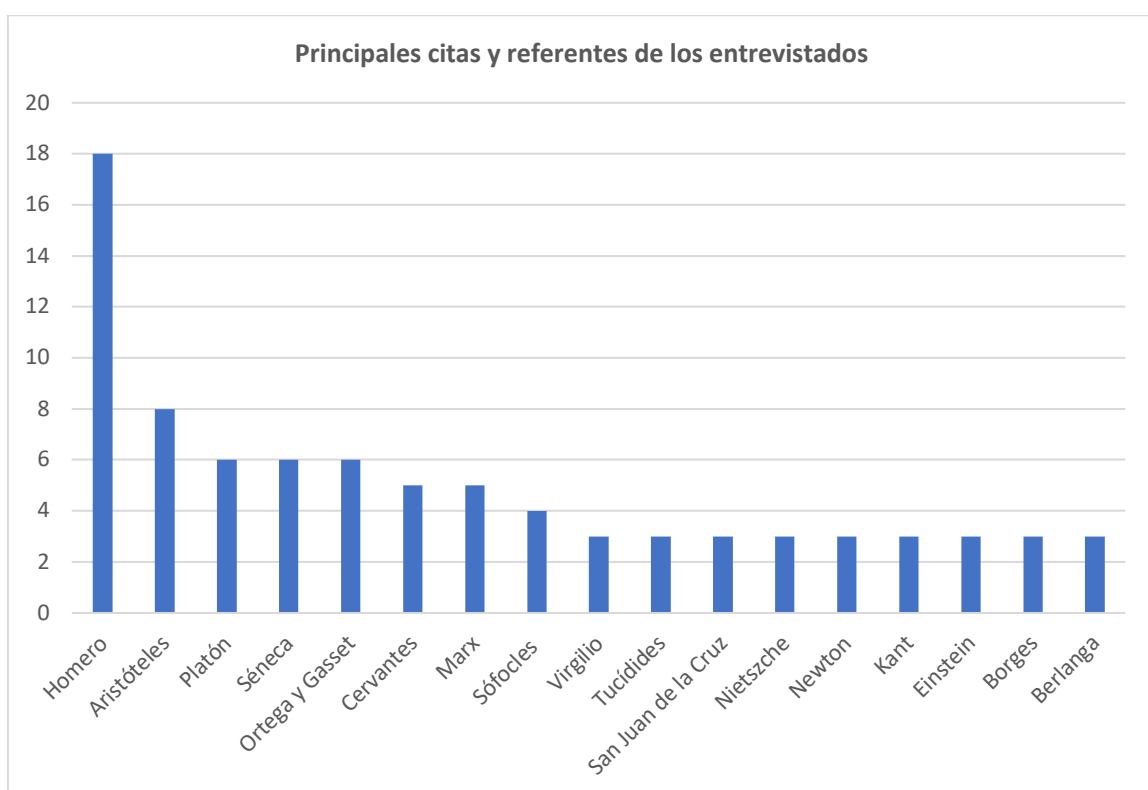
Fuente: Elaboración propia a partir de Maxqda.

De las 339 citas y referencias, 95 son a la Cultura clásica (un 28%). Con todo, entre los autores de todos los tiempos más citados, los primeros puestos lo ocupan figuras de la antigüedad grecolatina: sobresale con diferencia el poeta Homero (s. VIII a. C.), seguido

de los filósofos Aristóteles y de su maestro Platón (s. IV a. C), y el filósofo estoico hispano Séneca (4 a. C.).

Además, el conjunto de autores que, al menos, han sido citados por tres o más entrevistados contiene a los siguientes: Homero, Aristóteles, Platón, Séneca, Ortega y Gasset, Cervantes, Marx, Sófocles, Virgilio, Tucídides, San Juan de la Cruz, Nietzsche, Newton, Kant, Einstein, Borges y Berlanga.

Figura 46. Principales citas y referentes de los entrevistados



Fuente: Elaboración propia.

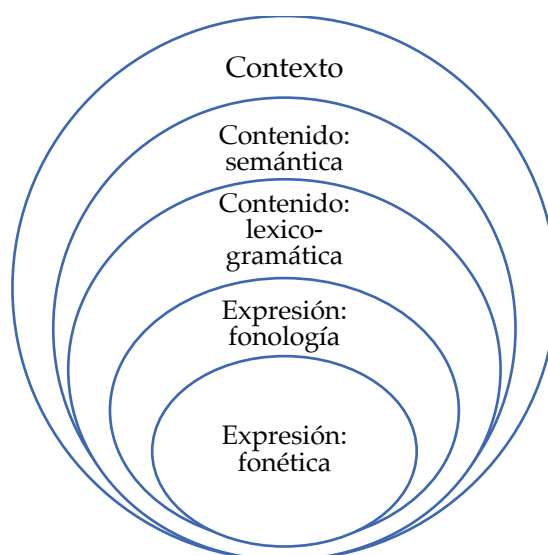
4.2. Análisis Semiótico-Retórico

Como se apuntó en el capítulo dedicado a la Metodología, el análisis del discurso realizado se completa con un análisis retórico-semiótico de contexto físico que enmarcan estos testimonios de personalidades de nuestro panorama cultural.

Enmarcamos la investigación en la semiótica social de Michael Halliday (1978), propuesta que concibe el discurso como un constructo social, que sirve para que los humanos se comuniquen y desarrollen en sociedad. Concretamente hacemos referencia a dos principios fundamentales que Halliday tiene en cuenta a la hora de estudiar los textos, la sociedad y la Cultura: la estratificación y la teoría de las metafunciones.

Por estratificación entendemos una visión del lenguaje concebido como un modelo estratificado tal y como se aprecia en la figura 48. Así, el sistema lingüístico, compuesto de cuatro estratos, está incrustado en el contexto y en la cultura. Se presupone, pues, un contexto determinado, que motiva y limita el potencial que ofrece el lenguaje. Aunque esta representación corresponde a la modalidad oral, bien puede extenderse a cualquier otra modalidad (escrita, visual...). Nosotros lo aplicamos a la multimodalidad en Internet.

Figura 48. Modelo del lenguaje estratificado



Fuente: Elaboración propia a partir de Halliday & Matthiessen, 2013.

Por su parte, el término metafunción hace referencia tanto al uso del lenguaje como a grupos de sistemas semánticos relacionados inherentes al lenguaje, los cuales permiten organizarlo (Halliday & Hasan, 1989). Las metafunciones muestran la evolución y el desarrollo del lenguaje para cumplir ciertos propósitos en la sociedad. Son tres: a) El significado ideacional: el lenguaje muestra nuestra concepción del mundo a través de construcciones lógicas y de experiencia; b) El significado interpersonal: el lenguaje se concibe como herramienta lingüística que permite establecer una relación entre participantes o con uno mismo, y c) El significado textual: se refiere al papel que juega el lenguaje en la construcción del discurso de manera organizada y coherente.

Estas metafunciones se reconocen en el discurso de las entrevistas digitales que, en efecto, son una herramienta de relaciones interpersonales, expresan la específica concepción del mundo de los que intervienen en ella y lo hacen a través de un patrón comunicativo, dialógico y que a su vez configura un contexto determinado.

Ilustración 34. Captura de pantalla de la web de la Fundación Juan March



Fuente: Fundación Juan March.

Analizaremos, por tanto, la página principal de los portales web de los tres medios que se han seleccionado para extraer las entrevistas que han conformado la muestra del análisis de esta tesis doctoral:

1. Un proyecto cultural específico, creado y basado en la entrevista, impulsado por una entidad bancaria y por un medio de comunicación generalista de importante impacto nacional, como son BBVA y el Diario El País, con una tipología audiovisual, publicado en digital, y en un formato y escenario creados específicamente para dar contexto al proyecto y para la difusión de las entrevistas realizadas.

2. La Fundación Juan March, una Fundación con una importante actividad digital cultural con conversaciones realizadas a reputados profesionales y personalidades de marcado reconocimiento social en sus diferentes disciplinas. Las entrevistas se ofrecen en formato audiovisual en canal propio en abierto en YouTube.

3. La publicación cultural Nueva Revista. representativa por su antigüedad y alcance: de las tres que suscriben bajo el epígrafe de críticas de la cultura es la única que publica en castellano. Tal y como se recoge en su web, Nueva Revista pretende ser un espacio de debate sobre las ideas, la Cultura, las humanidades, la ciencia y el arte, razón por la que aborda las grandes cuestiones que se plantea el ser humano en el siglo XXI. Cuenta con una sección titulada Entrevistas.

Así, las páginas que van a ser analizadas son: “Aprendemos juntos” del BBVA (también ha contado con apoyo en la difusión por parte del diario El País); la sección de “Conversaciones” de la Fundación March, y la sección “Entrevistas” de Nueva Revista, publicación cultural inscrita en ARCE. En la figura 49 recordamos los datos de estos canales y su dirección web.

Figura 49. Portales digitales seleccionados para el análisis retórico

Canal de estudio	Categoría	Entidad	Web de acceso
“Aprendemos juntos”	Entidad bancaria / Medio de comunicación	BBVA y el País	https://aprendemosjuntos.bbva.com/
“Conversaciones”	Fundación cultural	Fundación Juan March	https://www.march.es/es/madrid/conversaciones-fundacion
“Entrevistas”	Revista cultural de ARCE	Nueva Revista	https://www.nueva revista.net/entrevistas/

Fuente: elaboración propia.

Para ello nos hemos servido de capturas de pantallas y del programa Maxqda22 de análisis cualitativo. El análisis se concreta, en primer lugar, en la descripción del contexto físico de la comunicación (discurso denotativo de la página web de inicio). A continuación, se analizará la retórica de la interfaz (discurso connotativo) por medio de

las estrategias persuasivas que se utilizan en dicho discurso. La unidad de muestreo será el documento resultante de la captura de las tres páginas webs. Se prepara así un análisis multimodal, de un contenido que se transmite a través de la imagen, el texto, el sonido, la interacción, y el contexto. Se estableció un esquema de codificación (Strauss & Corbin, 2002). En nuestro caso los conceptos fueron cada una de las estrategias persuasivas clásicas: ethos, pathos, logos, y las figuras retóricas encontradas. Además del primer investigador, se asignó un segundo codificador para codificar una submuestra de transcripción (10% de las transcripciones), con el fin de controlar la confiabilidad de la codificación mediante el cálculo de una confiabilidad entre codificadores. Se logró un valor kappa de Cohen de 0,82, lo que indica un buen acuerdo entre los codificadores. Finalmente se establecieron relaciones y redes que condujeron a la elaboración del informe final o trabajo conceptual.

4.2.1. Discurso denotativo de las webs

4.2.1.1. *Aprendemos Juntos (BBVA)*

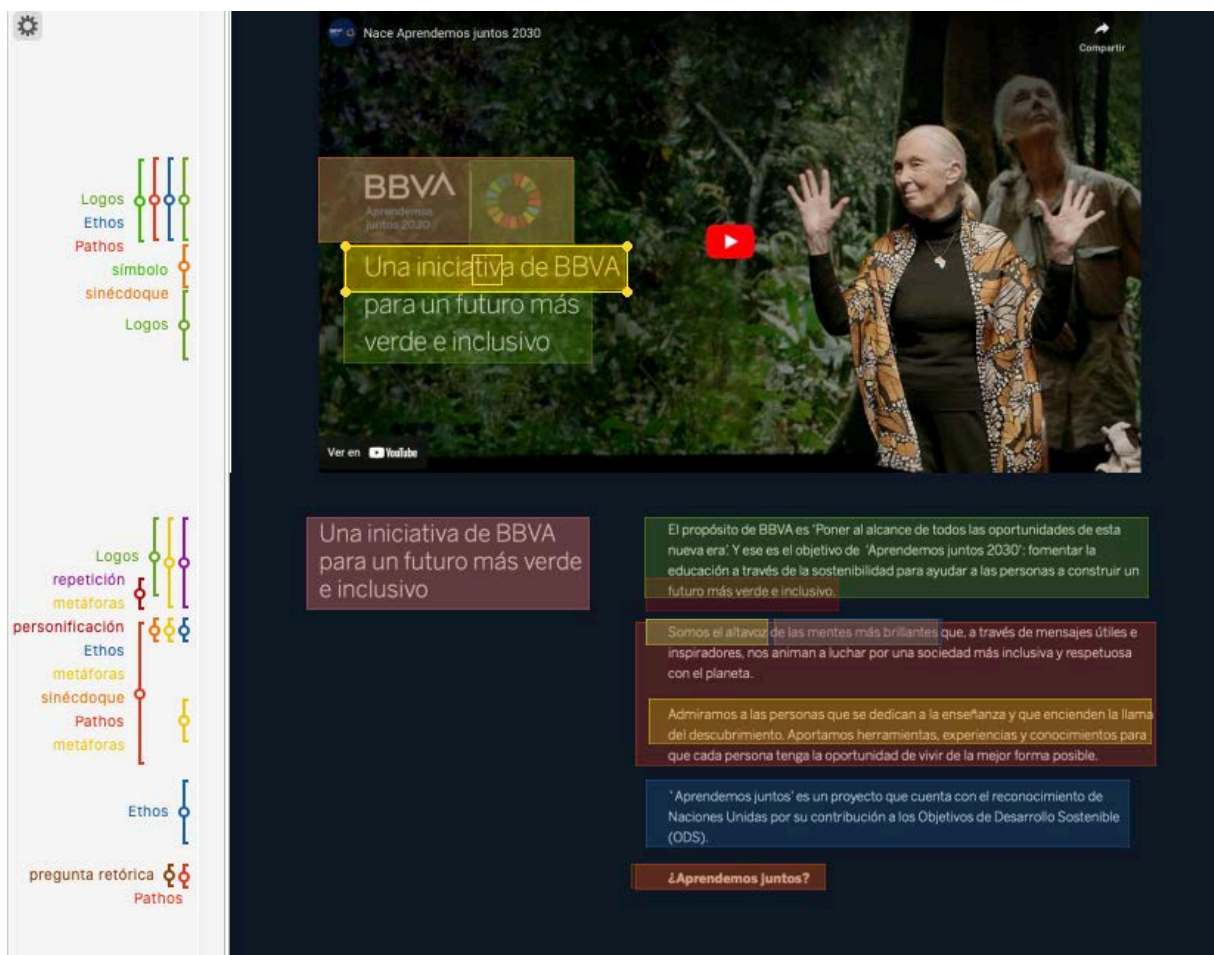
La página principal recoge en la parte superior izquierda: “BBVA. Aprendemos Juntos 2030” y el logo de la Agenda 2030 de Naciones Unidas. En la parte superior se muestra el menú con las secciones “videos inspiradores” “A mi yo adolescente” “Aprende a y Acerca de. Le siguen los iconos de Youtube, Twitter Facebook, Instagram y Tiktok y de los podcasts. A continuación, los idiomas ES CAT y la lupa de búsqueda.

Debajo y con grandes letras “Una iniciativa de BBVA para un futuro más verde e inclusivo”. Le sigue otro texto con letra más pequeña que detalla “Somos el altavoz de las mentes más brillantes, que, a través de mensajes útiles e inspiradores, nos animan a luchar por una sociedad más inclusiva y respetuosa con el planeta”. Y a continuación, un icono que al clicar sobre él da la posibilidad de ver el video explicativo del proyecto. Esta presentación revela el giro hacia los objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030. El fondo de estos textos es la imagen de la primera escena dicho video. En la parte inferior se ve un conjunto de videos agrupados en “Últimos videos” y las secciones anteriormente nombradas.

La portada es dinámica, las imágenes aparecen como en un vídeo, otorgando movimiento, lo que la hace más atractiva para el espectador. Además, se actualiza frecuentemente con diversos vídeos, remarcando cuáles son los últimos que se han

incorporado, así como destacando cuáles son los más populares. A la presentación de estos vídeos destacados le sigue el destacado de otra de las secciones, la de “Aprende a”, lo que implica una invitación a conocer el resto de la oferta del proyecto.

Figura 50. Pantalla de la web de Aprendemos Juntos en proceso de codificación



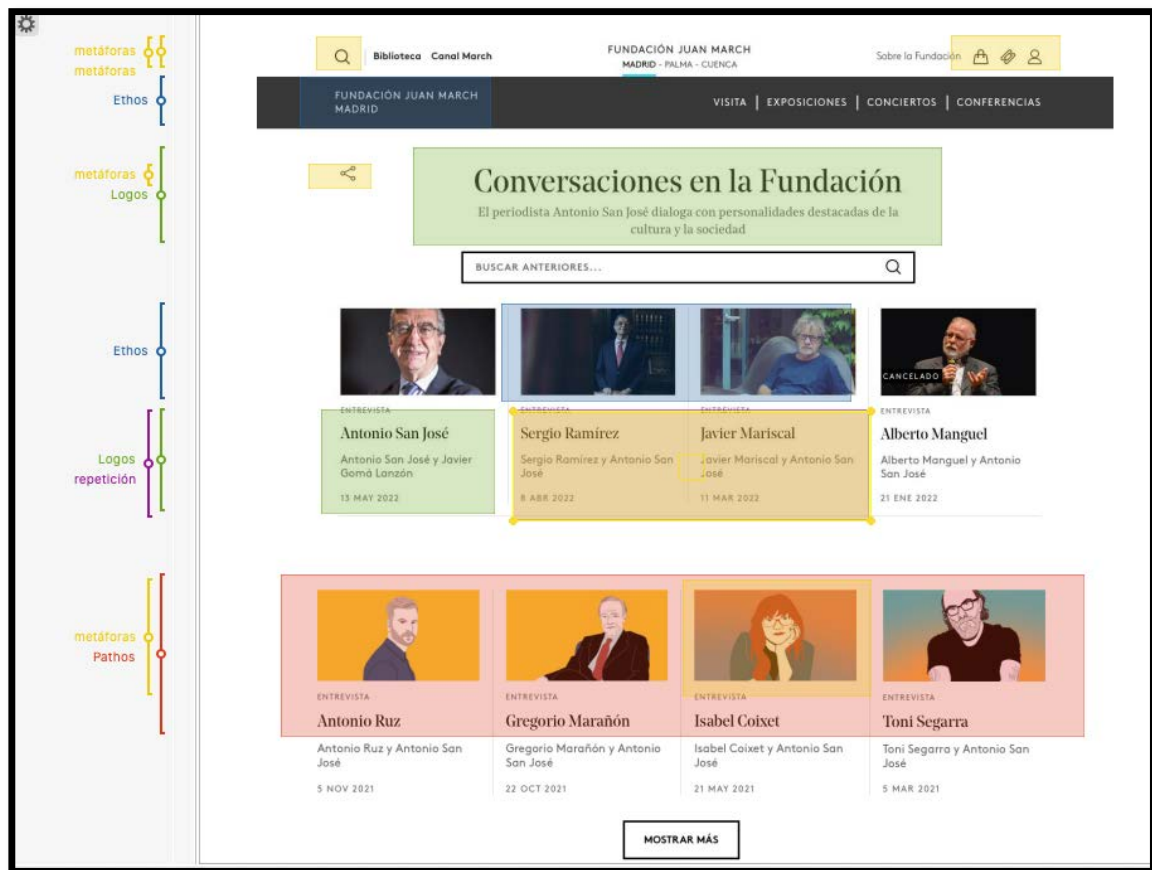
Fuente: elaboración propia a partir de Maxqda.

La portada hace uso de pequeños textos, pero se basa, casi por completo, en títulos, secciones que permiten al espectador situarse frente al proyecto y adentrarlo en su principal recurso, el vídeo de Youtube. Los vídeos son considerados, en esta web, como “vídeos inspiradores”. No se presentan como entrevistas, aunque su formato se corresponda con este género. En la figura 50 se muestra una captura de pantalla de esta web en el proceso de codificación.

4.2.1.2. Conversaciones en la Fundación (Fundación Juan March)

El título del sitio se sitúa en el centro a grandes letras seguido de breve explicación “El periodista Antonio san José dialoga con personalidades destacadas de la Cultura y la sociedad”, que de modo informativo permite conocer lo que el proyecto cultural ofrece. No obstante, en portada, se suele anunciar la próxima entrevista la fecha y unos iconos: calendario (permite registrar el evento en tus calendarios), entrada (posibilidad de comprar la entrada para asistir al evento presencial) y ver en streaming.

