

## ICONOS CULTURALES HISPANOS EN INTERNET (LO QUE VEN LOS BUSCADORES)

Luis Cueto Álvarez de Sotomayor  
Chimo Soler Herreros  
*Instituto Cervantes*

Javier Noya  
*Real Instituto Elcano*

### 1. INTRODUCCIÓN

Cada vez conocemos más datos fiables sobre cómo Internet está creando un espacio propio de información y difusión cultural, complementario del creado por los otros medios «tradicionales» (libros, CD, vídeos, revistas, televisión) y capaz de modificar de forma acelerada los hábitos de consumo cultural.

La inmediatez de acceso y facilidad de actualización de los contenidos, la sencillez de búsqueda, la universalidad de la información y el enriquecimiento de la misma que suponen las tecnologías que «operan» sobre la información presentada en Internet (enlaces que amplían la información, traducción automática, conversores texto-voz, etc.) y finalmente —¿por qué no?— la gratuidad de muchos de sus contenidos está provocando que cada vez mucha más gente acuda a Internet para obtener la información que maneja en su vida diaria.

En este sentido, los informes de turismo cultural y turismo idiomático que viene realizando en los últimos años Turespaña indican, por ejemplo, que la Red es un factor de decisión en viajes de este tipo. El Laboratorio de Internet CINDOC-CSIC asegura, por su parte, que Internet se toma como principal fuente de información en ámbitos académicos.<sup>1</sup>

Internet: foro  
de difusión  
cultural  
en pleno  
crecimiento

---

1. Isidro Aguillo, CSIC-CINDOC, en <http://www.casamerica.es/Posito/Isidro%20Aguillo%20CINDOC.pdf>.

Desde el punto de vista sustantivo, el análisis de los iconos que circulan por la Red no se puede desligar de las tendencias generales de la producción cultural en Internet, y en particular de la tensión entre la monopolización y la desmonopolización.

Noosfera  
abierta y  
tendencias  
monopoliza-  
doras

El aura cultural que envuelve a Internet es la de una «noosfera abierta», y algunas de sus realidades sin duda se corresponden con esta visión. Comenzando por el grado de monopolización y desmonopolización tecnológica en Internet, las prácticas de los *hackers*, (Himanen) o movimientos como el del «*software* libre» (Wayner) ponen de manifiesto las estrategias de resistencia a la apropiación y el cierre social del *software*. Sin embargo, también se dan claras tendencias a la monopolización, por ejemplo en el caso de los servidores. De hecho, la geografía de los proveedores de contenido en Internet se caracteriza por una concentración mucho mayor que la de otras industrias culturales (Castells, 2001).

El español  
en la Red

En este sentido, las lenguas son el mejor ejemplo de monopolización de la Red. Si bien el español es la segunda lengua de comunicación internacional, tras el inglés, su presencia es significativamente menor en Internet. El español es una lengua minoritaria en la Red, según los datos, por detrás del alemán o el francés. En lo anterior influye sin lugar a dudas la baja penetración de Internet en España en comparación con otros países de su entorno y el gap todavía más agudo en América Latina.<sup>2</sup>

La  
sociolingüística  
de Internet  
permite un  
mayor  
pluralismo

Sin embargo, como veremos en el trabajo, no por ello los iconos culturales españoles están ausentes en la Web, dado que la sociolingüística de Internet es diferente. En el mundo de las tecnologías de comunicación tradicionales (televisión, prensa o radio) es más probable que se impongan la lengua y los iconos anglosajones por el control que tienen Estados Unidos o el Reino Unido de esos medios. Son los únicos iconos que logran una distribución y cobertura mundial y uniforme. Por el contrario, en un medio como Internet es más fácil que también se distribuyan otros iconos. Es más probable el pluralismo (Nunberg, 1998). Por otro lado, millones de páginas en inglés son el resultado de la potencia comercial estadounidense y su avance tecnológico, y se refieren a coches, lavadoras, etc. Si se hiciese una segmentación de una Internet cultural, seguramente el español saldría mucho mejor parado.

El estudio que se presenta pretende investigar cuáles son los prin-

2. Véase Millán (2004) al respecto de las dificultades de medición del español en el medio digital y los distintos resultados que ofrecen distintas metodologías.

principales valores o figuras representantes de la cultura española y en español en Internet y su posición relativa respecto a iconos culturales extranjeros, así como su grado de asociación con instituciones o ciudades, casi obligada en otros ámbitos, como los libros, la prensa o los medios audiovisuales (por ejemplo, el grado de asociación de Velázquez al Museo del Prado o de Picasso con Málaga).

Objetivo de estudio

Dentro de lo que se ha dado en llamar «cosmopolitismo cultural *light*» (Urry, 2003), promovido por la cibercultura, los iconos de los distintos países son asumidos en otros de manera que se conforma una lengua franca de iconos globales adoptados universalmente, independientemente de su significado original (la Novena Sinfonía de Beethoven sería el mejor ejemplo). Lo característico de Internet es la deslocalización o desterritorialización de la producción cultural, de manera que podremos encontrar contenidos sobre cultura española con origen en cualquier parte del mundo, con lo que se genera una competencia global de iconos de los distintos países que no tiene anclajes físicos.

Deslocalización de la producción cultural

Compararemos la presencia de España en diferentes campos artísticos: literatura, artes plásticas, música o cine; en este sentido, es importante recordar que cada uno de estos campos tiene sus reglas de producción y competencia (Bourdieu). La competencia entre los artistas y los países en cada campo viene determinada por las reglas que lo rigen. Por ejemplo, el número de estilos posibles es diferente en las distintas artes y siempre va a ser mayor que en el mundo intelectual, por los límites que impone la reflexión frente a la creación (Collins).

Campos artísticos cotejados

Por otra parte, como también han destacado los autores neoinstitucionalistas, los factores históricos determinan la configuración del campo (inercias). El ejemplo más claro es el cine. Su dinamismo inicial (que no origen) en Estados Unidos ha determinado el peso posterior de este país en él hasta apropiarse en cierto modo de la marca (Hollywood). De hecho, ha estructurado las reglas del campo (*star system*, premios de la Academia, etc.), que después por imitación y efectos «de goteo» se reproducen en otros países.

Otros factores determinantes

Se trata de algo que, por otra parte, ya sucedió en el pasado, por ejemplo con la música culta. Pensemos en el influjo barroco de Italia en Alemania, Francia o Gran Bretaña, hasta que se rompe el cuasi monopolio en el período clásico a favor de Alemania.

Teniendo en cuenta estos factores, los datos recabados por el Instituto Cervantes nos permitirán cuantificar la presencia de España en la Red, la relevancia de la presencia de los iconos culturales españoles e his-

Presencia de España en la Red

panoamericanos en Internet más allá del simple dato del uso del español como lengua en la Red. Se trata de una cuestión que puede entenderse como un factor crítico para instituciones, industrias culturales y autores.

## 2. PRECEDENTES

Estudio  
previo de  
FUNREDES

Hay pocos precedentes de un estudio de estas características. En el año 1996 la Fundación Redes y Desarrollo (FUNREDES) realizó un estudio pionero con el objetivo de «tratar de cuantificar la presencia de Francia en Internet, tanto en el ámbito de la lengua como de la cultura así como de confirmar la existencia de una supuesta “preferencia cultural” de Internet por los norteamericanos».

El método utilizado consistía (en el estudio sobre el uso de las diferentes lenguas) en contabilizar, sobre un número determinado de palabras clave (seleccionadas en función de criterios de fuerte significación cultural o lingüística y en temas variados), la cantidad de ocurrencias o citas de las mismas en las distintas lenguas (por ej.: *network*, *reseau*, *redes*) en Internet.<sup>3</sup>

En la segunda parte, dedicada a la cultura, el estudio se centró en las partes del mundo que hablan francés y español. Se hacía un análisis comparativo por medio de Altavista, contando la cantidad de veces que son mencionadas en la Web las personas consideradas representantes de la cultura. La muestra contiene cerca de 500 personas, divididas en trece categorías. Según sus autores, «los resultados son bastante subjetivos y muestran una presencia fuerte de los representantes de la cultura francófona, comparados al mundo de Estados Unidos, en los dominios donde la cultura y el negocio no están confundidos».<sup>4</sup>

Actualizaciones  
posteriores

En los años 1997 y 1998 (este último en colaboración con la Agencia de la Francofonía y Unión Latina, institución dedicada a la promoción y difusión de la herencia común y de las identidades del mundo latino y cuya secretaría general está en Francia) se actualizan y perfeccionan dichos estudios.<sup>5</sup>

3. Véase <http://Funredes.org/LC/espanol/L1.html>.

4. *Ibidem*.

5. Véanse los estudios sobre la Lengua 2, 3 y 4 y sobre la Cultura 2 en <http://Funredes.org/LC/espanol/L2.html>, <http://Funredes.org/LC/espanol/L3.html>, <http://Funredes.org/LC/espanol/L4.html> y <http://Funredes.org/LC/espanol/C2.html>.

Según estos estudios el español suponía un 2,6% de presencia, aunque los iconos culturales españoles tenían un «nicho» mayor y diferente según diversos sectores: artes plásticas, literatura, cine y música.