Figura 51. Pantalla de la web de Conversaciones en la Fundación en proceso de codificación



Fuente: Elaboración propia a partir de Maxqda.

A continuación de la lupa, se pueden visualizar los programas ya celebrados, que son presentados con el propio nombre del entrevistado. No se indica un titular destacado ni una información que resuma el encuentro, sino que se presenta con el propio encuentro entre el periodista y el personaje destacado de la entrevista, así como la fecha. El

destacado de la entrevista se acompaña de una foto o dibujo del entrevistado, en un serial de dos filas que puede ampliarse si se pulsa el botón “Mostrar más” para visualizar más entrevistas. También se ofrece otro botón para conocer el histórico completo.

Si se pincha en cada uno de ellos, se puede acceder a un breve texto que presenta al entrevistado, una galería de fotos del encuentro y las biografías correspondientes del entrevistador y el entrevistado. Asimismo, ofrece la oportunidad de ver o escuchar la entrevista clicando en un botón. En algún caso solo aparece el audio, que también se puede oír y descargar. Se puede compartir el enlace y contenido gracias al icono que figura de las principales redes sociales. Esta estética se repite de forma regular para cada entrevistado.

La portada apuesta por colores sobrios, pero gracias a la imagen dibujada en colores de algunos entrevistados, adquiere un aire más modernizado. Asimismo, la portada ofrece otros contenidos, entre los que destaca conferencias, que se pueden descargar como podcasts; así como otros formatos, entre los que encontramos autobiografías, análisis literarios, conferencias, memorias, poética o seminarios. Finalmente se ofrece la opción Comparte este contenido a través de iconos de correo, Facebook, Twitter y WhatsApp. En la figura 52 se muestra una captura de pantalla de esta web en el proceso de codificación.

4.2.1.3. Entrevistas (Nueva Revista)

Nueva Revista presenta esta sección dedicada a entrevistas con el destacado de varias de ellas, en las que hace referencia explícita al contenido, enfatizando un titular claro. Señala, de este modo, el entrevistado y autor de las declaraciones, en un texto resumen que permite introducir al lector en la propia entrevista.

La portada es sencilla en su estética, apostando por un estilo puramente informativo, con tonalidades y estilo más sobrio. Utiliza el texto periodístico y marca con claridad, en la misma portada, cuáles son los temas, las secciones, los contenidos sobre “Pensar en el siglo XXI”, la presentación de “La Revista”, el “Boletín”, la oportunidad de registrarse o el club de lectores. Son apartados a los que se puede acceder pinchando sobre ellos.

Al clicar en cada uno de los destacados de las entrevistas, se puede acceder al encuentro con el entrevistado: se presenta como entrevista puramente textual, en la que se indica con claridad el personaje invitado, acompañado de una fotografía, así como de una

presentación y una serie de preguntas. La transcripción no siempre es completa, y normalmente acompañan algunas imágenes o fragmentos de los momentos más destacados. Aparece el símbolo para compartir por Facebook, Twitter o correo electrónico. En la figura 53 se muestra una captura de pantalla de esta web en el proceso de codificación.

Figura 52. Pantalla de la web de Aprendemos Juntos en proceso de codificación

The image shows a screenshot of the 'Nueva Revista' website. On the left, there is a vertical sidebar with several labels and markers: 'Ethos' (blue), 'metáforas' (yellow), 'Logos' (green), 'Logos' (green), 'Ethos' (blue), 'Ethos' (blue), 'Logos' (green), 'repetición' (purple), and 'paralelismo' (purple). The main content area is titled 'Nueva Revista' and includes a navigation menu with options like 'PENSAR EL SIGLO XXI', 'OTROS TEMAS', 'SECCIONES', 'LA REVISTA', 'NEWSLETTER', and 'REGÍSTRATE'. The main content is organized into several article cards, each featuring a photo of the author and a quote. The right sidebar contains a 'Temas' menu with various categories like 'Bienestar emocional', 'Congreso Hispanoamericano', and 'Corrección política, lengua y diversidad'. The bottom of the page shows two more article cards with purple backgrounds.

Fuente: Elaboración propia a partir de Maxqda.

4.2.2. Discurso connotativo

4.2.2.1. Estrategias comunicativas

Aristóteles en los capítulos I-III del Libro I de la *Retórica* explica los tres tipos de argumentos que se procuran en todo discurso (1356a): el ethos, que reside en el comportamiento y la autoridad del que habla; el logos, cuando se convence por el propio discurso, y el pathos, que persuade por las emociones que despierta en el auditorio. El análisis nos permite constatar que se utilizan las tres estrategias comunicativas y que se hace de forma íntimamente relacionada (figura 53).

Ethos: el ethos se constituye, en primer lugar, como la marca de la entidad emisora, en nuestro caso, El BBVA, la Fundación March o la publicación Nueva Revista. Cada una de estas marcas gozan de gran prestigio en el panorama cultural español. Destaca el BBVA, por el recorrido en el tiempo, su alianza con el conocido diario *El País* y sobre todo por el giro que ha dado al proyecto “Aprendemos Juntos” al alinearse con la Agenda 2030 y con los Objetivos de Desarrollo de la Unesco. Esto último explica que su web recientemente haya pasado a denominarse “Aprendemos juntos 2030”. En el video explicativo del proyecto se comunica que siete millones de suscriptores siguen sus contenidos en la red. Las otras dos marcas tienen un peso y difusión menores pues se dirige a un público más específico y reducido.

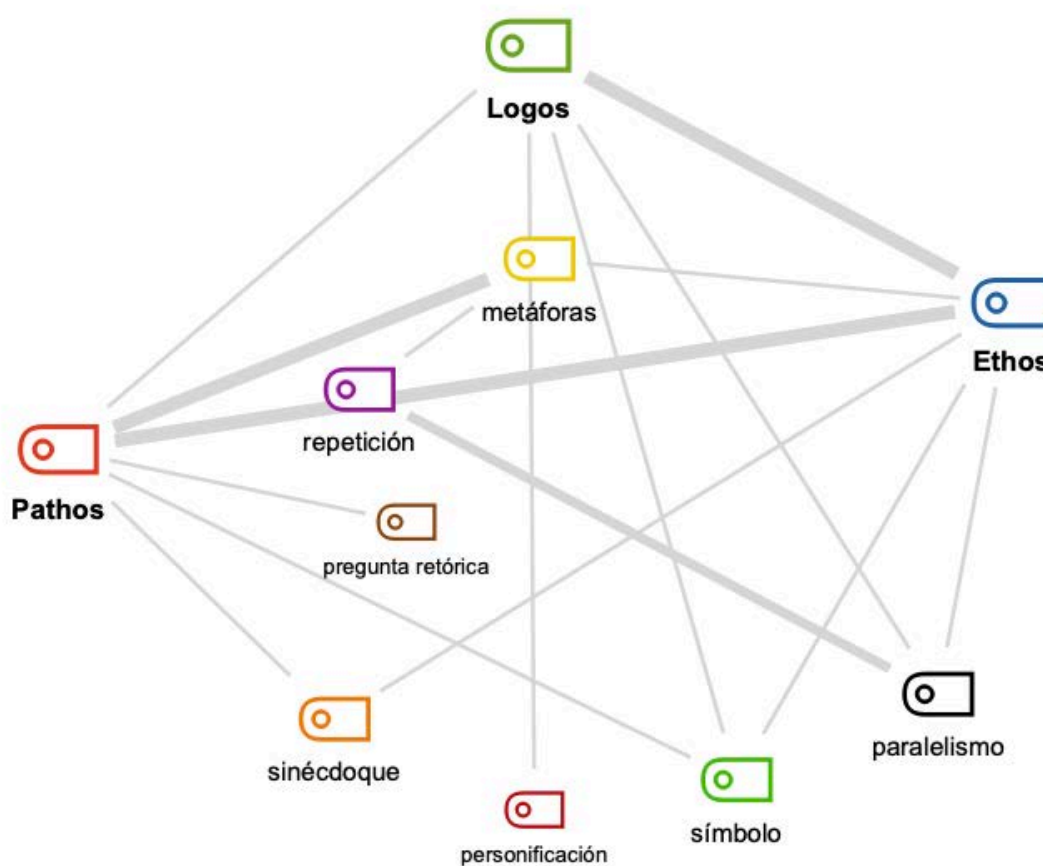
También es estrategia del ethos el emisor de cada entrevista. Según Renés-Arellano y otros (2021), el ethos es un sistema de valores público, socialmente construido en las relaciones sociales que dan sentido a la vida en común, muchas veces en la esfera digital. Y son las personas, quienes, dando sentido, organizando y regulando las relaciones en la digitalidad van constituyendo esos valores.

El elenco de personalidades que desfila por cada uno de estos proyectos culturales cuenta con un prestigio y autoridad moral. Este emisor es el que utiliza una argumentación ética, una *autoritas* que influye en el receptor de forma conductual porque el hecho de apreciar el mensaje de forma moral le provoca un comportamiento o un uso adecuado a la ética.

- **Logos:** entendemos esta estrategia como el mensaje de la plataforma. En cada comunicación se halla una argumentación lógica, basada en la coherencia, que hace uso

de razones que le permitan influir en el receptor de forma cognitiva. La aprehensión es racional y se produce tras la reflexión y la comprensión. Así, los mensajes de la página web en cada caso son directos y claros, y principalmente cumplen la misión de orientar en la búsqueda y selección del contenido. Solamente en la web del proyecto de BBVA el mensaje se explica en formato vídeo y se recogen textos explicativos.

Figura 53. Mapa de concurrencias de códigos: estrategias entre sí y con otros códigos analizados



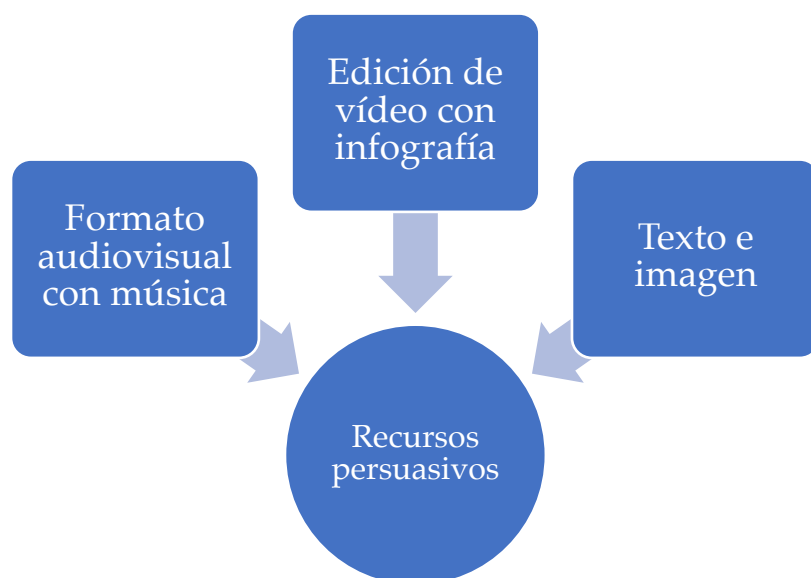
Fuente: Elaboración propia a partir de Maxqda.

También es estrategia del logos el discurso de cada entrevista, aunque solo en el caso de Nueva Revista se puede intuir el tema, al aparecer bajo el personaje entrevistado un fragmento de texto propio con una idea sobresaliente de la entrevista. Este contenido de las entrevistas es una estrategia decisiva ya que los temas y mensajes del propio discurso *per se* son claves para la persuasión. Se trata de temas de interés público por su actualidad y sus repercusiones en la sociedad.

- **Pathos:** la estrategia del pathos se asienta en los sentimientos, que son estos los que le permiten influir en el receptor de forma afectiva. Su valoración es emocional y produce en él una reacción. Por todo lo expuesto antes, inicialmente no es la estrategia dominante en este tipo de plataformas. Con todo, la web de “Aprendemos juntos” sí hace una apuesta emocional en su presentación, que viene dado por diversos recursos. En primer lugar, la implicación con los objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030, recordando los valores sobre los que debe erigirse la sociedad y la política, en aras de un futuro que sostenible e inclusivo. También se consigue una conexión emocional con los mensajes explicativos del proyecto, cargados de adjetivos tales como “inspiradores”, “brillantes”, “inclusiva”, “respetuosa”. Además, las imágenes elegidas cuentan con una estética cuidada: mujeres con gestos amigables, colorido agradable...etc.

En los casos en los que las entrevistas se ofrecen en formato audiovisual (todas las de BBVA y Juan March, y algún fragmento en entrevistas concretas de Nueva Revista) la música y la edición del video, que incluye infografía, texto, son recursos persuasivos importantes.

Figura 54. Esquema de la producción de las entrevistas audiovisuales



Fuente: Elaboración propia.

Hay que subrayar también la habilidad del entrevistador para fomentar la empatía y la relación afectiva –con su porte, su sonrisa y gestos– que en muchas ocasiones se traduce en sentimientos de adhesión, de alegría o de felicitación, por parte del público que asiste. En este sentido destaca el hecho de que en la parte final de la entrevista se muestren imágenes y se proyecten vídeos sobre algún momento destacado de la vida del entrevistado. Esto es un recurso propio de las entrevistas de la Fundación Juan March.

4.2.2.2. Operaciones retóricas

El carácter atemporal de la retórica permite encontrar sus operaciones y estrategias en cualquier medio de comunicación. En estas webs, hay un fin y, por tanto, un objetivo de persuadir de algún modo sobre ese fin. La descripción del componente retórico en estos portales se descubre en la doble consideración de la Retórica: como un aspecto natural del discurso humano que facilita las relaciones; y como una técnica con un método y unas características propias.

Hay un aspecto retórico sobresaliente en cada portal web, y es la Retórica multimodal que se genera en la combinación de texto, imagen y video, la tipografía o el color que emplea, y la peculiar organización retórica del texto en formato de micro-fragmentos de texto interrelacionados. Estas operaciones retóricas contribuyen a la persuasión del receptor y le conducen adecuadamente a los contenidos.

Se puede inferir que, en cada una de estas páginas web, se ha producido un proceso retórico que encuentra su correspondencia con las operaciones de la retórica clásica (figura 55): se ha producido una *inventio* para obtener y preparar contenidos, con la *dispositio* se han estructurado, la *elocutio* los ha expresado en un proceso de multimodalidad y se han comunicado con la *actio* o *pronuntiatio*.

En primer lugar, la *inventio* marca de manera clara la elección y el conocimiento de los elementos implicados en la interfaz. Se han planteado las características generales de cada web, las tareas que ofrece al usuario y los objetos digitales que acompañan esas acciones, sean links, iconos, imágenes, textos o sonidos, que forman un todo o escenario.

El diseñador web ha tenido que realizar la búsqueda de temas y argumentos para la construcción de discurso hipermedial. Los rétores clásicos acudían a los lugares comunes o los *tópica*, y ahora el webmaster busca una *tópica* hipermedial. Alayón (2009) habla de *topica hyperscripti*, o repertorios hiperclasificados en la web, para localizar signos

lingüísticos, visuales y auditivos, que serán fácilmente identificables para el receptor de ese discurso hipertextual. Y si, además son atractivos e ingeniosos se asemeja a los conceptos de del *ars* y el *ingenium* propios de la *inventio*.

Figura 55. Traslado de las operaciones retóricas *inventio*, *dispositio* y *elocutio* a una web

Elementos de la Retórica clásica		Elementos de los portales web	
Inventio	<i>Tópica clásica</i>	Tópica hipermedial	
	<i>Ars, ingenium</i>	Signos persuasivos lingüísticos, visuales y auditivos	
Dispositio	<i>Ordo naturalis, ordo artificialis</i>	Orden artificial que recupera el orden natural propio de nuestra mente	
	<i>Exordium (captatio benevolentiae)</i>	Intro	
	<i>Narratio (rem docere)</i>	Mapa del sitio	
	<i>Argumentatio (altercatio)</i>	FAC	
	<i>Peroratio</i>	Pop up	
Elocutio	<i>Ornatus (figuras)</i>	repetición	Repeticiones frecuentes en el diseño
		catacresis	Caja de herramientas, abrir ventana
		metáfora	Alegoría del diseño
		eufemismo	Borrar un documento
		hipérbaton	No linealidad del discurso
		hipérbole	Zoom
Memoria	Memoria del orador	Memoria cibernética	
Actio	Puesta en escena del orador	Diseño de la pantalla Usabilidad	

Fuente: Elaboración propia a partir de VV. AA.

En cada una de las webs analizadas descubrimos también la segunda operación o *dispositio*, una disposición de las partes en el discurso con su *exordium*, *narratio*, *argumentatio* y *peroratio*. Solo en la página del BBVA encontramos una introducción multimedia o *intro*, donde se combina el texto con movimiento, lo que actúa como *captatio benevolentiae* y se logra así captar la atención del receptor. En las tres páginas se aprecia el mapa del sitio a modo de *partitio*, base para construir un discurso propio. El *menú*, a menudo en la cabecera o en el borde izquierdo de la web, queda presentado como un mapa de navegación, que podrá verse en el orden que el receptor decida.

La *elocutio*, se concibe en estas webs como el discurso adecuado, correcto y verdadero. En este sentido, es fácilmente reconocible por el uso que se hace de las figuras retóricas. Comunes a los tres portales podemos reconocer, el hipérbaton, ya que el discurso no es lineal y se nos permite dar saltos según el querer del receptor; la sinécdoque, cuando cada fragmento se toma por el hiperdocumento en su totalidad; la asíndeton, pues cada pantalla se percibe sin unión evidente, a otras; la hipérbole el momento que el zoom aumenta o disminuye el discurso on line; la repetición, presente en la frecuencia con que los textos o los diseños se repiten dentro de la propia web.

Protagonismo especial cobra la figura retórica de la metáfora. La encontramos en términos generales y aplicada al diseño de cada web, en la *Home*, espacio habitable, desde donde se parte para la navegación, y que además es un espacio reconocido por cualquier usuario. En cuanto a figuras retóricas singulares, BBVA es quien cuenta con más recursos retóricos en su texto: metáfora (“Somos el altavoz”; “futuro verde”), sinécdoque (“de las mentes...”); repetición (“videos inspiradores”, “...que a través de vídeos inspiradores”); personificación (“futuro inclusivo”); pregunta retórica (“¿Aprendemos Juntos?”). Por su parte, Nueva Revista, con un diseño, sencillo y sobrio, utiliza las figuras paralelismo y repetición para la distribución de los contenidos. Y recoge metáforas audiovisuales como iconos que señalan “compartir” o la imagen de la lupa para realizar búsquedas dentro de su web. Igualmente, en la web de Juan March el contenido se distribuye de tal manera que se aprecia repetición y paralelismo. También cuenta con metáforas audiovisuales que señalan la tienda, el acceso a la cuenta personal o la compra de invitaciones. Se añade los dibujos que representan a los personajes entrevistados, particularidad que ofrece un toque de informalidad.

En cuanto a la *memoria* retórica, la acción de recordar contenidos, bien con preceptiva mnemotécnica, bien de cualquier otra forma que logre exponer después correctamente las argumentaciones, es algo que no se precisa en el contexto digital, pues todo el discurso es recuperable por la memoria cibernética.

Finalmente, la *actio* se equipara al diseño. Un diseño que comporta la elección de unos recursos para mostrar una serie de valores. A su vez, esos valores de la interfaz se identifican con la marca. Todas estas acciones se procuran llevar a cabo de una forma atractiva y persuasiva, configurando un escenario desde donde se llega al público y desde el que se espera su reacción.

De esta forma, el conjunto del diseño de cada una de las páginas examinadas responde adecuadamente a los valores de la marca. Juan March y Nueva Revista coinciden en una estética parecida en colores y formas, con un diseño formal, ordenado, apropiado para un público selecto, que se acerca más a la llamada *hight* cultura. BBVA, sin embargo, apuesta por el movimiento y por el contenido emocional con predominio del audiovisual. Se suma, además, la alienación con los objetivos de la Agenda 2030, para llegar de esta forma a un público más amplio que incluye una sección específica de “Jóvenes” con la bifurcación en “Desafíos” y en “Mi yo adolescente”.