Recientemente se ha publicado un polémico estudio por parte del sociólogo norteamericano Charles Murray, titulado *Human Accomplishment (El logro humano)*,<sup>6</sup> que intenta llevar a cabo una medición similar a ésta, a partir de la frecuencia de citas y aparición en enciclopedias en papel.

Estudio de Murray: presencia en enciclopedias

### 3. EL ESTUDIO DEL INSTITUTO CERVANTES

La relativa precariedad de estos estudios (errores, débil aprovechamiento de la información) así como la importancia de contar con fuentes directas de conocimiento llevó al Instituto a encargar un estudio propio y más ambicioso, que contase con nuevos métodos de análisis, que pudiese aprovechar las nuevas posibilidades que la tecnología iba poniendo a nuestro alcance —frente a los estudios citados de años anteriores—, que respondiese a las preguntas que nos interesaban (educación, industria cultural, turismo cultural) y que, finalmente, contrastase un eventual sesgo en otros estudios.

Necesidad de un nuevo estudio

Así, en el año 2003 el Instituto Cervantes encarga a la empresa Tailored Market Monitor (TMM) la realización de un estudio que, partiendo del realizado por FUNREDES, utilizando nuevos criterios y añadiendo nuevos iconos, contrastase la presencia de lo que hemos llamado «Iconos culturales de la cultura española y en español en Internet». Al Departamento de Sistemas y Lenguajes Informáticos de la UNED se le encargó una crítica de los aspectos metodológicos; sus recomendaciones han podido mejorar sustancialmente este estudio frente a sus precedentes y sugieren interesantes líneas de trabajo para futuras ediciones.

TMM y la UNED

Existen diferencias importantes entre el estudio que se presenta aquí y los citados anteriormente. Quizá fuese más adecuado decir que en este artículo se presentan dos estudios complementarios, uno cuantitativo (tablas 1 a 4) y otro cualitativo (tablas 5 a 6).

Dos estudios complementarios

6. Véase Charles Murray, *Human Accomplishment: The Pursuit of Excellence in the Arts and Sciences, 800 B.C. to 1950*, Nueva York, HarperCollins, 2003.

Medición  
cuantitativa  
«depurada»

En primer lugar, la medición cuantitativa se refiere a la presencia de iconos de la cultura hispanohablante en la Red agrupados en las categorías de «artes», «cine», «letras» y «música», así como la comparación con la presencia de iconos de otras culturas (anglosajona, alemana, francesa, italiana y portuguesa, esencialmente). Esta medición se ha depurado de «ruido» adicional: hemos eliminado los documentos relativos a nombres de calles, comercios, empresas, etc. (Calle Goya, Librería Cervantes...), de grafía similar a los iconos seleccionados y se han ponderado cuidadosamente los diversos buscadores existentes para adjudicarles diferente peso. Estas dos complejas e importantes operaciones suponen una fiabilidad de los resultados ofrecidos muy alta.

Medición  
cualitativa

En segundo lugar, y éste es seguramente el aspecto más novedoso, se han añadido cinco criterios cualitativos incorporados a las figuras estudiadas: «universalidad», «españolidad», «reconocimiento», «asociación o no al entorno educativo» y «actualidad».

En páginas web  
en inglés y en  
español

Mientras que en el estudio cuantitativo se ha analizado la presencia de esas referencias en páginas web de todos los idiomas, en el estudio cualitativo se ha analizado exclusivamente su presencia en las páginas web en español y en inglés. Quedan por tanto, fuera del estudio cualitativo las páginas web en francés, alemán, italiano, chino o árabe, también relevantes en Internet y que podrán ser analizadas en estudios posteriores. La importancia, en todo caso, del inglés y del español en Internet y la representatividad de los motores de búsqueda utilizados nos garantiza haber recogido una parte ciertamente considerable de los contenidos ofrecidos en la Red a cualquier usuario.

Próximo  
acceso a  
información  
en detalle

La información analizada corresponde exclusivamente a la accesible a través de las direcciones devueltas por los buscadores (de ahí el subtítulo del artículo); quedan fuera del análisis, por tanto, páginas en entornos restringidos o bases de datos internas. La información de campo se podrá consultar próximamente en la página web del Instituto;<sup>7</sup> de tal manera que otras instituciones o usuarios puedan llevar a cabo análisis alternativos, según sus intereses, y conocer, por ejemplo, la asociación o no —en Internet— de un icono a una ciudad o institución, a un área geográfica, etc., aspectos que pueden ser útiles para la planificación de campañas de turismo cultural. Asimismo, se publica-

7. En un documento en formato PDF y en la dirección [www.cervantes.es/iconos/03/metodo.pdf](http://www.cervantes.es/iconos/03/metodo.pdf).

rán en la página web explicaciones más detalladas sobre la metodología seguida que, por su extensión, no ha sido posible recoger en este texto.