4.2.3. Imagen y sonido en las entrevistas

Aprendemos Juntos. Cada entrevista, grabada en un video que se publica en el canal de Youtube de Aprendemos Juntos, comienza con la visión del logo y con la música de la sintonía, a piano. El formato de cada entrevista va cambiando. La mayoría empieza enfocando al entrevistado y se pasa al plano general del entrevistado y el entrevistador, sentados frente a frente en un escenario. El entrevistador o entrevistadora es un profesional de la educación relacionado con la temática que se va a tratar, también a veces es un padre o madre de familia. En otras entrevistas, tras presentar con la cámara al personaje entrevistado que dice algo sobre sí, enfoca al público presente, que en esa ocasión es quien realiza las preguntas de la entrevista. En ocasiones se realiza una dinámica en la que interviene el público.

Ilustración 35. Fotogramas del video de la entrevista Un viaje por el arte y la música a través de las emociones. Ramon Gener



Fuente: Youtube.

Conversaciones de la Fundación. En cuanto a la grabación de la entrevista en la Fundación Juan March, la cámara enfoca el escenario del teatro donde se realizan todas estas entrevistas, en el que se encuentran entrevistador (el periodista de siempre) y entrevistado frente a frente en sillones y con una mesita en medio. En el fondo hay una pantalla que proyecta la entrevista y otros recursos. Es un ambiente serio y formal, propio de la Fundación. Con todo se aprecia la presencia del público, a oscuras, al que alguna vez se hace referencia, o se escuchan sus murmullos o aplausos. Como nota distintiva estas entrevistas ofrecen en la parte final de espacio videos o fotos del personaje entrevistado, de su obra, su vida, lo que le da un tono cercano y dinámico al formato. Cada grabación se encuentra también en el canal de YouTube de la Fundación.

Ilustración 36. Fotograma de la entrevista a Soledad Becerril en La Fundación

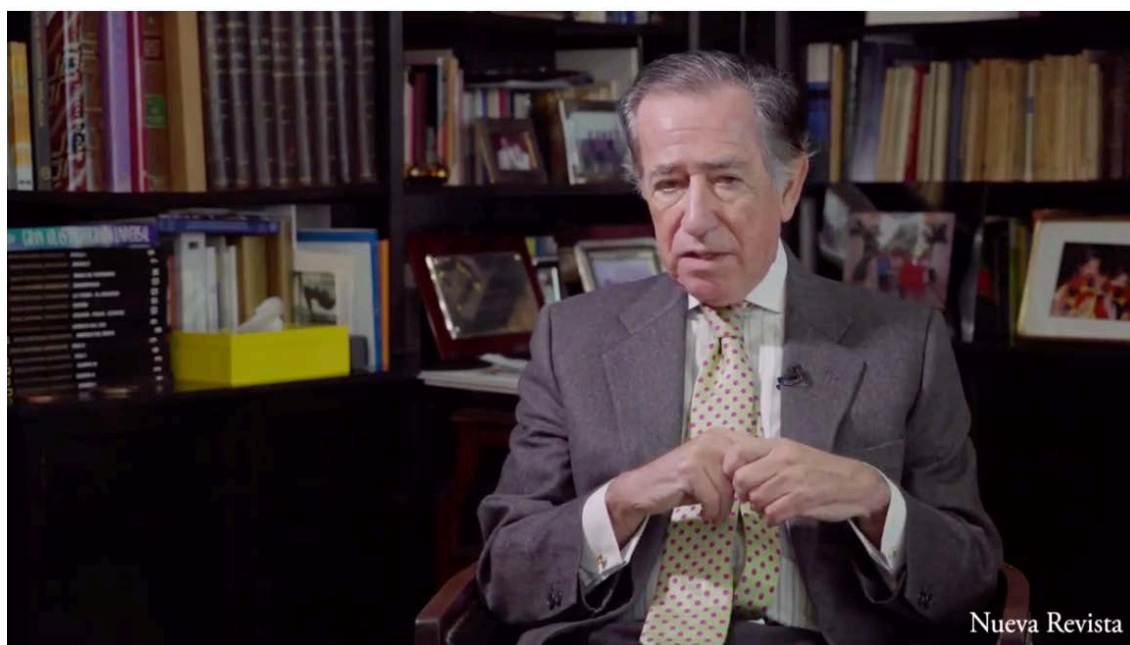


Fuente: Youtube.

Entrevistas. No todas las entrevistas de Nueva Revista ofrecen una grabación en vídeo. Sólo algunas pocas insertan un fragmento de estas entrevistas editado con algo de música, el texto de la pregunta o de la temática que se afronta en ese momento que se está reproduciendo, y los créditos con los datos del entrevistado. Se recogen en su canal de Youtube dedicado a entrevistas. El entrevistador que apenas aparece suele ser el

director de la revista, pero en ocasiones es otro académico de prestigio quien realiza este papel.

Ilustración 37. Fotograma del video de la entrevista a Enrique Rojas para Nueva Revista



Fuente: Youtube.

4.2.4. Datos de participación en redes y difusión on line

A continuación, aportamos los datos de difusión on line, las distintas cifras en el número de suscriptores, vídeos y visualizaciones de cada uno de los portales estudiados⁵.

El portal con un mayor alcance y una mayor difusión on line es el de Aprendemos Juntos, que identifica su marca junto al número 2030, en una clara alineación con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) de la Agenda 2030. Este portal, en su canal de Youtube presente más de 3,76 M de suscriptores, 1,1 K vídeos y 789.021.022 visualizaciones. Sus redes sociales se amplían a Instagram, Facebook, TikTok y Twitter, entre otras. En su canal de Instagram, particularmente, Aprendemos juntos cuenta con 545 publicaciones, 728 mil seguidores.

⁵ Datos a junio de 2023. Recordamos que en las redes la letra K es abreviatura de mil y M de millón.

Se presentan como un canal de educación intergeneracional, con contenidos para el aprendizaje en distintos niveles, para el desarrollo social y de un mundo más sostenible. El Tiktok de BBVA tiene 237.3 K y 2.3 M de me gusta. Twitter tiene 95,3 mil seguidores. Facebook cuenta con 2 710 599 seguidores y con 1 853 670 likes.

En el caso de la Fundación Juan March, nos encontramos con 438K suscriptores, 1,6 K vídeos y 82.131.646 visualizaciones. Estos datos presentan un alcance notable por parte de una institución que, desde su origen, se posiciona como una entidad para la difusión de los principios del Humanismo en los que, según expone, se consideran tiempos de incertidumbre. Su alcance es notable en el ámbito cultural, puesto que cuenta con exposiciones, ciclos de conferencias, conciertos, actividad, teatral y biblioteca de música, que sirven de escenario para la difusión de todos sus contenidos culturales y para una importante comunidad social interesada en el ámbito de la Cultura. Su interés se extiende a la promoción de la investigación científica. El twitter de la Fundación cuenta con 39,4 mil seguidores y ha publicado 24,8 mil tweets desde su creación en marzo de 2011. En cuanto al Facebook encontramos 28 mil Me gusta y 32 mil seguidores. Instagram, por su parte, tiene 455,8 mil seguidores.

En el caso de la edición cultural de Nueva Revista, nos encontramos con 1,48 K de suscriptores, 107 vídeos publicados y 106.619 visualizaciones. Los datos son menores que en los casos anteriores. Ciertamente que la publicación se unió a este canal apenas cinco años, en febrero de 2018. Parece que la entidad pone más acento en la reflexión que en la divulgación. En esta línea, en la descripción de su canal de video incide en que es un espacio dedicado al análisis de la sociedad contemporánea y a la reflexión sobre ella en los órdenes de la política, la Cultura, la ciencia y el arte. El Facebook 2579 Me gusta y 2637 seguidores. Twitter 6.021 Seguidores desde diciembre de 2011. En Instagram solo tiene 90 seguidores.

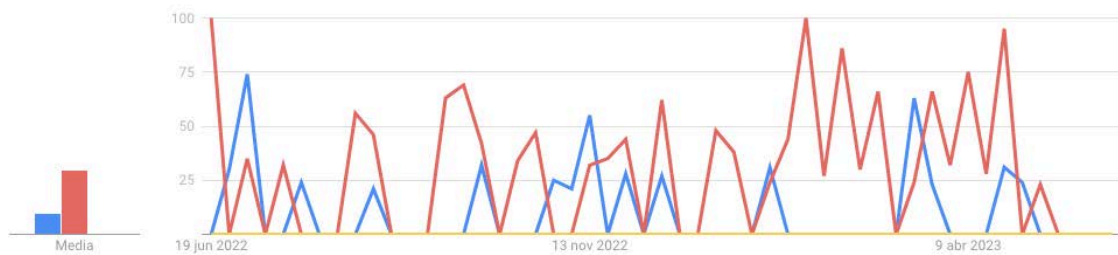
Figura 56. Número de seguidores en redes sociales

	YouTube	Facebook	Twitter	Instagram
BBVA	3,76 M	2 710 599	95,3 K	728 K
Juan March	438 K	28 K	39,4K	455,8K
Nueva Revista	1,48 K	2637	6.021	90

Fuente: Elaboración propia.

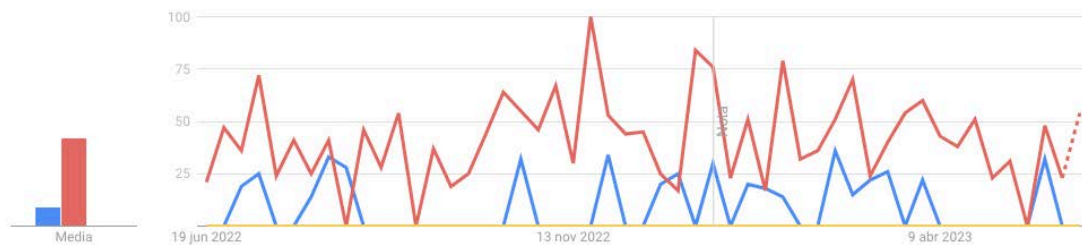
La herramienta Google Trends nos ha permitido conocer la evolución del número de búsquedas a lo largo este último año (de junio del 22 a mayo del 23) de los tres portales de estudio.

Figura 57. Búsqueda comparativa de Google Trends de la web de Aprendemos Juntos (rojo), Conversaciones en la Fundación (azul) y Nueva Revista (amarillo)



Fuente. Google Trends.

Figura 58. Búsqueda comparativa de Google Trends de los YouTube de Aprendemos Juntos (rojo), Conversaciones en la Fundación (azul) y Nueva Revista (amarillo)



Fuente. Google Trends.

Estos datos confirman por parte de la audiencia que el portal con un mayor alcance y una mayor difusión on line es el de Aprendemos Juntos con un elevado número de búsquedas desde múltiples puntos del Planeta, seguido de los contenidos de la Fundación Juan March. Obviamente debido a su naturaleza y ámbito mucho más restringido que los anteriores medios, el portal de Nueva Revista a nivel global no ofrece datos significativos de búsquedas.

4.3. Análisis de las entrevistas a los responsables-entrevistadores

Completamos el análisis con las declaraciones y comentarios de Antonio Sacristán, periodista y responsable de entrevistar en La Fundación Juan March, Pepe Grau, director y entrevistador de Nueva Revista y Ana.

El análisis se ha realizado en torno a tres epígrafes: el perfil del entrevistado, la relación con el Humanismo y los datos de difusión. Reproducimos algunos textos de interés.

4.3.1. El proyecto de Aprendemos juntos

La entidad bancaria, BBVA España, desarrolla "Aprendemos juntos" como un proyecto de marca nacional y que, desde el pasado año 2022, se ha convertido en un proyecto global.

Perfil del entrevistado.

Para Ana Gómez, la selección de los entrevistados responde a las inquietudes de las personas: Cuentan con una hoja de ruta que responde a las preocupaciones e intereses de la sociedad. En el equipo hay un comité editorial que hace un *research* para una vez definida la temática, encontrar quién es el mejor protagonista para hablar del tema, que no siempre tiene que ser un referente o gurú, pues también se da voz a profesores. Una vez que el equipo editorial ha hecho ese *research* y ha encontrado al protagonista, se trabaja con ellos para encontrar aquello que no han contado en otras plataformas. Es esto lo que hace diferente al proyecto. Los protagonistas, legitimados, responden a las dudas de la sociedad de una forma didáctica y cercana. "Huimos de la teoría como tal", afirma Gómez.

En el año 2022 el proyecto evoluciona para convertirse en un proyecto global, con una hoja de ruta que responde a los Objetivos de desarrollo sostenible. Para la responsable de Aprendemos juntos, "tenemos una plataforma con tal alcance que puede hacer que entre todos construyamos un mundo mejor, si cuido de mí, si cuido de los demás y si cuido del planeta".

Esta explicación justifica el modo en que el proyecto se estructura, en su propia página web, de forma que se asignen las entrevistas a grupos que se catalogan en relación con

los distintos compromisos con los ODS, así como se incorpora el logotipo de la Agenda 2030.

Ilustración 38. Captura de pantalla de Aprendemos juntos



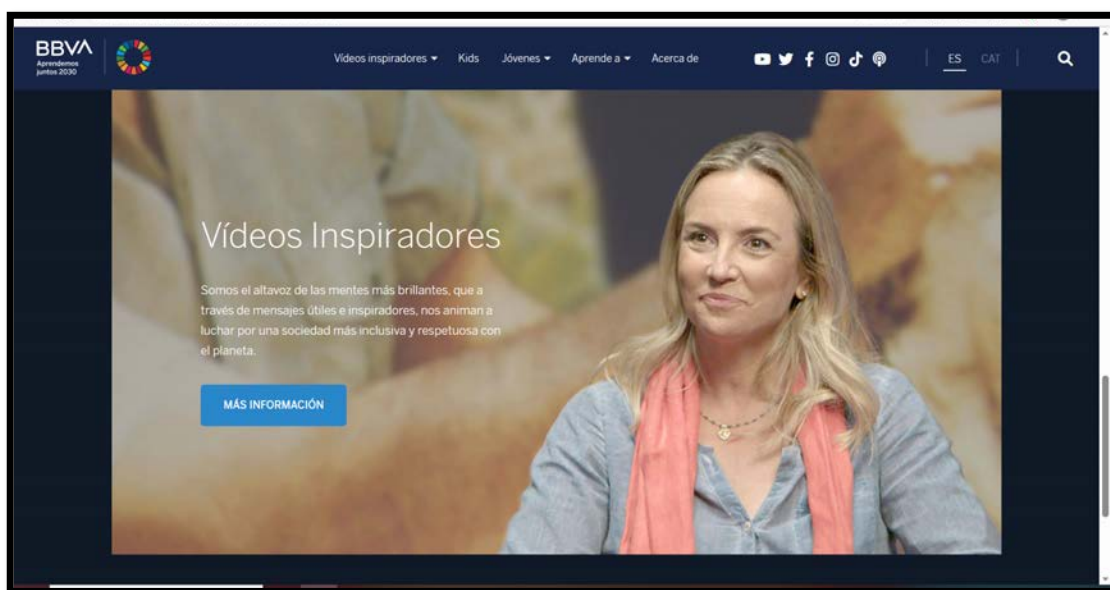
Fuente: Aprendemos juntos.

Datos de difusión.

En relación con los datos de difusión, hay que considerar que Aprendemos juntos se lanza en enero de 2018. En ese momento su distribución es solo en España, pero en junio de 2022 evoluciona a Aprendemos juntos 2030, haciéndose un proyecto global. Ana Gómez explica señala que en estos más de 5 años las métricas son impresionantes, y superan todos los objetivos que se habían planteado convirtiéndose en la plataforma referente de habla hispana. "Con más de 350 protagonistas, el acumulado de visualizaciones de AJ es de 2.650 millones de visualizaciones. Contamos con una comunidad de casi 8 millones de seguidores".

La valoración de la responsable del proyecto es la siguiente: "Para que se pueda poner en contexto, porque con estas magnitudes es difícil saber si son muchas o son pocas, nosotros hacemos la comparativa con el primer medio de comunicación del mundo, el New York Times y es que tenemos los mismos suscriptores y nuestras visualizaciones representan el 50% de las suyas. Pues teniendo en cuenta que es una plataforma que trata temas de educación y, además, una plataforma de un banco, las métricas son impresionantes".

Ilustración 39. Captura de pantalla de Aprendemos juntos.



Fuente: Aprendemos juntos de BBVA.

Aprendemos Juntos es un proyecto de marca centrado en *Branded content*, es decir, en contenido que permita reforzar la marca. Se puede concluir que el ser humano no discrimina el conocimiento o la información según el canal, por el contrario, lige por el *content* que ofrece y no por el medio que lo ofrece.

Pensamiento humanista.

En Aprendemos juntos se sienten muy orgullosos porque han contado con la participación de destacados representantes del pensamiento humanista. Algunos nombres de la esfera internacional podrían ser el historiador Yuval Harari, el lingüista Noam Chomsky o el filósofo Michael Sandel, entre otros. En el ámbito hispano: la filósofa Victoria Camps, el pensador Emilio Lledó y la filósofa Adela Cortina, como otros grandes referentes humanistas. En la opinión de esta responsable "en esta época repleta de bulos, falsas noticias y aceleración del conocimiento, pararse a reflexionar y compartir para todos los saberes es, por contraposición, más necesario que nunca".

La responsable de BBVA Aprendemos juntos reflexiona y señala: "El humanismo es una actitud de resistencia, que nos diría el escritor y helenista, Pedro Olalla. Conscientes de esa responsabilidad nos honra servir de humilde altavoz para voces de mentes tan brillantes. La UNESCO habla de la necesidad actual de descubrir nuevos valores culturales que permitan unir a la humanidad en una comunidad global capaz de conocerse y celebrarse a sí misma, de apreciar sus contrastes y diferencias, y no repetir

los errores de su pasado. Eso es lo que significa ser un humanista en el siglo XXI. No podemos seguir tomando decisiones personales y colectivas sin tener conocimiento de las cosas, sus consecuencias y sus beneficios y, en esta línea, Aprendemos juntos es una plataforma de educación que promueve valores como la diversidad, la igualdad, la convivencia, la inclusión, etc., y conocimiento de expertos, todo ello, con un enfoque optimista en la creencia de que un futuro mejor es posible. Por tanto, somos conscientes de la responsabilidad que tenemos a la hora de promover estos valores a partir de la difusión de contenidos que inspiran y nos ayudan a ser un poquito mejores como sociedad. Hemos conseguido que la plataforma sea un gran altavoz".

4.3.2. El proyecto de Nueva Revista

El proyecto de Nueva Revista se focaliza en el ejercicio intelectual del ser humano, en sus interrogantes en el siglo XXI, por lo que las entrevistas digitales que se realizan a personalidades del mundo cultural permiten una aproximación al pensamiento humanístico actual.

Ilustración 40. Captura de pantalla de Nueva Revista



Fuente: Nueva Revista.

Perfil del entrevistado.

En Nueva Revista el principal criterio es que el entrevistado tenga algo que contar que valga la pena; para el contenido, lo mismo, que sea relevante. "En ambos casos, el

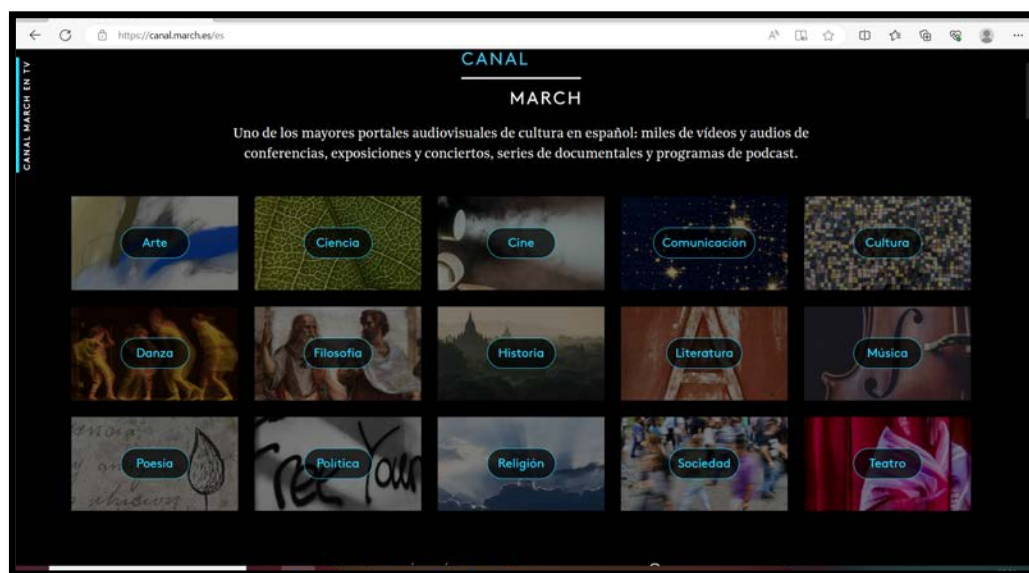
producto ha de suponer un auténtico bien para el que lo lea porque lo puede perfeccionar intelectualmente si permanece en esa lectura atenta y paciente hasta el final, como si se tratara de la lectura de un gran libro".

Pensamiento humanista.

Para José Manuel Grau, el contenido de las entrevistas difunde parte del pensamiento humanístico actual. "En parte, sí, puesto que Nueva Revista no puede abarcarlo todo; y diría también que lo refleja". Para el director de la publicación, "los expertos en las distintas disciplinas y las personalidades de la Cultura no siempre son los nuevos humanistas del siglo XXI, porque no son dos campos idénticos". Respecto al pensamiento del ser humano sobre la vida y la sociedad en el mundo de hoy, subraya "la clave que me parece decisiva para reajustar ese pensamiento: la vida tiene sentido y vale la pena ser vivida, pero para ello hay que estar dispuesto a sumergirse en una búsqueda continua de la verdad y a reajustar la conducta a esa verdad, que existe. La frase tan oída en la actualidad que dice «No me arrepiento de nada» expresa, en mi opinión, una enorme superficialidad, además de que es falsa si se charla detenidamente con el que la pronuncia".

4.3.2. Las conversaciones de la Fundación Juan March

Ilustración 41. Captura de pantalla de la Fundación Juan March



Fuente: Fundación Juan March.

La Fundación Juan March aborda un proyecto de difusión de la Cultura muy diverso, puesto que no solo se centra en la realización de entrevistas, sino que realiza también ciclos de conferencias, talleres o exposiciones.

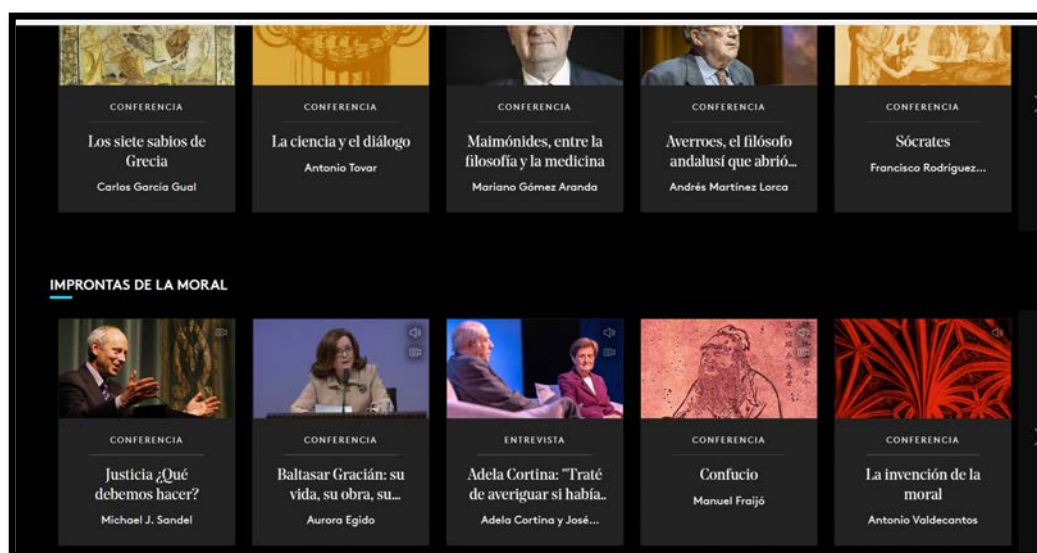
Perfil del entrevistado.

Para Antonio San José, periodista, interlocutor y entrevistador en las producciones analizadas de esta Fundación, la selección de las personalidades responde siempre al interés del entrevistado para los públicos habituales de la Fundación Juan March y, obviamente, a la relevancia y trayectoria de los personajes elegidos. En cualquier caso, el prestigio profesional es una cuestión determinante a la hora de elegir a los invitados de este formato. Subraya así que "el ámbito de estas entrevistas es el cultural, científico y académico".

Datos de difusión.

Para el periodista, la Fundación Juan March es plenamente consciente de la labor de difusión cultural que supone la celebración de estos ciclos de conversaciones, tanto en su auditorio habitual, en directo, como en la difusión posterior que alcanzan en formato de vídeo y podcast. Por ello se seleccionan cuidadosamente y se realizan en formato audiovisual de alta calidad con el fin de conseguir la perdurabilidad de este legado en la propia voz de sus protagonistas.

Ilustración 42. Captura de pantalla de Aprendemos juntos



Fuente: Nueva Revista.

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

5. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Somos conscientes de las limitaciones que presenta el ambicioso objetivo de rescatar el pensamiento humanista que subyace en la cultura actual. Requiere una más prolija revisión de lo que se entiende por Cultura, término abierto y ramificado en múltiples acepciones. También puede ser una limitación el hecho de trabajar sobre portales webs que ofrecen entrevistas culturales que responden a entidades como las revistas o las fundaciones, con campos amplísimos por sus temáticas, enfoques y con líneas editoriales tan diversas.

Hay que reconocer que los tres portales analizados mantienen una apuesta clara con el Humanismo y las humanidades. En el caso de Nueva Revista es un hecho patente esta apuesta tal y como se refleja en la descripción de su misión y de sus secciones, en las que leemos claras referencias al Humanismo la mirada a Occidente y a la Cultura clásica, y que contienen en sus títulos una llamada a valores, a la ética, la justicia, libertad de expresión o el sentido crítico. En el caso de BBVA, en una versión anterior a la que aparece hoy en su interfaz, pero con la que iniciamos la investigación, sus entrevistas se clasificaron con un apartado dedicado precisamente a Humanismo; y la Fundación Juan March –tal y como aporta la información que se obedece sobre la institución– nació precisamente en 1955 con la misión de fomentar la cultura en España y desarrolla sus actividades filantrópicas en el campo de la cultura humanística y científica.

Por las investigaciones que hemos publicado relacionadas con esta tesis, sabemos que otras revistas denominadas culturales y que ofrecen entrevistas permiten apreciar diferencias significativas en la concepción que de la Cultura tienen. Especialmente son diferencias en cuanto al perfil de los entrevistados, menos ligados a la universidad y a la investigación universitaria. También las temáticas abordadas revelan la identificación de Cultura, no tanto como cultivo del espíritu, sino más bien como conocimientos y manifestaciones artísticas de la sociedad y la difusión de estos como parte de la cultura popular.

Con todo, cada portal es un espacio donde se socializa y se tejen múltiples redes, y lugar de encuentro de visiones distintas. La muestra de entrevistas contiene suficiente variedad de personalidades en lo que se refiere a su edad, sexo, sensibilidades, ideologías y creencias, campos de trabajo, en resumen, en la visión de la vida de los

entrevistados. Por estas razones creemos que nuestro análisis consigue dar pinceladas certeras de las líneas de pensamiento por donde transita nuestra sociedad actual.

Si miramos los objetivos que nos habíamos formulado al inicio de la investigación comprobamos que la metodología empleada en esta investigación ha resultado un medio eficaz para la consecución de estos objetivos.

En efecto, el diálogo con los autores relevantes de nuestro marco teórico nos lleva a afirmar que constituye, del mismo modo que en el Renacimiento, una corriente de pensamiento en defensa de la educación en valores y comprende también el elogio y la valoración de los clásicos. La revisión del Humanismo hoy debe contener, por consiguiente, el mismo planteamiento: el movimiento de espíritu, a la vez estético, filosófico, científico y religioso; debe reparar en el carácter global de la sociedad; puede reconocer nuevas corrientes de pensamiento, así como la influencia de la cultura grecolatina; y puede caracterizarse por el esfuerzo, individual y social, de revalorizar al hombre y su dignidad.

Asimismo, en este escenario, podemos reflexionar sobre el humanista digital, que confirma su capacidad para impregnar la cultura de una forma global, con un impacto a nivel internacional en cuanto a espacios y tiempos que no han tenido precedente hasta el siglo actual. En este escenario, coincidimos con las afirmaciones de Lévy (2007) y su concepto de inteligencia colectiva. El Humanismo viene de la mano de la Cultura y, por tanto, de la Cultura Digital. La digitalización ha modificado, de forma sustancial, la propia difusión de la Cultura.

En el cumplimiento de este objetivo, aclaramos que las disciplinas relacionadas con el pensamiento humanístico son las relacionadas con las Humanidades, fundamentalmente; aunque no de forma exclusiva. El pensamiento humanístico también está relacionado con las Ciencias Sociales y con el ámbito científico y tecnológico.

El concepto de entrevista como género periodístico es indiscutible en una sociedad marcada por la imponente influencia de la Comunicación. De este modo, la entrevista como género es una realidad y constituye una herramienta clave para la difusión del conocimiento, para la comunicación de los saberes. Si esto se realiza en plataformas digitales, se reconfirma como género indiscutible para la transmisión de conocimiento y para la difusión de la Cultura. Una vez definida el concepto de entrevista digital, es

constatado el alcance de ésta, lo que se ratifica gracias al contenido y a los datos de difusión recogidos en el trabajo.

Se reconoce así el cumplimiento de un objetivo relacionado, que es la constatación de la entrevista cultural digital como un cauce y un medio eficiente para la difusión del pensamiento humanista. Si nos detenemos en la valoración de algunos de los resultados de difusión on line, comprobaremos que la discusión teórica queda influenciada directamente por unas métricas que manifiestan que la transmisión del pensamiento del ser humano ha tenido incluso un mayor alcance en plataformas con referencia y prestigio internacional.

Respecto del objetivo relacionado con la posibilidad de mostrar las entrevistas culturales como una comunicación dialógica, que se sirve de la retórica de su interfaz como elemento de persuasión, podemos subrayar que la entrevista como género dialógico en sí misma, refuerza su influencia gracias a la digitalización. Los entornos digitales incrementan la persuasión de la producción informativa. Con todo, diversos aspectos tratados en torno a la entrevista on line, como puede ser el valor de la música, de las imágenes y videos introducidos en el curso de algunas de ellas, apenas han sido incoados y exigirían una mayor profundización.

En cuanto a los dos últimos objetivos propuestos, es decir, extraer el pensamiento humanista que se difunde a través de la entrevista divulgativa a personalidades del mundo cultural actual, y visualizar de alguna forma el pensamiento humanista del presente, podemos sostener que el corpus de análisis constituye una demostración, en sí misma, del relato buscado. La selección de las entrevistas y el estudio de su contenido nos ha ofrecido una extracción del pensamiento del ser humano en el mundo actual. Resulta obvio que la muestra de la investigación limita la profundidad del conocimiento, porque conforma una parte y no una totalidad; no obstante, supone un relato que compone el pensamiento humanista y que permite visualizar lo que el hombre, en el siglo XXI, conoce e interpreta en relación con la sociedad o la vida.

Como **líneas para futuras investigaciones señalamos dos interesantes** temas que se abren camino al hilo de estas consideraciones. Por un lado, el estudio y análisis del lenguaje no verbal que se despliega en las entrevistas. Por otro, resulta inevitable plantearse la relación entre el Humanismo y la retórica en la inteligencia artificial.

Ilustración 43. Captura de pantalla del portal de Nueva Revista



Fuente: Nueva Revista.

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

6. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el apartado del análisis de los resultados y la discusión de estos, procedemos a redacción de las conclusiones. En este capítulo expondremos primeramente las conclusiones del análisis del discurso y del análisis semiótico respectivamente, que nos servirán para verificar las hipótesis planteadas al comienzo de esta investigación. A continuación, expondremos cómo ha sido la consecución de los objetivos. Estas reflexiones nos conducirá a las conclusiones generales de la tesis.

6.1. Conclusiones del análisis de contenido. Verificación de las hipótesis

6.1.1. Conclusiones del análisis del discurso

Recordemos que la hipótesis 1 se formuló de la siguiente manera:

H1. Las entrevistas digitales divulgativas que se realizan a personalidades del mundo cultural permiten exponer y, por tanto, componer de forma asequible un relato representativo del pensamiento actual.

La investigación ofrece, gracias al análisis que se ha realizado, una valiosa información humanística. El contenido obtenido en las entrevistas es un elemento preciado, por la enorme capacidad de describir la sociedad del siglo XXI con tono unísono por parte de los entrevistados y según se desprende del estudio, así como por todos los datos que ofrece respecto a los ejes de contenido analizados (sociedad, persona, valores, cultura y disciplinas). Es esta información la que da forma y contenido al relato que componemos, por lo que constituye un importante elemento de valor: se trata del relato del pensamiento humanístico del siglo XXI.

En cuanto a la visión de la sociedad, hay una alta coincidencia en la descripción negativa del modelo social. Los entrevistados coinciden en las consecuencias adversas de una estructura dominada por la prisa. La velocidad se ha convertido en uno de los principales enemigos del ser humano, incapaz de detenerse en la reflexión y de obtener un espacio en el que calmarse, pararse y pensar. Se infravalora la introspección y la

capacidad de pensar críticamente en una sociedad superficial, pero los entrevistados, los expertos, los humanistas, ponen el foco en la necesidad e importancia de lo opuesto: debe haber espacio para la calma, para el pensamiento y para la reflexión. Se demanda, de este modo, un ritmo más lento, acorde a la esencia humana, que sigue sintiendo por dentro la necesidad de frenar y disfrutar de la existencia.

Pero la crítica de la sociedad es unánime, no solo por cuanto refiere a ritmos de vida excesivamente veloces, sino por la superficialidad, el narcisismo, la corrupción y la falta de valores. Esto implica, por tanto, que podemos concluir que el pensamiento humanístico gira en torno al rechazo de aquello que le perturba, que le hace sentirse mal, que le hace vibrar con agobio, prisa o angustia; por ende, demanda lo que parece propio de su naturaleza, un estado de más calma, donde pueda disfrutar, apreciar y valorar lo que le ofrece la vida. Ese espacio es el que implica ahondar, interiorizar y mirar hacia dentro, lo que explica la crítica a lo superficial. Esto conlleva, por tanto, una necesidad y un sentimiento de satisfacción en el ejercicio de la virtud, en la sociedad con valores y en la ética, lo que constituye una visión filosófica de los clásicos.

La corrupción se extiende en una sociedad, no solo en forma de gestiones políticas, sino de modo que emplea enchufismos y se traduce en falta de oportunidades para quienes no son agraciados por los que ejercen el poder. Se apela, a su vez, a la falta de valores en las crisis económicas: los expertos señalan esta carencia como causa de la crisis, más que la propia justificación económica.

La descripción de la sociedad también se relaciona con la revolución tecnológica y la digitalización, puesto que explica el modo en que el hombre vive y se comunica en la actualidad. Esta sociedad digital modifica todas las esferas de la vida del hombre: no solo amplifica el alcance de sus mensajes, que comprarte con mucha más facilidad y a un volumen de personas mucho mayor; sino que le conduce a reflexiona sobre el vacío, las dobleces o la soledad que también puede llegar a encerrar esta forma de relaciones sociales.

Las reflexiones en torno a la persona se centran en lo específico de la condición humana: el hombre es un ser pensante y también es un ser social, lo que hace necesario el pensamiento crítico y le hace imprescindible vivir en sociedad. La conclusión más trascendental responde, al respecto, al descubrimiento que en su pensamiento hace sobre la necesidad de valores y no solo para la convivencia, sino para la felicidad. El hombre se siente feliz cuando vive conforme a los valores que entiende como bellos, justos y

éticos. La felicidad se interrelaciona con los valores: se separa lo que es la satisfacción o el placer inmediato de lo que es el sentimiento de felicidad, lo que, por el contrario, se asocia al amor y al compromiso. La naturaleza humana tiende así, por tanto, a buscar el amor para ser y sentirse feliz.

Se recoge también el miedo del hombre: teme a la muerte, teme al sufrimiento y teme al dolor, por lo que reconoce la importancia de la resiliencia. Solo el amor le permite soportar ese sufrimiento.

En relación con la religión, se diferencia entre religión y sucedáneos o corrientes de pensamiento que pueden ser perjudiciales o engañosas para las personas. En general se comprueba y sostiene que el hombre tiende a la trascendencia.

Las conclusiones sobre las reflexiones en torno a la Cultura suponen un reconocimiento de la relevancia del legado de la Cultura clásica y de los filósofos de todos los tiempos, especialmente los de la antigüedad greco-romana. La Cultura se vincula con la educación, con la lectura, con los libros, con la capacidad de adquirir conocimiento. Se demanda una educación de calidad, capaz de formar a la persona de un modo integral.

Asimismo, el análisis de las disciplinas permite concluir que, en su desarrollo, todas implican el pensamiento humanístico comenzando por las que están vinculadas particularmente a las Humanidades (la Filosofía y el ejercicio intelectual; la Historia, con su recorrido por las distintas etapas del ser humano, en su relación con lo social, lo ideológico y lo económico; la Literatura y su capacidad para la expresión de la emoción humana o la Ética, por su vínculo con el ser social). Pero todas las disciplinas contribuyen al desarrollo del conocimiento y, en la actualidad, los expertos de cada campo del saber son capaces de multiplicar el alcance la información científica, lo que convierte esta etapa en un momento inigualable para el aprendizaje.

En definitiva, **el ser humano sigue creyendo en los valores**, en el amor, en la virtud y en la vida. Sigue buscando en su interior las respuestas a sus interrogantes. Sigue mirando hacia dentro y hacia fuera, en un ejercicio natural de trascendencia. El hombre sigue anhelando que la virtud sea la que empuje el mundo, la que mueva la sociedad, la que determine su vida cotidiana. El pensamiento humanístico sigue definiéndose en torno al bien, la verdad, la belleza y a la posibilidad de ser feliz si el mundo se construye

de ese modo. Esta conclusión tiene un impacto notable en una sociedad que parece carecer de valores.

Se confirma, pues la hipótesis n1.

6.2.2. Conclusiones del análisis semiótico-retórico

La segunda hipótesis de partida señalaba que:

H2. La eficacia de la comunicación que se realiza a través de las entrevistas digitales a personajes clave del panorama científico y cultural actual no depende exclusivamente del contenido; también el medio por el que se transmite y el contexto donde se inserta contribuyen a comprender en mayor profundidad cualquier discurso y a que éste sea más persuasivo.

El análisis semiótico-retórico de los portales webs de acceso a las entrevistas que han constituido nuestra muestra de estudio nos ha arrojado las siguientes conclusiones:

La era digital ha propiciado en los medios, publicaciones y entidades culturales un avance hacia espacios más dialógicos con sus audiencias, al utilizar un lenguaje que amalgama lo textual, lo auditivo y lo visual, que construye un relato narrativo que interpele y persuade a sus audiencias.

El análisis semiótico realizado nos permite concluir que la comunicación que se realiza en estos portales webs es, ciertamente, un sistema lingüístico que está incrustado en el contexto y en la Cultura. A la vez, este sistema comunicativo evoluciona con la sociedad y deja ver lo que se ha denominado por investigadores del discurso las metafunciones. En efecto, el discurso analizado muestra nuestra concepción del mundo a través de construcciones lógicas y de experiencia (significado ideacional), permite establecer una relación dialógica (significado interpersonal) y se construye de manera organizada y coherente (significado textual).

Del análisis del marco o contexto físico a través del cual se ofrecen las entrevistas culturales también se puede concluir que estas plataformas digitales facilitan una

semiosis social. En efecto, el conglomerado que supone la presencia de la imagen connotada subrayando el texto, la elección de unos contenidos concretos con un profundo sentido metafórico en su apariencia y en su disposición, y la co-ocurrencia de las tres estrategias persuasivas clásicas en sus discursos, son parámetros persuasivos y como tales repercuten en conductas de consumo de contenidos on line.

De las tres las estrategias que concurren en estos discursos, el ethos es la principal. Por un lado, por el valor de la marca que los respalda. Por otro, porque los entrevistados cuentan con una autoridad profesional y/o moral en los ámbitos y disciplinas que se tratan, que los convierte en figuras representativas y voces autorizadas. A su vez, el contenido de los discursos, la verosimilitud de los argumentos esgrimidos, que en ocasiones se acompaña de figuras retóricas o de sustancias visuales o música, dan cabida a la estrategia del logos y del pathos, también garantes de la persuasión eficaz. Es por lo que sostenemos que la eficacia de la comunicación que se realiza a través de las entrevistas digitales a personajes clave del panorama científico y cultural actual no depende exclusivamente del contenido; también el medio por el que se transmite y el contexto donde se inserta contribuyen a comprender en mayor profundidad cualquier discurso y a que éste sea más persuasivo.