#### 4. METODOLOGÍA<sup>8</sup>

Los criterios metodológicos adoptados son los siguientes:

##### 4.1. Selección de iconos

No existe un canon aceptado de iconos culturales. La presencia en enciclopedias, bien de papel, bien en línea, programas educativos o listas de autores más vendidos, aun cuando podría haber servido como nuevo punto de partida, no supone tampoco una metodología comúnmente aceptada.<sup>9</sup>

¿Qué iconos culturales analizar?

Los estudios de FUNREDES partían de un canon de quinientos autores de diferentes culturas. En el presente estudio hemos partido de los autores analizados en los estudios de FUNREDES (para poder establecer comparaciones) y hemos añadido nuevos autores españoles e hispanoamericanos, basándonos en diferentes fuentes y criterios.

Este factor de la selección de iconos es, sin duda, un primer aspecto interesante del nuevo estudio realizado, pues los autores de esos estudios anteriores consideraban más relevantes otros iconos e incluso ni siquiera entraban a considerar algunos de los analizados aquí.

Los primeros resultados demuestran la importancia de haber incorporado nuevos iconos sobre el canon de partida, siendo obligada la inclusión de nuevos autores e intérpretes relevantes de nuestra cultura en versiones posteriores (por ejemplo, Plácido Domingo o Alejandro Sanz en el ámbito de la música, Isabel Allende en el de la literatura, etc., y no estudiados aquí). Todo estudio, y éste también, se ve limitado por la incapacidad de analizarlo todo.

Inclusiones posteriores posibles

8. Los detalles técnicos se podrán consultar también en [www.cervantes.es/iconos/o3/metodo.pdf](http://www.cervantes.es/iconos/o3/metodo.pdf).

9. Para un análisis de datos no virtuales, sino de encuesta sobre conocimiento de la literatura española en Europa, particularmente en Francia, véase Thion Soriano-Mollá.

La selección

Para seleccionar los iconos culturales que han sido objeto de análisis se han tomado como referencia inicial los cincuenta primeros iconos a nivel mundial que aparecen en el último estudio publicado de FUNREDES (*El tercer estudio de la cultura y la Internet*, 2001),<sup>10</sup> a los que se han incorporado cuarenta nuevos iconos seleccionados por el Instituto Cervantes (diez en cada especialidad artística).

#### 4.2. *Captura de la información*

El análisis de los iconos se ha realizado sobre una serie de documentos de la Red que tenían en común las siguientes características:

Pautas  
comunes para  
el análisis

- Fecha de búsqueda y captura de documentos: Septiembre de 2003. Dado el vertiginoso ritmo de actualización propio de Internet, es posible que algunos datos hayan cambiado para el momento en que este estudio se haya hecho público.
- Motores de búsqueda empleados en español (12): Google, Altavista, Alltheweb, Yahoo, Hotbot, Ubbi, Espotting, Hipavista, Lycos, MSN, Terra y TodoCl.
- Motores de búsqueda empleados en inglés (25): Google, Altavista, Alltheweb, Yahoo, Hotbot, Anzwers, AOL, CompuServe, Espotting, Findwhat, Fouillez-tout, Looksmart, Lycos, Mamma, Mirago, MSN, Netscape, Open Directory Project, Overture, OZSearch, Sympatico, Teoma, UK Search King, WebWombat y Wisenut.
- Media de documentos capturados por buscador: 700.
- Media de documentos analizados por icono en español: 2.500.
- Media de documentos analizados por icono en inglés: 4.500.

#### 4.3. *Tratamiento de los datos*

##### A. ANÁLISIS CUANTITATIVO (tablas 1, 2, 3 y 4)

Para determinar la media de documentos «representativos» existentes en la Red se ha procedido a realizar búsquedas según los siguientes criterios:

10. En <http://www.Funredes.org/LC/espanol/C3>.

- *Selección de buscadores:* de los 37 buscadores identificados a priori se ha llevado a cabo una selección de los cinco más importantes a nivel mundial (Google, Altavista, Alltheweb, Yahoo y Hotbot), teniendo en cuenta cuáles son los más visitados y utilizados por el público internauta (y, por lo tanto, los que tienen una mayor influencia a la hora de mostrar a ese público el «universo de contenidos»). Con dichos buscadores se ha realizado el análisis cuantitativo de los iconos culturales, tanto para los «hispanohablantes» como para los «extranjeros».
- *Ponderaciones relativas entre los buscadores seleccionados:* hemos decidido dar mayor valor en el estudio (tablas 1 a 4) a los datos que eran producto de algunos buscadores frente a otros, atendiendo a dos datos objetivos. Por una parte, el número de visitas que tiene de cada uno de los buscadores. Por otro, el porcentaje de las visitas que de hecho realizaban búsquedas (pues varios, por no decir todos los buscadores, ofrecen otras posibilidades). El número de visitas de cada buscador o el porcentaje de uso de los internautas de los diferentes buscadores se ha obtenido haciendo la media ponderada de los datos que ofrecen dos empresas que se dedican a este fin: Alexa ([www.alexa.com](http://www.alexa.com)) y Traffic Ranking ([www.trafficranking.com](http://www.trafficranking.com)).

Cinco buscadores principales

Número de visitas y porcentaje de búsquedas

	<i>Google</i>	<i>Altavista</i>	<i>Alltheweb</i>	<i>Yahoo</i>	<i>Hotbot</i>
Alexa	95.413 75,98%	7.748 6,17%	2.339 1,86%	18.141 14,45%	1.935 1,54%
TrafficRanking	322.329 80,07%	27.870 6,92%	11.366 2,82%	29.689 7,37%	1.308 2,81%
<i>Media</i>	78,02%	6,55%	2,34%	10,91%	2,18%

- *Profundidad y «selectividad» de las búsquedas:* Las búsquedas cuantitativas se han realizado en todos los casos utilizando las herramientas de los buscadores en su apartado «para todos los idiomas». Además, como ya se indicó anteriormente, se ha aplicado un criterio selectivo (mediante las herramientas de «búsqueda avanzada» de los buscadores para descartar documentos inapropiados) que permitiera filtrar la mayoría de las referencias

Criterios idiomáticos y de selección

ajenas al propio icono analizado. Por poner dos ejemplos muy ilustrativos, se ha tenido cuidado de excluir de las búsquedas a aquellos sujetos presentes en la Red que comparten nombre con los iconos objeto de estudio pero que no tienen que ver con ellos (por ejemplo, Mesón de Lope de Vega, o personajes con nombres idénticos, como Roberto Carlos el jugador de fútbol y Roberto Carlos el cantante, icono musical brasileño que sólo comparte con el primero la nacionalidad y el buen humor).

## B. ANÁLISIS CUALITATIVO (tablas 5, 6, 7 y 8)

Doce iconos  
por categoría

Este análisis se ha realizado exclusivamente de los doce iconos españoles o hispanoamericanos de cada especialidad que destacaban especialmente en los análisis cuantitativos. Se han estudiado en total 117.643 documentos en inglés y 98.623 en español, lo que puede ofrecer una idea aproximada de la información analizada.

Límite de  
documentos  
analizados

Para realizar estos análisis se ha aplicado un límite del número de documentos o archivos seleccionados y buscados por los motores de búsqueda establecido en setecientos. La justificación es doble. Por un lado, cuando un usuario introduce una búsqueda en un motor rarísima vez llega siquiera al citado límite, la paciencia humana se agota mucho antes y la curiosidad suele quedar satisfecha con los contenidos (la mayoría de las veces más relevantes y de mejor calidad) ofrecidos en los primeros puestos. Por otro lado, la mayoría de los motores de búsqueda no permiten acceder a los documentos encontrados por encima de los setecientos, aproximadamente, con lo que, de hecho, ningún usuario puede acceder tampoco a archivos por encima de ese número.

A partir de los documentos seleccionados (ya filtrados como hemos explicado) y para cada uno de los iconos, se ha estudiado su grado de asociación a los cinco campos conceptuales mencionados anteriormente: «universalidad», «españolidad», «reconocimiento», «asociación o no al entorno educativo» y «actualidad». Veamos cada uno de ellos en detalle:

- 1) *Universalidad*: frente a la generalizada convicción de que Internet es un magma sin vinculación territorial, sabemos que cada documento está «alojado» en un servidor que tiene un localizador (la URL) en un «dominio» de Internet, un número

(la dirección IP) que nos remite al país donde está el servidor que aloja dicho documento, y un responsable de ese contenido, cuya dirección puede coincidir o no con las anteriores. La mayor confusión, al analizar este factor, se produce con la asignación automática a Estados Unidos de los «dominios de alto nivel» (los que no son de país, sino genéricos, como los «.com», «.edu», «.org»). Para corregir este error y averiguar el origen de los datos se ha buscado, mediante herramientas como Copernic, la dirección IP que nos indica el país donde físicamente está el servidor. Más allá de enmendar el equívoco, lo que nos interesaba realmente era saber desde qué zona del mundo se están introduciendo en Internet contenidos sobre nuestros iconos. A la postre, tras cada documento hay una empresa, institución o persona que tiene interés en dar a conocer ese contenido, en asociarse a ese icono. Por ello, posteriormente se ha realizado un control personalizado de una muestra significativa de los documentos e iconos para comprobar la coincidencia o no del servidor con la nacionalidad del proveedor del contenido en cuestión: por ejemplo, si el servidor estaba en Estados Unidos pero el responsable del contenido era argentino, la procedencia se ha adjudicado a Hispanoamérica. Con el resultado se ha hecho una extrapolación al resto de documentos con un factor de corrección, el «coeficiente de correlación», es decir la dispersión de valores —su grado de alejamiento— de cada icono en cada zona respecto a la media. Una distribución geográfica más uniforme nos permite inferir que el icono objeto de estudio es más universal que otro con una presencia mucho más concentrada en una determinada región o país.