Se verifica pues, la hipótesis n2.

6.2. Conclusiones a partir de la consecución de los objetivos

Nuestro objetivo general perseguía demostrar que la entrevista cultural digital es un cauce y un medio eficiente para la difusión del pensamiento humanista. Y para ello nos trazamos otros objetivos particulares que a su vez recogían las preguntas de investigación que han ido guiando nuestro trabajo.

1. Delimitar el concepto de Humanismo hoy, quienes son considerados humanistas en nuestra sociedad actual y desde qué disciplinas hablan
2. Definir el concepto y alcance de la entrevista digital
3. Mostrar las entrevistas culturales como una comunicación dialógica que se sirve de la retórica de su interfaz como elemento de persuasión
4. Extraer el pensamiento humanista que se difunde a través de la entrevista divulgativa a personalidades del mundo cultural actual
5. Visualizar de alguna forma el pensamiento humanista del presente

La reflexión sobre cómo se han resuelto cada uno de estos objetivos nos conduce a las conclusiones generales de la tesis.

1. Los humanistas de hoy

El análisis del discurso de los hombres y mujeres entrevistados que integran nuestra muestra de estudio nos lleva a concluir que, en términos generales, estos agentes de la cultura actual pueden ser considerados humanistas y a trazar el perfil del humanista de hoy. Si bien, como señaló uno de los responsables-entrevistadores, no son sinónimos los términos cultura actual y Humanismo y por eso no puede ser considerado un humanista cada uno de los representantes de la cultura actual, el relato en su conjunto sí ha ofrecido a la sociedad vigente, a través de los recursos digitales, un pensamiento acorde con las líneas del Humanismo, un pensamiento humanista.

De acuerdo con la descripción de humanista que hicimos en el correspondiente epígrafe del marco conceptual, estas personalidades han mostrado una actitud vital que concibe de forma integrada los valores humanos y han ofrecido una reflexión sobre modos mejores de vivir en sociedad. A la vez, lo han llevado a cabo siguiendo las huellas de los grandes pensadores clásicos. Las soluciones que plantean a los problemas humanos acuciantes son orientadoras, y contribuyen a considerar de dónde venimos, quiénes

somos, a dónde vamos. Ofrecen soluciones para comprender la unidad y la diversidad humanas, el papel del hombre en el cosmos. Son hombres y mujeres que cultivan esa actitud vital, integradora de los valores humanos, desde todas las ramas del saber, como investigadores, profesionales de la Cultura, educadores e intelectuales de toda índole.

El humanista del siglo XXI es, por tanto, el ser humano que, por su conocimiento y cultura, es capaz de conocer, explicar y opinar sobre la realidad con autoridad ante los demás. Su discurso sigue las huellas de los grandes pensadores clásicos y da respuestas a las inquietudes más profundas del Hombre desde el Hombre. Este estudio, que aúna distintas voces de expertos, de diferentes campos de saber, sexos, edades, creencias y tendencias políticas, ha podido analizar sus discursos como un todo. De este modo, los datos de esta investigación, entendidos como los conceptos y afirmaciones realizadas sobre los temas tratados, ofrecen un reflejo claro sobre la sociedad, el concepto de la persona, los valores y las grandes preguntas que el ser humano se hace hoy.

2. La entrevista digital como difusora de la Cultura

Las entrevistas que recogen las revistas culturales son realmente un instrumento idóneo para difundir el pensamiento y las manifestaciones culturales de la sociedad actual. A través del diálogo con personajes públicos o expertos de muy diferentes profesiones y disciplinas se transmite un pensamiento sobre el ser humano, sus relaciones, su visión del mundo y los valores que lo rigen.

Hemos definido la entrevista como instrumento científico, como género periodístico y como herramienta en el ámbito del Periodismo Digital y Cultura. La entrevista, desde su concepción filosófica, ha servido para la adquisición del saber, por lo que la formulación de preguntas se convierte, en este género, en un formato dialógico idóneo para compartir el saber, la crítica y la reflexión.

Ahora bien, la posibilidad de traspasar las fronteras del espacio y que la publicación sea accesible en cualquier parte del mundo donde haya acceso a la Red, la oportunidad de acceder al contenido en cualquier momento sin que corresponda necesariamente con la fecha de su publicación, otorga a las entrevistas estudiadas un alcance multiplicador. En efecto, la digitalización modifica los límites de acceso a la información. También el hecho de que las entrevistas sean accesibles en cualquier dispositivo con acceso a Internet certifica un acceso global a la Cultura.

Se subraya, pues, el papel de difusor del pensamiento que adquieren estas entrevistas digitales de los portales examinados, que han sabido aprovechar las facilidades que aportan las tecnologías para responder al interés de la ciudadanía por este espacio de libertad que supone la cultura.

3. Las entrevistas culturales son una comunicación dialógica que se sirve de la retórica de su interfaz como elemento de persuasión.

Las entrevistas estudiadas se enmarcan en con un portal que da paso a la información, un contexto que condiciona tanto la llamada a la lectura o la visualización como el alcance de la producción informativa. Los portales elegidos del entorno digital han permitido un análisis de entrevistas diversas en extensión y en sus formatos. La entrevista se presenta como un encuentro dialógico en todos los casos, pero el contexto es diverso y cambiante. La interfaz que presenta cada portal es distinta, lo que modifica, al tiempo, la retórica de cada uno de los casos. En este escenario, el alcance de las entrevistas que se han difundido como producciones audiovisuales ha sido mayor, lo que también explica el mayor número de seguidores de estos portales.

4. Es posible componer y representar el relato que se ofrece en los medios de comunicación sobre el ser humano en esta etapa de la historia de la humanidad, su visión del mundo y de la vida en el siglo XXI.

La metodología que se ha seguido ha permitido un estudio completo sobre cinco ejes centrales: la sociedad, la persona, la Cultura, los valores y las disciplinas del saber. Previamente la revisión sistemática bibliográfica nos permitió conocer en profundidad los conceptos del marco conceptual necesarios para este estudio, desarrollarlos y poder responder a los interrogantes sobre la noción de Cultura y de pensamiento humanista, sobre la convergencia entre cultura humanista y cultura actual, y sobre la contribución de internet a la difusión de la Cultura. Este último punto se concretó además en la revisión efectuada sobre el concepto y alcance de la entrevista digital también como un medio de difusión de contenidos culturales. Con este sustrato y mediante el análisis de contenido –que nos llevó a delimitar el espacio donde se podía encontrar estas entrevistas y señalar las principales temáticas que se tratan en ellas– se ha podido, desde la perspectiva cualitativa, profundizar en las experiencias, opiniones, comportamientos

y contextos sociales de la población investigada: se ha llegado a captar sus valores, imágenes y de representaciones colectivas, las creencias individualizadas, y tendencias ideológicas. Cada entrevistado, en estas extensas conversaciones, se ha descubierto a sí mismo y ha analizado el mundo y su entorno. Y con la ayuda de los programas de análisis se ha hecho posible componer y representar el relato que se ofrece en los medios de comunicación sobre el ser humano en esta etapa de la historia de la humanidad, su visión del mundo y de la vida en el siglo XXI.

El relato que se dibuja es el de una sociedad que reclama valores, en la que, a pesar de los tintes negativos, se refleja la confianza en el ser humano. La descripción de la sociedad ha constatado una experiencia social, por parte del ser humano, con grandes dosis de desencanto, dado que la prisa y la velocidad, el narcisismo, la falta de lectura con el consiguiente empobrecimiento cultural, la infravaloración del pensamiento crítico, la pérdida de rumbo o la carencia unos valores, ocasionan y provocan un sentimiento de vacío y de sufrimiento en el hombre. La sociedad, tal y como se ha configurado, con las normas que se han establecido, ajenas, en tantas ocasiones, a las verdaderas necesidades de la persona, supone un factor desestabilizante y una imponente realidad que, al hombre, le crea una vivencia asociada al dolor, el estrés o la insatisfacción.

Sin embargo, pese a las críticas sociales y pese al claro diagnóstico social, que rechaza todo lo superfluo, lo que asemeja a un falso escaparate virtual o que reconoce como una situación carente de justicia o lo que asociamos con la palabra humanidad, el hombre sigue manteniendo el mismo discurso de defensa de los valores y de fe en la bondad innata del ser humano.

El hombre cree que el amor es lo que le salva del sufrimiento. Valora la resiliencia, pero se considere resiliente gracias a la experiencia del amor. El hombre considera que los principales valores que la persona puede llegar a tener son la resiliencia, la capacidad de pensar críticamente y la educación en valores como la honestidad, la veracidad, la justicia, la lealtad o la humildad, lo que supone una clara identificación de lo que el ser humano estima como bueno y bello, así como lo que, a la par, le hace feliz.

Este discurso, que comprende una crítica social a la realidad del siglo XXI, implica, a su vez, un claro ideario sobre la felicidad humana. Este planteamiento discursivo supone un ejercicio intelectual y filosófico que apela, absolutamente, a las grandes preguntas de los filósofos de la Antigüedad Clásica. Las propias disciplinas académicas, consideradas

propias del abanico de las Humanidades, señalan a la Cultura Clásica como a la fuente de sabiduría, conocimiento o reflexión que, ya hace dos milenios, reflexionaba sobre el impacto de la realidad social sobre la persona y lo que ésta consideraba como bueno para su alma y para su vida. Las grandes preguntas del ser humano se mantienen, por tanto, con el paso del tiempo y de la historia. La historia sirve, por tanto, para que el hombre pueda conocer, pensar e interpretar realidades, situaciones y emociones.

Tanto el ejercicio filosófico como la ética, así como el conocimiento de la historia, de las palabras y los sentimientos expresados en la Literatura y las múltiples expresiones artísticas de la experiencia de vida del ser humano a lo largo de los tiempos, reflejan críticas sociales; sentimientos similares; grandes interrogantes sobre el amor, la vida o la muerte; reflexiones sobre el concepto de persona y exposiciones diversas sobre el conocimiento o la vida, que parecen mantenerse de forma constante a lo largo de la historia del hombre. En definitiva, la experiencia del hombre cambia según la realidad social, pero su visión de la sociedad, su concepto de la persona y sus grandes preguntas, son constantes a lo largo de la historia desde lo que entendemos como Cultura Clásica. Dicho de otro modo, el hombre tiene clara su crítica social pero también tiene una firme confianza y una enorme fe en la grandeza del espíritu y de la persona, en el propio ser humano.

6.3. Conclusión final. Aplicaciones

La elaboración de la presente tesis doctoral compone, en sí misma, un relato sobre el pensamiento humanístico en el siglo XXI. La inclusión del ideario de distintas personalidades del mundo de la cultura actual supone un legado documental histórico, que nos acerca al estudio del imaginario del hombre en el mundo actual y hace posible la comparativa con la manifestación de las ideas del ser humano a lo largo de los tiempos. La recopilación y el análisis de las opiniones de estas personalidades de la Cultura comprende un conjunto único de reflexiones, que reflejan la capacidad de introspección, estudio y crítica del ser humano. La presentación de este relato, basado en el compendio de entrevistas culturales, cumple el fin primordial de esta tesis, que consiste en conocer cómo el hombre de hoy responde a las grandes preguntas sobre la vida, la sociedad, los saberes, y cómo los proyecta sirviéndose de los medios digitales.

Por tanto, esta tesis tiene unas aplicaciones. Teóricas, ya que se ajustan principalmente al desarrollo del conocimiento en sí mismo y a la generación de nuevas herramientas de investigación conceptual. Así, en primer lugar, esperamos que este estudio sirva para aportar ideas novedosas a futuros investigadores que apliquen a sus trabajos lo expuesto sobre la difusión del pensamiento humanista en los medios digitales, en otros contextos y formatos, o al menos que lo utilicen como punto de partida. En cuanto a las aplicaciones prácticas recordemos que el resultado final que perseguíamos en esta investigación era componer un relato representativo y asequible del pensamiento del hombre en la sociedad del siglo XXI a través de las entrevistas digitales culturales. El modelo de análisis con las categorías indicadas para este cometido puede ser transportable a otras investigaciones que trabajen en la misma línea.

Como resumen final apuntamos una triple reflexión: a) es una realidad el adagio latino "*nihil novum sub sole*": el hombre evoluciona según su momento vital, pero en sus deseos, inquietudes, grandes preguntas, es el mismo ayer y hoy, busca en su esencia, su racionalidad, su libertad y su dignidad las respuestas a todo lo que le acontece. b) Unido a esta primera reflexión comprobamos que los clásicos siguen alumbrando y guiando el pensamiento del hombre. Como se ha reflejado en el análisis efectuado el estudio de las Humanidades ayuda y posibilita al hombre a entender de dónde procede, hacia dónde camina. Este hecho la eleva a disciplina clave para dar respuesta a las grandes cuestiones existenciales. Y fomenta la formación de una ciudadanía menos manipulable, más libre y crítica. c) Internet contribuye a revitalizar el pensamiento humanista hoy. La entrevista

cultural actúa, ciertamente, como difusor de este pensamiento en los entornos digitales. Las plataformas y portales por donde accedemos a este medio de comunicación operan como espacios abiertos para el intercambio de ideas, centro de la Cultura y de la vida social, esto es, como los nuevos ágoras del siglo XXI.

Ilustración 44. Portada web de Nueva Revista



Fuente: Nueva Revista.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguinaga, de, E. (2000). Nuevo concepto de redacción periodística. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 6, 307-325.
- Alayón, J. (2009). Retórica y Discurso Hipertextual: Del trovador oral al trovador hipermedial. Notas para un estudio. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Recuperado de http://www.cervantesvirtual.com/obravisor/retricaydiscurso-hipertextual-del-trovadororalal-trovador-hipermedial-notas-paraunestudio-0/html/02401312-82b211dfacc7-002185ce6064_2.html#I_0
- Albaladejo, T. (2005). La comunicación retórica en los sitios web. En F. Garrido (coord.) (2005). *Actas electrónicas del 2º Congreso On Line del Observatorio para la Cibersociedad “¿Hacia qué sociedad del conocimiento?”* Generalitat de Catalunya.
- Alonso J.R. (24-05-2012). Internet y cultura. *Neurociencia*. <https://jralonso.es/2012/05/24/internet-y-cultura/>
- Álvarez Barrientos, J.; López, F. y Urzainqui, I. (1994). *La república de las letras en el siglo XVIII*. CSIC.
- Aranguren, J. L. (1981). *La filosofía de Eugenio D’Ors*. Austral.
- Bravo Araujo, A., Serrano Puche, J., & Novoa Jaso, M. F. (2021). Uso del clickbait en los medios nativos digitales españoles. Un análisis de El Confidencial, El Español, eldiario.es y OK Diario. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 7, 185-210. 10.7203/rd.v1i7.184
- ARCE (s.f.). Asociación de Revistas Culturales de España. bit.ly/3duXezO
- Arfuch, L. (2002). *El espacio biográfico: dilemas de la subjetividad contemporánea*. Fondo De Cultura Económica.
- Armañanzas, E., Díaz Noci, J. y Meso, K. (1996). *El periodismo electrónico*. Ariel
- Arráez-Betancort, R. M. A. (2021). La entrevista periodística en el marco del periodismo literario digital. En M. Jurado & B. Peña (coords.) *Periodismo cultural en el siglo XXI*. Universitas (pp. 197-211).
- Arrubia Sánchez, A. (2022). Humanismo digital, cuerpo y tecnomorfosis. *Nexus*, 31 <https://doi.org/10.25100/n.v0i31.12265>
- Asociación Española de Fundaciones (2020). El sector fundacional en España: Atributos fundamentales (2008-2019). Cuarto informe.

<https://www.fundaciones.org/es/sector-fundacional/inaef/el-sector-fundacional-en-espana-atributos-fundamentales-2008-2019->

Athene Blog (25 diciembre 2015). Discurso de Martha Nussbaum en Antioquia, con ocasión de su Honoris causa. Recuperado de <https://redfilosofia.es/atheneblog/2015/12/25/discurso-de-martha-nussbaum-en-antioquia-con-ocasion-de-su-honoris-causa/>

Avegno, R. & Herrera, A.E. (2022). Nuevas narrativas híbridas como género periodístico. Tesis doctoral <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/10942/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000493.pdf?sequence=1>

Ayala Pérez, T. (2019). Algunas consideraciones sobre las humanidades desde la era digital. *Universum (Talca)*, 34(1), 39-64. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-23762019000100039>

Ayllón, J.R. (22 enero 2019). De Homero a Aristóteles, las raíces griegas de Occidente. *Nueva Revista*. <https://www.nuevarevista.net/de-homero-a-aristoteles-las-raices-griegas-de-occidente/>

Barei, S. N. (1993). *El sentido de la fiesta en la cultura popular*. Alción Editora.

Baron, N. S. (2000). *Alphabet to email*. Routledge.

Barth, J. (1957). *Hacia un Nuevo Humanismo*. Guadarrama.

Bartra, R. (2005). La conciencia y el exocerebro. *Revista de la Universidad de México*, 2, 59-65.

Baudrillard, J. (1997). *Pantalla Total*. Anagrama.

Belair-Gagnon, V. & Steinke, A. (2020). Capturing digital news innovation research in organizations, 1990-2018. *Journalism studies*, v. 21, n. 12, 1724-1743. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1789496>

Bellamy, F. (2018). *Los desheredados*. Ediciones Encuentro.

Berlanga, I. (2023). Soft skills, humanismo y sociedad tecnológica. Sustrato aristotélico de las competencias emergentes y de futuro. *XIX Congreso Internacional Tecnología, Sociedad y Pensamiento. ¿De quién es la inteligencia? La corporalidad de las máquinas pensantes*. Malta 13-14 abril 2023. https://cgscholar.com/cg_event/events/T23es/proposal/65398

Berlanga, I. & Alberich, J. (2012). Rethoric and web communication: points of convergence and analogies. New pedagogical proposals. *Estudios sobre el Mensaje*

Periodístico, 18 (special issue), 141-150.
http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40920

- Berlanga, I. & García F. & Victoria, J. S. (2013). Ethos, pathos and logos in Facebook. User networking: New «rhetor» of the 21th century. [Ethos, pathos y logos en Facebook. El usuario de redes: nuevo «rétor» del siglo XXI]. *Comunicar*, 41, 127-135. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-12>
- Berlanga, I. & Gozálviz, V. (2019). Tecnología y Comunidad: hacia una relación más ética entre los medios y la ciudadanía. *Scholé: rivista di educazione e studi culturali*: LVII, 1.
- Berlanga, I. & Alarcón, P. (2021). El pensamiento humanista en las revistas culturales. La entrevista digital. En Paredes, G. & Sánchez-Gey, N. (coords). *De la filosofía digital a la sociedad del videojuego. Literatura, pensamiento y gamificación en la era de las redes sociales*. Dykinson (pp. 305-329).
- Berlanga, I. & Ortíz, I. (2021). Semiótica digital y comunicación política. El despegue y auge de Vox. *Doxa Comunicación*, 33. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n33a929>
- Berning, N. (2011). Narrative Journalism in the Age of the Internet new ways to create authenticity in online literary reportages. *Textpraxis*, 3, 1-13. <http://dx.doi.org/10.17879/57289624008>
- Berrios, L. y Buxarrais, M. R. (2005). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y los adolescentes. Algunos datos. Organización de Estados Iberoamericanos. Disponible. <http://www.oei.es/valores2/monografias/monografia05/reflexion05.htm>
- Betancur, J. G. (s. f.). Los géneros periodísticos puros han muerto: ¡vivan las nuevas narrativas híbridas! [ponencia]. En Cátedra UNESCO de Comunicación, Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red. Recuperado de https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV_92.html
- Boynton, R.S. (2015). *El nuevo Nuevo Periodismo. Conversaciones sobre el oficio con los mejores escritores estadounidenses de no ficción*. Universidad de Barcelona.
- Bremmer, J. (1991). Walking, Standing and Sitting in Ancient Greek Culture, In J. Bremmer & H. Roodenburg, (eds.) (1991). *A Cultural History of Gesture*. Cornell University Press (pp. 15-35).