Origen de los contenidos

- 2) «Españolidad» o grado de asociación a la imagen de España: tras leer y analizar los documentos, una serie limitada de palabras asociables a la imagen de España y el conteo automático de dichas «palabras clave» ha permitido medir el grado o la intensidad en la que cada uno de los iconos estudiados se asocia en la Red a España.
- 3) Reconocimiento (éxito profesional): se ha medido la intensidad con la que se asocia cada uno de los iconos objeto de estudio al concepto de «reconocimiento/éxito» mediante el conteo automático de las «palabras clave» (homenajes, Premio Nobel, Oscar, calidad, etc.) ligadas a estas ideas y que estuvieran presen-

Resto de parámetros cualitativos

tes en los documentos en los que aparecían. El objetivo ha sido valorar el «reconocimiento intrínseco» que la Red otorga a los iconos en los contenidos que ofrece sobre ellos.

- 4) *Grado de «asociación al entorno educativo»*: de manera idéntica a la expuesta arriba, se ha hecho una medición de la intensidad con la que cada icono se asocia a la presencia de términos como universidad, biblioteca, seminario, clases, cursos, etc.
- 5) *Actualidad (grado de actualización) de los contenidos asociados a cada icono*: se ha procedido a filtrar —mediante las herramientas al efecto de los buscadores— los documentos seleccionados según su fecha de actualización. Se ha considerado como contenido «actualizado» aquél que había sido introducido o modificado en la Red desde el 1 de enero de 2003. Este factor permitiría, en caso de una repetición periódica del estudio, a modo de barómetro, conocer qué iconos son «flor de un día» y cuáles se mantienen a lo largo del tiempo, suben, bajan, etc.

#### C. *Ranking* GLOBAL Y PONDERACIÓN DEL ANÁLISIS CUALITATIVO (tablas 9, 10, 11 y 12)

Con el objetivo de poder ofrecer un *ranking* global cualitativo de los 48 iconos hispanos que tuviese en cuenta todas las diferentes categorías de valoración, y a los solos efectos de este estudio, se ha dado una determinada importancia relativa a cada una de ellas, de manera que aportasen al *ranking* global el peso que realmente puedan representar en la mente de las personas. Esta ponderación es inevitablemente subjetiva, pero refleja a nuestro entender una distribución de «pesos relativos» coherente y realista. Así, se ha dado mayor importancia a los conceptos de «universalidad» y «españolidad» pues, evidentemente, cuanto más universalmente reconocido sea un icono y cuanto más se asocie su nombre a nuestro país, tanto más valor intrínseco tendrá como icono de nuestra cultura. Menor importancia se ha dado al concepto de «asociación al entorno educativo» de cada icono y en último lugar se han valorado los conceptos de «reconocimiento» y «actualidad» pues, aunque son importantes, no son —a nuestro juicio— tan determinantes para medir el «peso de nuestra cultura» a la hora de establecer lo «valioso» de un icono concreto.

«Universalidad»  
y  
«españolidad»  
de los iconos

<i>Criterio</i>	<i>Peso</i>
Universidad	10
Españolidad o Asoc. a la imagen de España	10
Reconocimiento	5
Asociación al entorno educativo	7
Actualidad	3

Es importante precisar que, por conveniencias de la presentación, en las tablas 9 y 11, en las que se presentan sendos *rankings* de los iconos mundiales más citados en Internet (un *ranking* cuantitativo de 52 iconos por categoría —artes, cine, letras y música— y un *ranking* cuantitativo global de 208 iconos), aparecen al final iconos hispanos que en la tabla general global habrían aparecido en posiciones inferiores. Se ha forzado la aparición de los doce hispanos estudiados cualitativamente en cada una de las categorías —artes, cine, letras y música— (tabla 10), por lo que los iconos hispanos que aparezcan los últimos de cada categoría y que no tengan iconos extranjeros por debajo no tienen necesariamente por qué ocupar esa posición absoluta en el *ranking* cuantitativo.