- Brooks, P. (1976). *The melodramatic imagination*. Yale University Press.
- Buckingham, D. (2008). *Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Manantial.
- Burbules, N. C. (2002). The web as a rhetorical place. In I. Snyder (ed.) (2002). *Silicon Literacies: Communication, Innovation and Education in the Electronic Age*, p. 75-84. <https://doi.org/10.4324/9780203994092-14>
- Burckhardt, J. (2004). *La cultura del renacimiento en Italia*. Akal.
- Burdick, A., Drucker, P., Lunenfeld, T. & Schnapp, J. (2016). *Digital Humanities*. The MIT Press.
- Bylieva, D. S. (2021). Visual syntax in social media. *Semiotic studies*, 1(3), p. 6-12.
- Cabezuelo Lorenzo, F. (2023). Retórica y educación humanística en la formación de los comunicadores ante los retos de la sociedad digital. *IROCAMM: International Review of Communication and Marketing Mix*, 6 (1), 41-55. <https://doi.org/10.12795/IROCAMM.2023.v06.i01.03>
- Cabrera-González, M.^a A. (2010). (ed.). *Evolución tecnológica y cibermedios*. Comunicación Social.
- Canneti, E. (1987). *Masa y poder*. Alianza Editorial.
- Cantavella, J. (1995). Los diálogos literarios como precursores de la entrevista periodística, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 2, 101-109. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP9595110101A>
- Cantavella, J. (1996). *Manual de la entrevista periodística*. Ariel.
- Cantavella, J. (2002). *Historia de la entrevista en la prensa*. Universitas.
- Cardoso, R. P. (2010). El Retorno al Humanismo en la Época de la Globalización. *Estudios Latinoamericanos*, (26-27), 19-29.
- Carpio, C. (1942). Reivindicación del humanismo. *Revista Mexicana de Sociología*, 89-101. <https://www.jstor.org/stable/3537256>
- Carr, N. (2011). *Superficiales: ¿qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Taurus.
- Carvajal, M., Mondéjar, D., Valero-Pastor, J.M., De-Lara, A., García-Avilés, J. A. y Arias-Robles, F. (2022). Las innovaciones periodísticas más destacadas en España (2010-2020): características e impacto organizacional, industrial y social. *Profesional de la información*, v. 31, n. 3, e310304. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.04>

- Casasempere-Satorres, A. (2016). El mapa del diseño: una herramienta heurística para trazar el flujo metodológico y resolver eficientemente una investigación con metodología cualitativa o mixta. In Congreso Español de Sociología Grandes transformaciones sociales, nuevos desafíos para la sociología. Recuperado de <http://cualsoft.com/wp-content/uploads/2020/05/Casasempere-2016-El-Mapa-del-Dise%C3%B1o.pdf>
- Castell, M. (10-2-2002). *La dimensión cultural de internet*. Debates culturales. bit.ly/2RMIqnP
- Castell, M. (2005). *La era de la información. Sociedad, Economía y Cultura (vol. 1. La sociedad red)*. Alianza editorial.
- Castell, M. (2006). *La sociedad red. Una visión global*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Cebrián Herreros, M. (2005). *Información multimedia. Soportes, lenguaje y aplicaciones empresariales*. Pearson.
- Chillón, A. (2014). *La palabra facticia: literatura, periodismo y comunicación* (1ª ed.). Universidad Autónoma de Barcelona.
- Chizzotti, A. (2020). Humanismo, educação e tecnologia. *Revista e-Curriculum*, 18(2), 489-500. <https://doi.org/10.23925/1809-3876.2020v18i2p489-500>
- Colombres, A. (1987). *Sobre la cultura y el arte popular*. Ediciones del Sol.
- Contreras, F. R. (2017). El renacimiento del humanismo en las ciberculturas: una aproximación desde el arte. *Alpha (Osorno)*, (45), 91-103. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22012017000200091>
- Davó, N. B., & Carrasco, J. M. R. (2018). La estrategia de las nuevas fundaciones bancarias. *Cuadernos de Información económica*, (265), 65-77. https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_CIE/265art07.pdf
- Deleuze, G. (2010). ¿Qué es un dispositivo?, En Balbier, E., Deleuze, G. & Bixio, B. (eds.). *Michel Foucault, filósofo*. Gedisa (pp.155-163).
- Derrida, J. (2005). El futuro de la profesión o la universidad sin condición (gracias a las 'humanidades', aquello que podría tener lugar mañana), En T. Cohen, *Jacques Derrida y las humanidades*. Siglo XXI Editores.
- Díaz Noci, J., Salaverría, R. (coords.) (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Ariel.

- Dimaggio, P. (2011). *La influencia de internet en la producción y el consumo de cultura. Destrucción creativa y nuevas oportunidades*. Recuperado de bit.ly/3ammwhJ
- Domínguez-Martínez, J. M. (2011). La función social de las Cajas de Ahorros en la España de las Autonomías. *eXtoikos*, (2), 77-79.
- Draper, A., & Swift, J. A. (2011). Qualitative research in nutrition and dietetics: Data collection issues. *Journal of human nutrition and dietetics*, 24(1), 3-12.
- Drucker, J. (2012), Humanistic Theory and Digital Scholarship, In Gold, M. K. (ed.), *Debates in the Digital Humanities*. Univ Of Minnesota Press (pp. 85–95).
- Echevarría Llombart, B. (2002). *Las W's de la entrevista*. Servicio de Publicaciones Universitaria Cardenal Herrera-CEU.
- Echeverría, J. (2003). *La revolución tecnocientífica*. Fondo de Cultura Económica.
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. Lumen.
- Edo, C. (1999). Las revistas e Internet como soportes del periodismo especializado y la divulgación. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (5), 77.
- Ehrlicher, H. (2015, 5-7-de octubre). Revistas culturales 2.0. [ponencia] II Congreso Internacional. Innovación, globalización e impacto. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Madrid, España.
- Escobar, A. (2005). Bienvenidos a cyberia. Notas para una antropología de la cibercultura. *Revista de Estudios Sociales* no. 22, 15-35. <https://doi.org/10.7440/res22.2005.01>
- Estupiñán, B. (2009). Del papel a los bytes. Desarrollo de interfaces digitales. En *Actas de Diseño, III Encuentro Latinoamericano de Diseño*, 6. Universidad de Palermo.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis*. Longman.
- Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis*. Ediciones Granica.
- Flores-Vivar, J. M. (2013). Perfiles emergentes en la industria de la Comunicación on-line. En M. C., Agustín Lacruz, C. Marta-Lazo & I. Ubieta Artur, (Coords.), *Perfiles profesionales y espacios de empleo en Información y Comunicación*. Icono 14 (pp. 31-51).
- Flores-Vivar, J.M. (2020). El ciberperiodismo como disciplina profesional, En Martins, G. L., & Rivera, D. (eds.) + *25 Perspectivas do Ciberjornalismo*. Ría ediciones. (pp.35-64).
- Folgueiras Bertomeu, P. (2016). *La entrevista*. Universidad de Barcelona. <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/99003>

- Fontán, A. (2008). *Príncipes y humanistas*. Marcial Pons.
- Foucault, M. (1985). *Las palabras y las cosas*. Planeta Agostini.
- Foucault, M. (1999). Espacios otros. *Versión Estudios de Comunicación y política*, (9), 15-26.
<https://versionojs.xoc.uam.mx/index.php/version/article/view/128>
- Frayle, G. (1985). *Historia de la Filosofía*, III, BAC.
- Fumarolli, (2007). *El Estado cultural. Ensayo sobre una religión moderna*. Acantilado.
- Galán, L. (2019). “Rosa Montero: ‘Muchos periodistas, y me parece destrozar una entrevista, quieren quedar mejor que el entrevistado’”. *El País*, 26 marzo.
https://elpais.com/elpais/2019/03/18/eps/1552907536_482510.html
- Galañena León, Y. C. (2019). Formación humanista de los profesionales de la comunicación, el periodismo y la información. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (141), 319-332.
- Galindo Cáceres, J. (Coord.) (1998). *Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación*. Pearson Comunicación.
- Galvin R. (2015). How many interviews are enough? Do qualitative interviews in building energy consumption research produce reliable knowledge? *Journal of Building Engineering*. 2015; 1, pp. 2-12.
- Gamonal, A. (2012). “La retórica en internet”. En: *ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 2 (1), 1-15.
<https://doi.org/10.7195/ri14.v2i1.442>
- García Avilés, J.A. (2021). “Review article: journalism innovation research, a diverse and flourishing field (2000-2020)”. *Profesional de la información*, v. 30, n. 1, e300110.
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.10>
- García García, F. & Martínez-Val, J. (2015). *La idea de universidad en la sociedad de masas*. Fragua.
- García Gilbert, J. (2010). *Sobre el humanismo Viejo. Exposición y defensa de una tradición*. Marcial Pons.
- García Serrano, A. & Menta Garuz, A. (2022). La inteligencia artificial en las Humanidades Digitales: dos experiencias con corpus digitales. *Revista De Humanidades Digitales*, 7, 19–39. <https://doi.org/10.5944/rhd.vol.7.2022.30928>

- George Reyes, C. E., Molina Bernal, I. A. & Uribe Uran, A. P. (2022). La competencia digital docente que define al profesor humanista del siglo XXI. *Transdigital*3(6), 1-31. <https://doi.org/10.56162/transdigital136>
- Glaser B, Strauss A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine.
- Gomis, L. (1997). *Teoría del Periodismo*. Paidós.
- González-González, A.M. (2022). *El deseo de saber*. Rialp.
- González-González, E. (1989). Hacia una definición de Humanismo. *Estudis: revista de historia moderna*, 15, 45-66. <https://roderic.uv.es/handle/10550/34189>
- Granados, A., Matute, A. y Urrego, M. A. (eds.) (2010). *Temas y tendencias de la historia intelectual en América Latina*. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo y Universidad Nacional Autónoma de México.
- Graphics in Reducing Misperceptions in the Electorate. *Visual Communication Quarterly*, 22(3), 133-145. <https://doi.org/10.1080/15551393.2015.1069195>
- Guardián Fernández, A. (2010). *El paradigma cualitativo en la investigación socio educativa*. Coordinación Educativa y Cultural / Centroamericana (CECC) Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI).
- Guest G, Namey E, Chen M (2020) A simple method to assess and report thematic saturation in qualitative research. *PLoS ONE* 15(5): e0232076. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232076>
- Gutiérrez Sanz, V. (2016). Retórica de los discursos digitales. Una propuesta metodológica para el análisis de los discursos en Twitter. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (69), 67-103.
- Halliday, M. A. K., (1978). *An introduction of functional grammar*. Edward.
- Halliday, M. A. K.; Hasan, R. (1989). *Language, context, and text*. Oxford University Press.
- Halliday, M.A.K. (1982). The De-Automatization of the Grammar: From Priestley's An Inspector Calls. In Anderson, J.M. (ed.). (1982). *Language Form and Linguistic Variation: Papers Dedicated to Angus McIntosh*. Benjamins (pp. 129–59).
- Halliday, M.A.K.; Mattiesen, C. (2013). *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203431269>
- Hayles, N. K. (2012). How We Think: Transforming Power and Digital Technologies, En Berry. D. (ed.). *Understanding Digital Humanities*. MacMillan.

- Hernández-Peña, H., Aguirre-Martínez, G., Estay-Sepúlveda, J. G., Lagomarsino-Montoya, M., Mansilla-Sepúlveda, J., & Ganga-Contreras, F. (2020). La era digital comprendida desde la Psicología humanista. *Revista Costarricense de Psicología*, 39(1), 35-53. <http://dx.doi.org/10.22544/rcps.v39i01.03>
- Herrscher, R. (2012). *Periodismo narrativo. Como contar la realidad con las armas de la literatura*. Universitat de Barcelona.
- Hiltz, S. R. & Turoff, M. (1993). *The network nation: Human Communication via computer*. The MIT Press.
- Hockey, S. (2000). *Electronic Texts in the Humanities*. Oxford University Press.
- Iedema, R. (2003). Multimodality, resemiotization: Extending the analysis of discourse as multi-semiotic practice. *Visual communication*, 2(1), 29-57.
- Innerarity, D. (2011). *La democracia del conocimiento: Por una sociedad inteligente*. Paidós.
- Irala-Hortal, P. (2014). Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20, 147-158.
- Jaeger, W. (1980). *Humanismo y Teología*. Fondo de Cultura Económica.
- Jaeger, W. (2005). *Cristianismo primitivo y paideia griega*. Fondo de Cultura Económica.
- Jasper (1953). *Ambiente espiritual de nuestro tiempo*. Labor.
- Jenkins, H. & Alonso, V. (2008). Inteligencia colectiva. *HSM Management*, 1, 70-75. Management Focus.
- Jiménez, J.R. (2001). *Segunda antología poética (1898-1918)*. Planeta-de Agostini.
- Jordan, T. (1999). *Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and the Internet*. Routledge.
- Jurado Martín, M. y Peña Acuña, B. (coords.) (2021). *Periodismo cultural en el siglo XXI. Contenidos docentes innovadores*. Editorial Universitat.
- Kerckove de, D. (1999). *La piel de la cultura*. Gedisa.
- Kress, G.; Ogborn, J. (1998). *Modes of Representation and Local Epistemologies: The Presentation of Science in Education, Subjectivity in the School Curriculum* (Working Paper 2, Institute of Education). University of London.
- Kress, G.; Van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge.

- Kristeva, J. (2013). Diez principios para el humanismo del siglo XXI. *Cuadernos de Literatura*, 17(33), 407-412.
- Kuckartz, U. (2014). *Qualitative text analysis: A guide to methods, practice and using software*. Sage.
- Le-Masurier, M. (2015). What is slow journalism. *Journalism practice*, v. 9, n. 2, 138-152.
<http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2014.916471>
- Lévy, P. (2004). Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio. Recuperado de http://www.cybercultura.it/pdf/la_Cibercultura_Pierre%20Levy.pdf
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Anthropos.
- Llano, A., Alvira, R., Calleja, T., Bastons, M., Martínez, C. (1992). *Empresa y Humanismo*. Rialp.
- López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A. I. & Pereira-Fariña, X. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 53(XXV), 81-90.
<https://doi.org/10.3916/C53-2017-08>
- López-García, J. & Vizoso, A. (2021). Periodismo de alta tecnología: signo de los tiempos digitales del tercer milenio. *Profesional de la información*, v. 30, n. 3, e300301.
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.01>
- López, X. & Pereira, X. (coords.) (2010). *Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*. Universidad Santiago de Compostela.
- Lorda, J. L. (2011). *Humanismo. Los bienes invisibles*. Rialp.
- Lotman, Y. (1996). *La semiosfera*, I. Cátedra.
- Louis, A. (2014). Las revistas literarias como objeto de estudio. *Revistas culturales en la modernidad hispánica*, bit.ly/3eiEAu4
- Machado, E., Borges, C. & Miranda, M. (2004). Géneros narrativos em el periodismo digital. *Sala de Prensa*. Año 5, vol. 2, n. 63.
- Mainar, R. (1960). *El arte del periodista*. Sucesores de Manuel Soler Editores.
- Mairal, J. B. (2021). Humanismo digital y uso prudente de las TICS en lo inter-personal. *HUMAN REVIEW. International Humanities Review/Revista Internacional de Humanidades*, 10(1), 87-97.
- Maldwyn, A. J. (2001) *Historia de los Estados Unidos, 1607-1992*. Cátedra.

- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Paidós.
- Manovich, L. (2017). *Cultural Analytics, Social Computing and Digital Humanities*. Amsterdam: University Press. <https://doi.org/10.1515/9789048531011-006>
- Martínez-Costa-Pérez, M. D. P., Serrano-Puche, J., Portilla-Manjón, I., & Sánchez-Blanco, C. (2019). La interacción de los jóvenes adultos con las noticias y la publicidad online. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (59), 19-28. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-02>
- Martínez-Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa: principios básicos y algunas controversias. *Ciência & saúde coletiva*, 17, 613-619. <https://www.scielo.org/pdf/csc/2012.v17n3/613-619/>
- Mayos, G. & Brey, A. (Eds.). (2011). *La sociedad de la ignorancia*. Península.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. The MIT Press.
- Meister, J. (2012). DH is us or on the unbearable lightness of a shared methodology. *Historical Social Research* 37 (3), 77-85. Recuperado de <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-378413>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Miller, V. (2020). *Understanding digital culture*. Sage.
- Moeller, Ch. (2020). *Sabiduría griega y paradoja cristiana*. Encuentro.
- Moreno-González, G. (2020). *La Democracia Humanista*. Athenaica.
- Müller, J.D. (1994). The Body of the Book: The Media Transition from Manuscript to Print. In Gumbrecht, H.; Pfeiffer, K. (eds.) (1994). *Materialities of Communication*, trans. William Whobrey, Stanford University Press (pp. 32-44).
- Murillo-Torrecilla, J. (2006). *La entrevista*. Universidad Autónoma de Madrid, 1-20. http://www2.uca.edu/sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf?f
- Nadège, J. & Bürki, Y. (2022). Entrevistas mediadas en sociolingüística cualitativa. *Estudios de lingüística del español*, 45, 261-284. <https://www.raco.cat/index.php/Elies/article/view/403755>
- Natale, S., & Guzman, A. L. (2022). Reclaiming the human in machine cultures: Introduction. *Media, Culture & Society*, 44(4), 627-637 <https://doi.org/10.1177/01634437221099614>

- Navarro-Colorado, B. (2003). Aspectos retórico-comunicativos del desarrollo de sitios web. En *Society for the History of Rhetoric XIV Biennial Conference*. Madrid y Calahorra. Recuperado de <http://www.dlsi.ua.es/~borja/ishr03.pdf>
- Neveu, E. (2014). Revisiting narrative journalism as one of the futures of journalism. *Journalism practice*, v. 15, n. 5, 533-542. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2014.885683>
- Nubiola, J. (1994). La tarea de pensar, *Nuestro Tiempo*, enero-febrero, pp.116-124. Universidad de Navarra.
- Nueva Revista (11-octubre-2020). "Entrevista a Miguel Ángel Garrido Gallardo". En: <https://www.nuevarevista.net/querer-convencer-al-interlocutor-de-los-puntos-de-vista-propios-es-conatural-al-ser-humano/>
- Nussbaum, M. C. (2010). *Sin fines de lucro. Por qué la democracia necesita de las humanidades*. Katz editores.
- O'Halloran, K. L. (2012). Análisis del discurso multimodal. *Revista latinoamericana de estudios del discurso*, 12(1), 75-97.
- Olaechea, J. (1986). *El libro en el ecosistema de la comunicación cultural*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Olmedo Urbano, V. (2014). Análisis del género entrevista en los medios de comunicación digital españoles. Tesis doctoral. Universidad de Málaga. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/8836>
- Ong, W. J. (1982). *Orality and literacy*. Routledge.
- Orihuela, J.L. (2021). *Culturas Digitales*. Ediciones Eunate (Colección CreaTiva, Internet: obras generales).
- Ortega y Gasset, J. (1987). *Obras Completas*, tomo IV. Alianza Editorial.
- Ortega y Gasset, J. (1993). *La rebelión de las masas*. Planeta Agostini.
- Palacios, M. (2005). Natura non facit saltum: Promesas, alcances e límites do desenvolvimento do jornalismo on-line e da hiperficção, *e-COMPOS. Revista eletrônica da COMPÓS*, vol 1, nº 2, Brasília.
- Paramio, L. (2012). ¿Para qué sirve una revista cultural? *Trama y Texturas*, 17, 129-132, bit.ly/3v2kKKy
- Pisarski, M.; A. Graczyk (2021). From Disruption to Dialog: Days of Judaism on Polish Twitter. *Religions*, 12(10), 8-28.

- Pita-González, A., & Grillo, M. D. C. (2015). Una propuesta de análisis para el estudio de revistas culturales. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales* (Relmecs), 5 (1).
https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.6669/pr.6669.pdf
- Porsdam, H. (2011). Too much 'digital', too little 'humanities'? An attempt to explain why many humanities scholars are reluctant converts to Digital Humanities.
<http://www.dspace.cam.ac.uk/handle/1810/244642>
- Presner, T., et al. (2009) "The Digital Humanities Manifesto 2.0". UCLA Mellon Seminar in Digital Humanities. Disponible en:
http://www.humanitiesblast.com/manifesto/Manifesto_V2.pdf
- Querol, M. (ed.) (2010). *El futuro de las humanidades. II Volumen de artículos en homenaje al profesor D. Ángel López García*. Publicacions de la Universitat de València.
- Quesada, M. (2004). *La entrevista, obra creativa*. Miltre.
- Quinlan, M. K. (2011). The dynamics of interviewing. In Ritchie, D.A. (ed.). *The Oxford handbook of oral history*. Oxford University Press (pp. 23-36).
- Ramos, C. (2022). Periodismo cultural: Nuevas encrucijadas, nuevos tiempos. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, (23), 56-63.
<https://doi.org/10.25267/Periferica.2022.i23.09>
- Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos (7 mayo 2004). Las políticas culturales en Europa. El caso español.
<https://www.realinstitutoelcano.org/documento-de-trabajo/las-politicas-culturales-en-europa-el-caso-espanol/>
- Renés-Arellano, P. et al. (2021). "Countervalues of the digital ethos perceived by future trainers". En: *Comunicar*, 69, p.57-67. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-05>
- Reto, C. (21 julio 2014). Los humanistas: especialistas en el desarrollo del ser humano. Recuperado de <https://www.udep.edu.pe/hoy/2014/07/los-humanistas-especialistas-en-la-crianza-del-ser-humano/>
- Rheingold, H. (1993). A slice of life in my virtual community. *Global Networks-a Journal of Transnational Affairs*, 57-80.
- Robledo-Dioses, K., Tejedor Calvo, S., Pulido Rodríguez, C. & Torres Espinoza, G. (2022). Ciberperiodismo y participación: taxonomía de la interactividad en los medios digitales. *Comunicación y Sociedad*, e8192.
<https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8192>

- Rodríguez Estrada, M. & Martín del Río, L. (2010). *La entrevista productiva y creativa*. McGraw-Hill Interamericana.
- Rodríguez-Ortega, N. (2014). Humanidades Digitales y pensamiento crítico. En Romero-Frías, E. & Sánchez-González, M. (eds.). (2014). *Ciencias Sociales y Humanidades Digitales Técnicas, herramientas y experiencias de e-Research e investigación en colaboración*. CAC, Cuadernos Artesanos de Comunicación /61. Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Rodríguez, A. L. T. (2021). *Inteligencia artificial responsable. Humanismo tecnológico y ciencia cívica*. Tesis doctoral. Universitat de València.
- Rojas Castro, A. (2013). Las humanidades digitales: principios, valores y prácticas. *Janus. Estudios sobre el Siglo de Oro*, 2. <http://www.janusdigital.es/articulo.htm?id=24>
- Romero-Frías, E. & Sánchez-González, M. (eds.). (2014). *Ciencias Sociales y Humanidades Digitales Técnicas, herramientas y experiencias de e-Research e investigación en colaboración*. CAC, Cuadernos Artesanos de Comunicación /61. Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Rosique-Cedillo, G., & Barranquero-Carretero, A. (2015). Periodismo lento (slow journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica. *Profesional De La información*, 24(4), 451–462. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.12>
- Rost, A. (2006). La interactividad en el periódico digital (tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2006/tdx-1123106-104448/ar1de1.pdf>
- Salaverría, R. (2021). Veinticinco años de evolución del ecosistema periodístico digital en España. En Salaverría, R. & Martínez-Acosta, P. (eds.). *Medios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones (pp. 21-31).
- Salaverría, R. (2003). Convergencia de medios. *Chasqui*, 81, 32-39. <http://chasqui.comunica.org/81/salaverria81.htm>
- Sánchez-Calero, M.-L. (2020). Entrevistas participativas en diarios digitales: modelos y oportunidades de interactividad. *Profesional De La Información*, 29(6), <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.26>
- Sandelowski M. (1995). Sample size in qualitative research. *Research in Nursing and Health*. 18:179–83. <https://doi.org/10.1002/nur.4770180211> PMID: 7899572

- Santaella, L. (2003). Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *Revista Famecos*, 10(22), 23-32. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2003.22.3229>
- Santaella, L. (2004). *Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do lector imersivo*. Paulus.
- Santos, E. (2011). A cibercultura e a educação em tempos de mobilidade e redes sociais: conversando com os cotidianos. Em Fontoura, H.A; Silva, M. (Orgs.). *Práticas pedagógicas, linguagem e mídias: desafios à Pós-graduação em Educação em suas múltiplas dimensões*. ANPED Nacional (pp.75-98).
- Saperas, E. (1987). *La sociología de masas en los Estados Unidos*. Ariel.
- Schatzki, T. (1996). *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge University Press.
- Sherwood, H. C. (1976). *La entrevista*. ATE.
- Simone, R. (2001). *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*. Taurus.
- Sloterdijk, P. (2000). *Normas para el Parque Humano. Una Respuesta a la 'Carta sobre el Humanismo'*. Siruela.
- Spence, P. J. (2014). Prólogo: La investigación en Humanidades Digitales en el mundo hispano. In E. Romero Frías, & M. Sánchez González (Eds.), *Ciencias Sociales y Humanidades Digitales. Técnicas, herramientas y experiencias de e-Research e investigación: Digital Humanities and Social Sciences. Techniques, tools and experiences in (e-)Research* (Vol. 61, pp. 9-12). <http://www.cuadernosartesanos.org/2014/cac61.pdf>
- Spengler, O. (2011). *La decadencia de occidente I*. Espasa.
- Spiro, L. (2012). This Is Why We Fight': Defining the Values of the Digital Humanities, en M. K. Gold (ed.), *Debates in Digital Humanities*, University of Minnesota <http://dhdebates.gc.cuny.edu/debates/text/13>
- Strauss, A. & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquía.
- Svensson, P. (2009). Humanities Computing as Digital Humanities. *Digital Humanities Quarterly*, 3(3). <http://www.digitalhumanities.org/dhq/vol/3/3/000065/000065.html>
- Terrones Rodríguez, A. L. (2021). *Inteligencia artificial responsable. Humanismo tecnológico y ciencia cívica*. Tesis doctoral. Universidad de Valencia. <https://roderic.uv.es/handle/10550/77016>

- Torres-Salinas, D., Romero-Frías, E., & Arroyo-Machado, W. (2019). Mapping the backbone of the Humanities through the eyes of Wikipedia. *Journal of Informetrics*, 13(3), 793-803. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2019.07.002>
- Trejo Delarbre, R. (1996). *La nueva alfombra mágica: usos y mitos de Internet, la red de redes*. Fundesco.
- Trejo Delarbre, R. (2020). *Viviendo el Aleph: La sociedad de la información y sus laberintos*. Editorial Gedisa.
- Trillo-Domínguez, M. & Alberich-Pascual, J. (2020). Análisis y tipificación de formatos emergentes en el ciberperiodismo español: de la adaptación multimedia a la disrupción transmedia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1), 367-375. <https://doi.org/10.5209/esmp.67317>
- Tubau, I. (1982). *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Asesoría técnica de ediciones.
- Turkle, S. (1999). Looking toward cyberspace: Beyond grounded sociology. *Cyberspace and identity*. *Contemporary sociology*, 28(6), 643-648.
- Tylor, E. B. (1889). *Anthropology: An introduction to the study of man and civilization*. Macmillan.
- Vattimo, G. (2003). *En torno a la posmodernidad*. Anthropos.
- Vigara, A. (coord.). (2001). *libro de estilo de ABC*. Ariel.
- Vigna, D. (2020). La forma revista en su versión digital. *Cuadernos Del CILHA*, (32), 48-77.
- Vilamor, J.R. (2000). *Redacción periodística para la generación digital*. Editorial Universitas.
- Vilamor, J.R. (2001). *Cómo escribir en Internet*. Editorial Universitas.
- Vilches Vivancos, F. (2014) (ed.). *La lengua española estándar en la red. Tensión entre oralidad y escritura*, v.8. Dykinson.
- Villacís, R. (1999). La entrevista como género literario, *Chasqui*, 58, 63-65.
- Villalobos-Antúnez, J.V. (2022). The contexts of uncertainty: VUCA environments or BANI environments? Towards a social science episteme. *Opción. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 38 (29), 14-20. <https://www.doi.org/10.5281/zenodo.7300298>
- Villalobos-Antúnez, J.V., Ramírez, R. I., Severino-González, P., & Caldera, J. E. (2023). Entornos BANI y sociedad digital. *Cuestiones epistemológicas desde la*

sistemología interpretativa y la complejidad. *Revista científica saperes universitas*, 6(1), 6-27. VV.AA. (2001). Libro de estilo de ABC. Ariel.

VV.AA. (2007). *Manual de estilo de El Mundo*. Temas de hoy.

VV.AA. (2014). *Libro de estilo de El País*. Aguilar.

Woolgar, S. (1996). *Virtual Society? Technology, Cyberbole, Reality*. University Press.

8. ÍNDICES

8.1. índices de figuras

FIGURA 1. NUBE DE PALABRAS SOBRE LA FORMACIÓN PARA LAS ORGANIZACIONES DEL FUTURO	17
FIGURA 2. LAS TRES PERSPECTIVAS DEL HUMANISMO RENACENTISTA.....	45
FIGURA 3. RASGOS DE LA CULTURA SEGÚN LOS HUMANISTAS.....	53
FIGURA 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS HUMANIDADES DIGITALES	59
FIGURA 5. EL CAMBIO EN LA SOCIEDAD	75
FIGURA 6. REVISTAS CULTURALES INCLUIDAS EN ARCE.....	94
FIGURA 7. TEMÁTICAS DE LAS REVISTAS CULTURALES ESPAÑOLAS	95
FIGURA 8. ESQUEMA GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	121
FIGURA 9. PORTALES DIGITALES SELECCIONADOS PARA CONFORMAR LA MUESTRA DE ESTUDIO.....	123
FIGURA 10. SELECCIÓN DE ENTREVISTADOS	124
FIGURA 11. PORCENTAJE DEL GÉNERO DE LA MUESTRA DE ESTUDIO	126
FIGURA 12. PORCENTAJE DE LA MUESTRA CON VINCULACIÓN ACTUAL O NO A LA UNIVERSIDAD.....	126
FIGURA 13. ESTUDIOS REALIZADOS POR LOS COMPONENTES DE LA MUESTRA	127
FIGURA 14. NUBE DE CÓDIGOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	131
FIGURA 15. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	135
FIGURA 16. TRIANGULACIÓN INTERPRETATIVA DE LAS EVIDENCIAS.....	136
FIGURA 17. NUBE DE PALABRAS CON LOS PRINCIPALES TEMAS DE LAS ENTREVISTAS	137
FIGURA 18. SUBCÓDIGOS DE LA CATEGORÍA VISIÓN DEL MUNDO Y DE LA SOCIEDAD	138
FIGURA 19. MAPA DE CÓDIGOS VISIÓN DEL MUNDO Y LA SOCIEDAD.....	140
FIGURA 20. MAPA DE CÓDIGOS DE LA DESCRIPCIÓN DE LA SOCIEDAD ACTUAL: NECESIDAD DE ÉTICA ANTE LA CORRUPCIÓN Y SU CONCURRENCIA CON OTRAS VARIABLES.....	142
FIGURA 21. LOS RASGOS DE LA SOCIEDAD ACTUAL	143
FIGURA 22. SUBCÓDIGOS DE LA CATEGORÍA CONCEPTO DE PERSONA	149
FIGURA 23. MAPA DE CÓDIGOS CONCEPTO DE PERSONA	150
FIGURA 24. MAPA DE CÓDIGOS CONCEPTO DE PERSONA-SER SOCIAL Y CONCURRENCIA CON OTRAS SUBCATEGORÍAS.....	151
FIGURA 25. ESQUEMA DEL HOMBRE COMO SER SOCIAL	156
FIGURA 26. SUBCÓDIGOS DE LA CATEGORÍA DE GRANDES PREGUNTAS.....	158
FIGURA 27. MAPA DE CÓDIGOS GRANDES PREGUNTAS	159
FIGURA 28. SUBCÓDIGOS DE LA CATEGORÍA CULTURA.....	167
FIGURA 29. MAPA DE CÓDIGOS CULTURA.....	168
FIGURA 30. MAPA DE CÓDIGO CULTURA-LIBROS-FORMACIÓN CON LA LECTURA Y CONCURRENCIA CON OTROS SUBCÓDIGOS	170
FIGURA 31. ESQUEMA DE LA CONCEPCIÓN DE LAS HUMANIDADES EN LA ACTUALIDAD	177
FIGURA 32. SUBCÓDIGOS DE LA CATEGORÍA VALORES.....	180
FIGURA 33. MAPA DE CÓDIGOS VALORES.....	182
FIGURA 34. MAPA DE CÓDIGOS VALORES Y CONCURRENCIA CON OTROS SUBCÓDIGOS.....	184
FIGURA 35. MAPA DE CÓDIGOS VALORES-FORTALEZA-RESILIENCIA Y CONCURRENCIA CON OTROS SUBCÓDIGOS	186

FIGURA 36. ESQUEMA DE LA FELICIDAD.....	188
FIGURA 37. NUBE DE PALABRA SOBRE LA FELICIDAD DEL SER HUMANO.....	189
FIGURA 38. ESQUEMA DE LA EDUCACIÓN Y LA SOCIEDAD	193
FIGURA 39. SUBCÓDIGOS DE LA CATEGORÍA DISCIPLINAS	195
FIGURA 40. MAPA DE CÓDIGOS DISCIPLINAS	196
FIGURA 41. MAPA DE CÓDIGOS DISCIPLINAS-ARTES Y HUMANIDADES Y CONCURRENCIA CON OTROS SUBCÓDIGOS	198
FIGURA 42. EL EJERCICIO FILOSÓFICO Y SU UTILIDAD	202
FIGURA 43. MAPA DE CÓDIGOS REFERENCIAS ANTIGÜEDAD CLÁSICA: GRECIA Y ROMA	205
FIGURA 44. AUTORES CLÁSICOS MÁS CITADOS	207
FIGURA 45. REFERENCIAS A LA ANTIGÜEDAD CLÁSICA EN LOS ENTREVISTADOS....	208
FIGURA 46. PRINCIPALES CITAS Y REFERENTES DE LOS ENTREVISTADOS	209
FIGURA 47. NUBE DE AUTORES CITADOS EN LAS ENTREVISTAS	210
FIGURA 48. MODELO DEL LENGUAJE ESTRATIFICADO.....	211
FIGURA 49. PORTALES DIGITALES SELECCIONADOS PARA EL ANÁLISIS RETÓRICO..	213
FIGURA 50. PANTALLA DE LA WEB DE APRENDEMOS JUNTOS EN PROCESO DE CODIFICACIÓN.....	215
FIGURA 51. PANTALLA DE LA WEB DE CONVERSACIONES EN LA FUNDACIÓN EN PROCESO DE CODIFICACIÓN	216
FIGURA 52. PANTALLA DE LA WEB DE APRENDEMOS JUNTOS EN PROCESO DE CODIFICACIÓN.....	218
FIGURA 53. MAPA DE CONCURRENCIAS DE CÓDIGOS: ESTRATEGIAS ENTRE SÍ Y CON OTROS CÓDIGOS ANALIZADOS	220
FIGURA 54. ESQUEMA DE LA PRODUCCIÓN DE LAS ENTREVISTAS AUDIOVISUALES	221
FIGURA 55. TRASLADO DE LAS OPERACIONES RETÓRICAS <i>INVENIO</i> , <i>DISPOSITIO</i> Y <i>ELOCUTIO</i> A UNA WEB	223
FIGURA 56. NÚMERO DE SEGUIDORES EN REDES SOCIALES.....	228
FIGURA 57. BÚSQUEDA COMPARATIVA DE GOOGLE TRENDS DE LA WEB DE APRENDEMOS JUNTOS (ROJO), CONVERSACIONES EN LA FUNDACIÓN (AZUL) Y NUEVA REVISTA (AMARILLO).....	229
FIGURA 58. BÚSQUEDA COMPARATIVA DE GOOGLE TRENDS DE LOS YOUTUBE DE APRENDEMOS JUNTOS (ROJO), CONVERSACIONES EN LA FUNDACIÓN (AZUL) Y NUEVA REVISTA (AMARILLO).....	229

8.2. Índices de ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1. IMPRENTA EUROPEA DEL SIGLO XV	35
ILUSTRACIÓN 2. PLATÓN	38
ILUSTRACIÓN 3. RETRATO MÁS ANTIGUO CONOCIDO DE SAN AGUSTÍN. FRESCO DEL SIGLO VI, EN EL PALACIO DE LETRÁN, ROMA.....	43
ILUSTRACIÓN 4. ESTATUA DE BOCCACCIO EN EL EXTERIOR DE LOS UFFIZI, EN FLORENCIA	44
ILUSTRACIÓN 5. CUATRO FILÓSOFOS HUMANISTAS BENEFICIADOS POR EL MECENAZGO DE LOS MÉDICOS: MARSILIO FICINO, CRISTOFORO LANDINO, ANGELO POLIZIANO Y DEMETRIO CALCOCONDILAS. DEL FRESCO ZACARÍAS EN EL TEMPLO, DE DOMENICO GHIRLANDAIO, EN SANTA MARIA NOVELLA (FLORENCIA), FECHA EN 1486-1490.....	46
ILUSTRACIÓN 6. LA ACADEMIA DE ATENAS, DE RAFAEL SANZIO	54
ILUSTRACIÓN 7. HUMANISMO DIGITAL.....	57
ILUSTRACIÓN 8. DAVID, DE MIGUEL ÁNGEL, FECHA EN 1501-1504, GALERÍA DE LA ACADEMIA (FLORENCIA).....	61
ILUSTRACIÓN 9. HOMBRE DE VITRUVIO, DIBUJO DE LEONARDO DA VINCI, EXPRESIÓN DEL CANON ESTÉTICO RENACENTISTA	63
ILUSTRACIÓN 10. PORTADA DE REVISTA SOBRE ÉTICA	66
ILUSTRACIÓN 11. PORTADA DE REVISTA SOBRE LA UNIVERSIDAD	81
ILUSTRACIÓN 12. CAPTURA DE UNA ENTREVISTA EN LA SEDE DE FUNDACIÓN JUAN MARCH	98
ILUSTRACIÓN 13. CAPTURA DE UNA ENTREVISTA EN EL BBVA A MARIAM ROJAS.....	99
ILUSTRACIÓN 14. CAPTURA DEL ANUNCIO DE UNA ENTREVISTA SOBRE EL HUMANISMO	111
ILUSTRACIÓN 15. CAPTURA DE PANTALLA DE LA ENTREVISTA A RÉMI BRAGUE.....	145
ILUSTRACIÓN 16. CAPTURA DE PANTALLA DEL PORTAL NUEVA REVISTA.....	152
ILUSTRACIÓN 17. PORTADAS DE LA EDICIÓN IMPRESA DE NUEVA REVISTA.....	153
ILUSTRACIÓN 18. CAPTURA DE PANTALLA DE ENTREVISTA EN APRENDEMOS JUNTOS.....	162
ILUSTRACIÓN 19. CAPTURA DE PANTALLA DE ENTREVISTA EN APRENDEMOS JUNTOS.....	164
ILUSTRACIÓN 20. CAPTURA DE PANTALLA DEL PORTAL WEB DE LA FUNDACIÓN JUAN MARCH.....	165
ILUSTRACIÓN 21. LA CREACIÓN DE ADÁN ES UN FRESCO EN LA BÓVEDA DE LA CAPILLA SIXTINA, PINTADO POR MIGUEL ÁNGEL	166
ILUSTRACIÓN 22. CAPTURA DE PANTALLA DE APRENDEMOS JUNTOS.....	171
ILUSTRACIÓN 23. CAPTURA DE PANTALLA DE APRENDEMOS JUNTOS.....	172
ILUSTRACIÓN 24. CAPTURA DE PANTALLA DE NUEVA REVISTA.....	174
ILUSTRACIÓN 25. CAPTURA DE PANTALLA DE LA ENTREVISTA A EMILIO DEL RÍO .	175
ILUSTRACIÓN 26. CAPTURA DE PANTALLA DE NUEVA REVISTA.....	176
ILUSTRACIÓN 27. CAPTURA DE PANTALLA DE APRENDEMOS JUNTOS.....	178
ILUSTRACIÓN 28. CAPTURA DE PANTALLA DE APRENDEMOS JUNTOS.....	179
ILUSTRACIÓN 29. PORTADA DE NUEVA REVISTA.....	181
ILUSTRACIÓN 30. EL PENSADOR, DE AUGUSTE RODIN, EN EL MUSEO RODIN DE PARÍS	185
ILUSTRACIÓN 31. CAPTURA DE PANTALLA DE APRENDEMOS JUNTOS.....	193
ILUSTRACIÓN 32. CAPTURA DE PANTALLA DEL PORTAL DE LA FUNDACIÓN JUAN MARCH	203
ILUSTRACIÓN 33. ANUNCIO DE LA ENTREVISTA CON LORENZO SILVA	206
ILUSTRACIÓN 34. CAPTURA DE PANTALLA DE LA WEB DE LA FUNDACIÓN JUAN MARCH	212
ILUSTRACIÓN 35. FOTOGRAMAS DEL VIDEO DE LA ENTREVISTA UN VIAJE POR EL ARTE Y LA MÚSICA A TRAVÉS DE LAS EMOCIONES. RAMON GENER	225