Precisión para la consulta del cuantitativo

## 5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Las tablas que se adjuntan son el resultado de comparar el volumen de contenidos significativos en Internet referentes a 208 iconos de la cultura, 52 de los cuales pertenecen al ámbito de la cultura en español. Cada lector sacará sus propias conclusiones y de ahí el valor de presentar los resultados en las tablas que se acompañan. Sin embargo, seguramente serán de gran utilidad ciertas pautas para orientar al lector sobre algunos de los aspectos de mayor interés.

52 iconos hispanos

Una de las cuestiones que se nos plantean es dilucidar si existe un «nicho» específico de nuestra cultura en Internet, dónde se origina, cuántos de esos contenidos se crean en español, en qué ámbitos se tiene un mayor peso y estabilidad temporal, cuál es su grado de vinculación territorial y cuántos están orientados a una actividad presumiblemente más estable en entornos educativos.

«Nicho» de la cultura en español en la Red

La importancia de las preguntas planteadas radica en el hecho de que, desde hace varios años, el volumen de contenidos en español

Volumen de contenidos

permanece estable, entre un 2,4% y un 6,3%, según las fuentes. Sin embargo, las consecuencias de esos datos sobre las industrias culturales y los entornos globales son diferentes si esos porcentajes se refieren o no a los espacios de la cultura. Los primeros resultados parecen optimistas. En general y según los datos analizados, el volumen de referencias significativas podría superar el 30% en determinados ámbitos, como las artes plásticas.

Comencemos el análisis, por tanto, comparando iconos españoles y no españoles (tablas 9 y 11). El primero del mundo hispano es Ricky Martin (en el lugar 23.º), el primer español es Picasso (en el 30.º), seguido de Dalí (46.º), Banderas (59.º) y Cervantes (80.º).

Es interesante ver el peso de las distintas categorías culturales cuando comparamos las posiciones en que aparecen los iconos en los estudios cuantitativos y cualitativos.

	<i>Cuantitativo (tablas 1-4)</i>		<i>Cualitativo (tablas 5-8)</i>	
	%	<i>Ranking</i>	%	<i>Ranking</i>
Artes	31	1	25	2
Música	29	2	21	4
Letras	26	3	32	1
Cine	14	4	22	3

Variación en el *ranking*

El cambio más significativo es sin duda el referido al ámbito de las letras, que asciende del tercero al primer puesto, si se compara su presencia en el estudio cuantitativo frente al cualitativo. Inversamente, la música desciende del segundo al cuarto puesto, seguramente por el factor de la «españolidad», dada la presencia secundaria que los artistas españoles tienen en el mundo de la música popular en beneficio de los hispanoamericanos. Por lo tanto, de los cuatro ámbitos, es el de las letras el más emblemático para la imagen de España en Internet.

Miguel de Cervantes: valor estable

Como consecuencia de esta variación, Cervantes es el único valor estable en comparación con otros. Así, Alberti o Lope de Vega, primeros en el *ranking* cualitativo hispano (tabla 10), se sitúan en puestos medios o bajos en el *ranking* cuantitativo por categorías (tabla 9) en la categoría de letras. Alberti en el puesto 168.º en el *ranking* cuantitativo global (tabla 11) y también en los últimos puestos (51.º) del cuantitativo por categorías (tabla 9) en la categoría de letras, pasa al primer pue-

to del cualitativo por categorías (tabla 10), pero también del cualitativo global (tabla 12). Lope de Vega en el puesto 155.º en el *ranking* cuantitativo global (tabla 11) y también en los últimos puestos del cuantitativo por categorías (tabla 9), concretamente el 47.º, pasa al segundo puesto del *ranking* cualitativo por categorías (tabla 10), en letras, pero también del cualitativo global (tabla 12), con otro segundo puesto.

Otro tanto sucede con las artes plásticas. Picasso y Dalí ocupan los primeros puestos de los hispanos no sólo en el *ranking* cuantitativo por categorías (tabla 9), concretamente en la categoría de artes plásticas, sino también en el *ranking* global (tabla 11), con el segundo y el tercer puesto, respectivamente, después de Ricky Martin. Sin embargo, en términos cualitativos, Picasso desciende al puesto 30.º del *ranking* global y al 5.º del *ranking* por categorías; Dalí, al 46.º del global y al 9.º puesto del *ranking* por categorías. En sentido inverso, Velázquez, que ocupa el puesto 156.º en el *ranking* cuantitativo global y el 21.º puesto en el *ranking* por categorías, en la valoración cualitativa pasa al puesto 9.º del *ranking* global y al puesto 1.º del *ranking* en la categoría de artes.

Comparativa de puestos en artes plásticas

La preponderancia del componente hispano es aún mayor si consideramos los iconos hispanoamericanos, por la presencia de Diego Rivera y Frida Kahlo, aunque aquí habría que descontar el efecto que juega la coyuntura temporal de la búsqueda, dada la repercusión mediática de la reciente película sobre Frida Kahlo.