ILUSTRACIÓN 36. FOTOGRAMA DE LA ENTREVISTA A SOLEDAD BECERRIL EN LA FUNDACIÓN.....	226
ILUSTRACIÓN 37. FOTOGRAMA DEL VIDEO DE LA ENTREVISTA A ENRIQUE ROJAS PARA NUEVA REVISTA	227
ILUSTRACIÓN 38. CAPTURA DE PANTALLA DE APRENDEMOS JUNTOS.....	231
ILUSTRACIÓN 39. CAPTURA DE PANTALLA DE APRENDEMOS JUNTOS.....	232
ILUSTRACIÓN 40. CAPTURA DE PANTALLA DE NUEVA REVISTA.....	233
ILUSTRACIÓN 41. CAPTURA DE PANTALLA DE LA FUNDACIÓN JUAN MARCH.....	234
ILUSTRACIÓN 42. CAPTURA DE PANTALLA DE APRENDEMOS JUNTOS.....	235
ILUSTRACIÓN 43. CAPTURA DE PANTALLA DEL PORTAL DE NUEVA REVISTA.....	241
ILUSTRACIÓN 44. PORTADA WEB DE NUEVA REVISTA.....	255

9. ANEXOS

9.1. Entrevistas analizadas. Transcripciones

([link](#))

9.2. Codificación de las entrevistas

([link](#))

9.3. Conversaciones con los responsables de los medios analizados

La producción de contenido de tres portales digitales: Aprendemos juntos, Nueva Revista y Fundación Juan March

La tesis que nos ocupa, en torno a las entrevistas digitales como difusoras del pensamiento humanístico del siglo XXI, se ha centrado en el contenido de tres portales: Aprendemos juntos de BBVA; la Fundación Juan March y la revista cultural digital Nueva Revista. En efecto, el proyecto es capaz de abordar producciones realizadas por tres agentes muy diversos, una entidad bancaria, BBVA España, que lo desarrolla como proyecto de marca y que, desde el pasado año, lo ha convertido en un proyecto global de la entidad; la Fundación Juan March, con una oferta cultural muy amplia, que cuenta con conferencias, entrevistas, exposiciones o incluso talleres educativos, entre otras propuestas culturales; y la publicación cultural Nueva Revista, con una clara propuesta centrada en la difusión de las ideas y a fin de abordar las grandes cuestiones del ser humano en el siglo XXI.

El análisis de las entrevistas publicadas por estos tres medios compone el estudio, puesto que incorpora a la investigación el corpus de análisis. Los entrevistados de los tres portales son personalidades del ámbito científico o de cualquier campo de conocimiento, así como personalidades del mundo de la Cultura.

- El proyecto de Aprendemos juntos

Entrevista con Ana Gómez, responsable de Aprendemos juntos de BBVA.

1. ¿Con qué criterio seleccionan las entrevistas?

Tenemos una hoja de ruta que responde a las preocupaciones e intereses de la sociedad. Y en el equipo hay un comité editorial que hace un research para una vez definida la temática, encontrar quién es el mejor protagonista para hablar del tema – no siempre tiene que ser un referente / gurú- también damos voz a profesores.

Una vez que el equipo editorial ha hecho ese research y ha encontrado al protagonista, trabajamos con ellos para encontrar aquello que no han contado en otras plataformas y esto es lo que hace diferente al proyecto. Los protagonistas, legitimados, responden a las dudas de la sociedad de una forma didáctica y cercana. Huimos de la teoría como tal.

Desde el año pasado, cuando el proyecto evoluciona para hacerse un proyecto global, esa hoja de ruta responde a los Objetivos de desarrollo sostenible, porque tenemos una plataforma con tal alcance que puede hacer que entre todos construyamos un mundo mejor, si cuido de mí, si cuido de los demás y si cuido del planeta.

2. ¿Podría darme su visión sobre quiénes son los nuevos humanistas del siglo XXI?

En Aprendemos juntos nos sentimos muy orgullosos porque hemos contado con la participación de algunos de estos destacados representantes del pensamiento humanista. Algunos nombres en la esfera internacional podrían ser el historiador Yuval Harari, el lingüista Noam Chomsky o el filósofo Michael Sandel, entre otros. En el ámbito hispano: la filósofa Victoria Camps, el pensador Emilio Lledó y la filósofa Adela Cortina, son otros grandes referentes humanista. Pienso que, en esta época repleta de bulos, falsas noticias y aceleración del conocimiento, pararse a reflexionar y compartir para todos los saberes es, por contraposición, más necesario que nunca: "El humanismo es una actitud de resistencia", que nos diría el escritor y helenista, Pedro Olalla. Conscientes de esa responsabilidad nos honra servir de humilde altavoz para voces de mentes tan brillantes.

La UNESCO habla de la necesidad actual de descubrir nuevos valores culturales que permitan unir a la humanidad en una comunidad global capaz de conocerse y celebrarse a sí misma, de apreciar sus contrastes y diferencias, y no repetir los errores de su pasado. Eso es lo que significa ser un humanista en el siglo XXI.

No podemos seguir tomando decisiones personales y colectivas sin tener conocimiento de las cosas, sus consecuencias y sus beneficios y en esta línea, Aprendemos juntos es una plataforma de educación que promueve valores como la diversidad, la igualdad, la convivencia, la inclusión, etc., y conocimiento de expertos, todo ello, con un enfoque optimista en la creencia de que un futuro mejor es posible. Por tanto, somos conscientes de la responsabilidad que tenemos a la hora de promover estos valores a partir de la difusión de contenidos que inspiran y nos ayudan a ser un poquito mejores como sociedad. Hemos conseguido que la plataforma sea un gran altavoz.

3. ¿Cómo valora el alcance de la difusión de las entrevistas realizadas?

Aprendemos juntos se lanza en enero de 2018 y su distribución es solo en España y en junio de 2022 evoluciona a Aprendemos juntos 2030, haciéndose un proyecto global.

En estos más de 5 años, las métricas son impresionantes, y superan todos los objetivos que nos habíamos planteado convirtiéndose en la plataforma referente de habla hispana.

Con más de 350 protagonistas, el acumulado de visualizaciones de AJ es de 2.650 millones de visualizaciones. Y contamos con una comunidad de casi 8 millones de seguidores.

Para que lo puedas poner en contexto, porque con estas magnitudes es difícil saber si son muchas o son pocas, nosotros hacemos la comparativa con el primer medio de comunicación del mundo, el New York Times y es que tenemos los mismos

suscriptores y nuestras visualizaciones representan el 50% de las tuyas. Pues teniendo en cuenta que es una plataforma que trata temas de educación y además, una plataforma de un banco, las métricas son impresionantes.

- La producción de Nueva Revista

Entrevista con José Manuel Grau, director de Nueva Revista.

1. Las entrevistas digitales divulgativas que se realizan a personalidades del mundo cultural permiten exponer y, por tanto, componer de forma asequible un relato representativo del pensamiento actual. ¿Cree que las entrevistas digitales de Nueva Revista componen este relato y difunden el pensamiento humanístico del siglo XXI?

En parte, sí, puesto que Nueva Revista no puede abarcarlo todo; y diría también que lo refleja.

2. ¿Son los expertos en las distintas disciplinas y las personalidades de la Cultura los nuevos humanistas de la actualidad?

No siempre. No son dos campos idénticos.

3. ¿Qué criterio siguen en la publicación para elegir los contenidos?

El principal es que el entrevistado tenga algo que contar que valga la pena; para el contenido, lo mismo, que sea relevante. En ambos casos: el producto ha de suponer un auténtico bien para el que lo lea porque lo puede perfeccionar intelectualmente, si permanece en esa lectura atenta y paciente hasta el final, como si se tratara de la lectura de un gran libro.

4. ¿Cómo valora el pensamiento del ser humano sobre la vida y la sociedad en el mundo de hoy?

Doy la clave que me parece decisiva para reajustar ese pensamiento: la vida tiene sentido y vale la pena ser vivida, pero para ello hay que estar dispuesto a sumergirse en una búsqueda continua de la verdad y a reajustar la conducta a esa verdad, que existe. La frase tan oída en la actualidad que dice «No me arrepiento de nada» expresa, en mi opinión, una enorme superficialidad, además de que es falsa si se charla detenidamente con el que la pronuncia.

- La apuesta cultural de la Fundación Juan March

Entrevista con Antonio San José, periodista en el área de entrevistas de la Fundación Juan March.

1. ¿Con qué criterio se seleccionan las entrevistas? ¿Se sigue un criterio científico o académico?

La selección responde siempre al interés del entrevistado para los públicos habituales de la Fundación Juan March y, obviamente, a la relevancia y trayectoria de los personajes elegidos. En cualquier caso, el prestigio profesional es una cuestión determinante a la hora de elegir a los invitados de este formato.

El ámbito de estas entrevistas es el cultural, científico y académico.

2. ¿Podría darme su visión sobre quiénes son los nuevos humanistas del siglo XXI?

La Fundación Juan March es plenamente consciente de la labor de difusión cultural que supone la celebración de estos ciclos de conversaciones, tanto en su auditorio habitual, en directo, como en la difusión posterior que alcanzan en formato de vídeo y podcast. Por ello se seleccionan cuidadosamente y se realizan en formato audiovisual de alta calidad con el fin de conseguir la perdurabilidad de este legado en la propia voz de sus protagonistas.

3. ¿Cómo valora el alcance de las entrevistas de la Fundación Juan March en sus diversos portales?

Personalmente, carezco de datos precisos acerca del seguimiento de estas conversaciones en sus formatos de vídeo, podcasts y en las redes sociales.

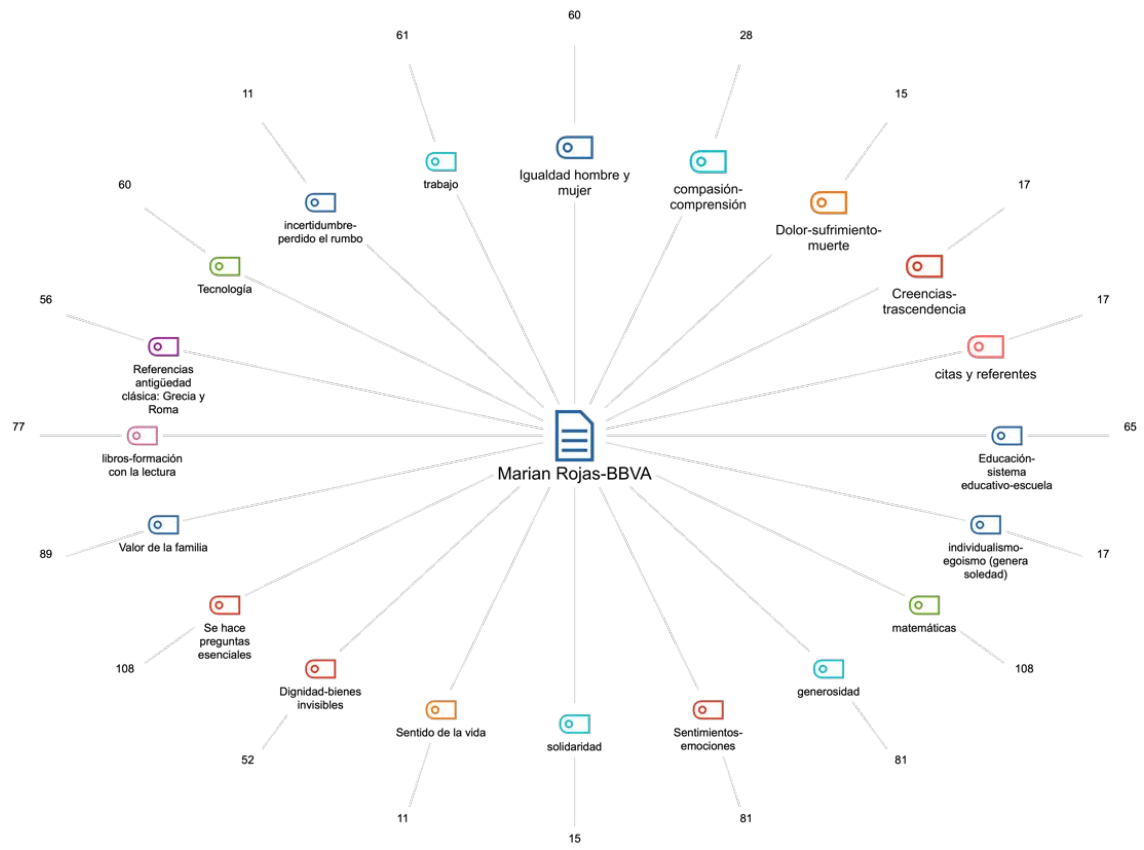
Sé que son muy satisfactorios y, sobre todo, muy valorados, que es lo realmente importante para la Fundación.

9.4. Ejemplos de otros gráficos de análisis que finalmente no se introdujeron en la tesis

Nube de palabras modelo de un caso (entrevista a Mariam Rojas)

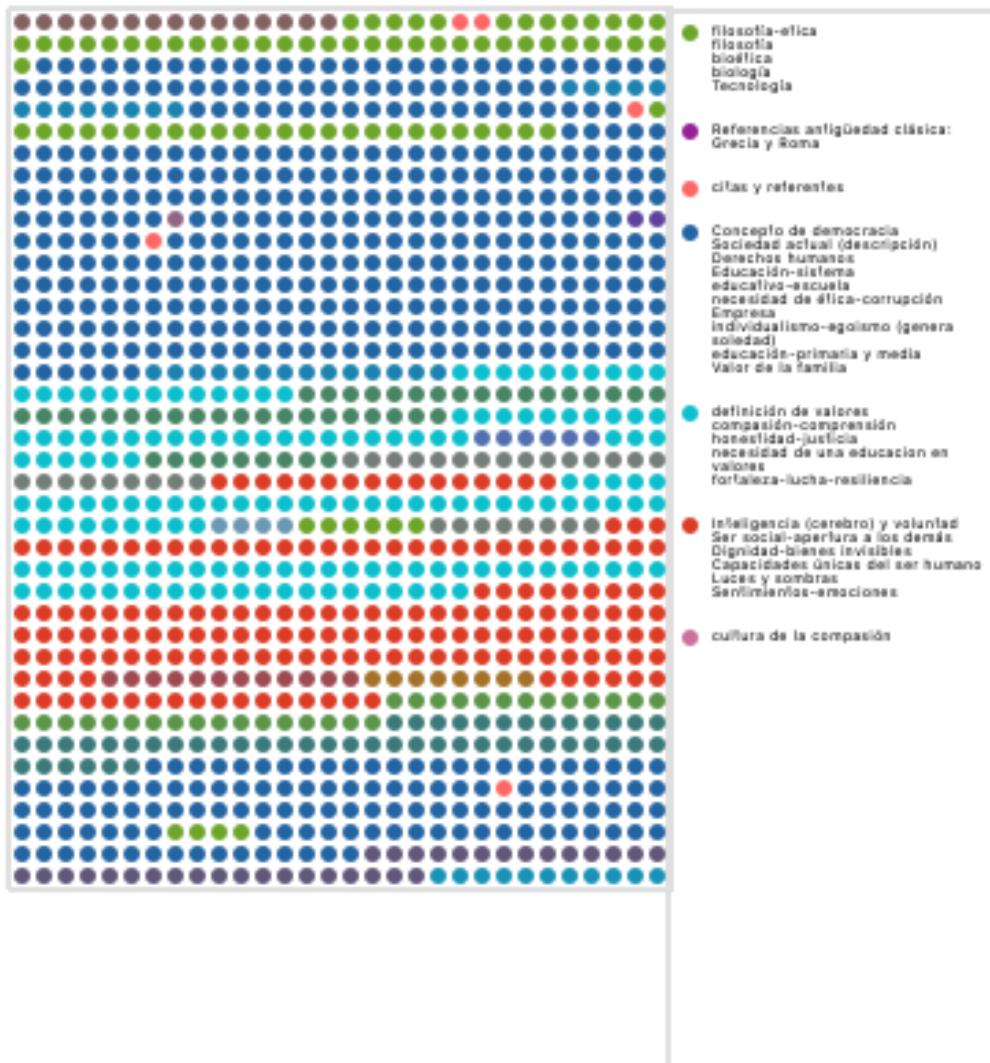


Códigos modelo de un caso (Entrevista a Mariam Rojas)

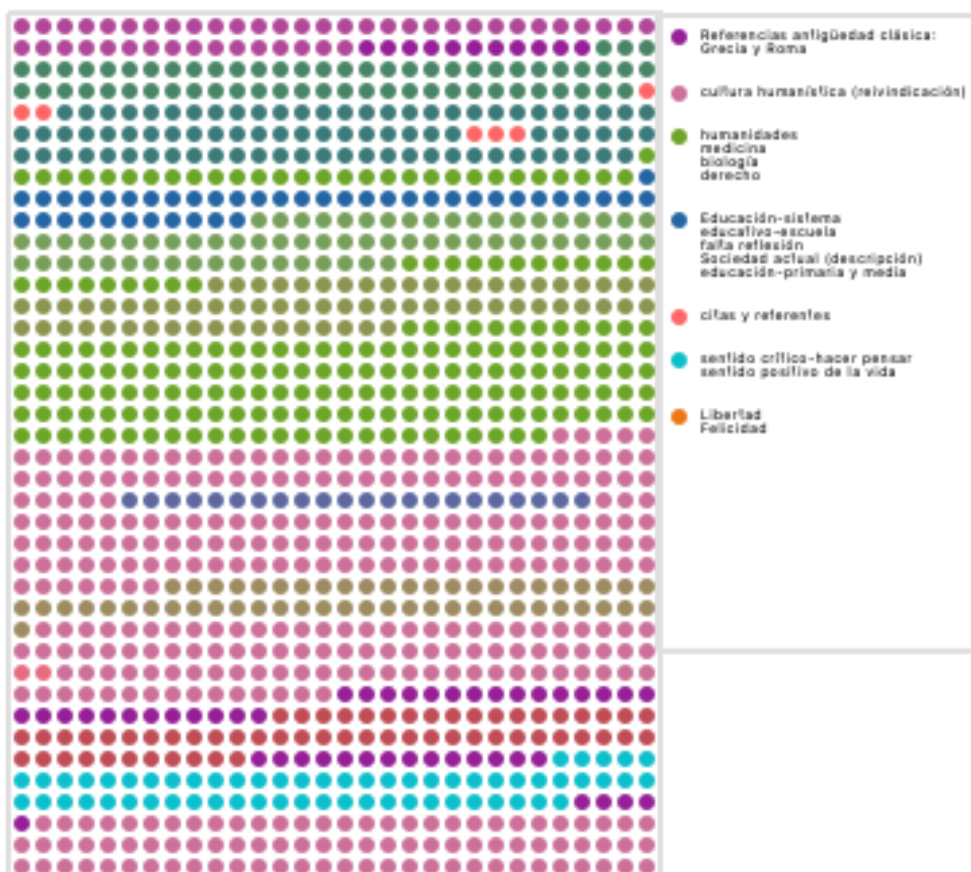


Retratos de documento de diversas entrevistas

Retrato del documento Entrevista a Adela Cortina



Retrato del documento Entrevista a Emilio del Río



Retrato del documento Entrevista a Carlos García Gual