Con todo, el ejemplo más claro de movilidad descendente se produce en la categoría de música: Ricky Martin, el primer hispano del *ranking* cuantitativo global y del *ranking* por categorías, en concreto en el apartado de música, desciende al puesto 33.º del *ranking* cualitativo global y al puesto 5.º de la valoración cualitativa por categorías.

Movilidad descendente en música

En los restantes campos la presencia de España es significativamente menor. Los nombres españoles figuran a partir del puesto 35.º. Banderas en el puesto 20.º del cine es la única excepción.

El análisis cuantitativo también muestra el peso relativo de los distintos países en la iconografía cultural mundial: Francia e Italia destacan en las artes plásticas. Francia acapara prácticamente una de cada dos menciones (20 de 50), e Italia, una de cada cinco. El Reino Unido tiene mayor presencia en la literatura. Estados Unidos en el cine y la música popular. Alemania en la música culta.

El peso por naciones

Si atendemos no sólo al *ranking* y consideramos el volumen de menciones obtenemos una nueva perspectiva. Los absolutos son un

El volumen en números absolutos varía según la categoría

mejor indicador de la visibilidad. Hay que resaltar en primer lugar la enorme diferencia según los campos. En las artes plásticas la presencia de artistas españoles es comparable a la de otros países. Leonardo da Vinci recibe sólo 1,2 veces más menciones que Dalí, el español con mayor notoriedad. En el extremo contrario tendríamos el cine o la música. Banderas recibe un número de menciones 10 veces inferior al de Walt Disney. En el caso de Almodóvar el número de menciones es 25 veces menor. En la música, si diferenciamos la culta y la popular, Los Beatles obtienen 16 veces más menciones que Julio Iglesias; Bach 14 veces más que Andrés Segovia. Entre ambos extremos, en el ámbito de las letras, Shakespeare obtiene un volumen de referencias tres veces mayor que el de Cervantes.

Otras variables implicadas

Finalmente, hay que considerar el efecto de los géneros dentro de cada campo. Los hispanoamericanos y los españoles habitan espacios culturales bien diferenciados, lo que se pone de manifiesto claramente en la música, y de manera algo menos nítida en las letras y las artes plásticas.

Los primeros puestos del *ranking* global, en lo que a música se refiere, están ocupados por artistas hispanos asentados en Estados Unidos, con productos propios de la industria cultural norteamericana: Ricky Martin, Carlos Santana o Gloria Stefan, es decir, las figuras de la «música latina».

En cambio, los españoles se encuadran en el género de la música clásica: Rodrigo, Falla, Granados o Segovia. La única excepción es Julio Iglesias, pero tampoco podría considerarse como tal, ya que está afincado también en Estados Unidos.

### 5.1. *Análisis más detallado de los aspectos cuantitativos* (tablas 1 a 4)

Comparando estos datos con estudios anteriores, una vez eliminados documentos que «añaden ruido» de información no significativa e incorporados algunos iconos que no estaban contemplados anteriormente (como, por ejemplo, Rafael Alberti), se podría concluir que el *ranking* global no ha sufrido variaciones demasiado considerables.

Primera aproximación cuantitativa

En el análisis correspondiente a 2003 la presencia de nuestros iconos culturales presenta notables diferencias entre los diversos ámbitos de la cultura. En el caso de las artes plásticas la proporción de documentos sobre nuestra cultura es muy alta, superior al 30%; en el

caso del ámbito de las letras o del de la música la proporción es intermedia, en torno a un 15%; y reducida en el caso del cine.

### 5.1.1. Artes plásticas (tabla 1)

Son el campo más «españolizado». Cuatro de los quince primeros puestos están ocupados por españoles, Dalí, Picasso, El Greco y Miró; o Goya, que se sitúa también entre los veinte primeros iconos, junto a Da Vinci, Warhol o Rembrandt. Fijémonos en que, además, en su mayoría son artistas contemporáneos que pueden contribuir a potenciar una imagen moderna de España. Por épocas, el arte español del siglo xx ocupa una segunda posición, tras los pintores franceses.

Alta proporción de los iconos españoles

Las diferencias de volumen de documentos de referencia son muy pequeñas entre las veinte primeras posiciones. Las posiciones podrían variar con facilidad.

### 5.1.2. Cine (tabla 2)

Entre los veinte primeros iconos culturales del ámbito del cine, sólo uno, Antonio Banderas, pertenece al ámbito cultural hispanoamericano. Pedro Almodóvar y Luis Buñuel reúnen suficientes referencias en la Red para incluirse en el grupo de los cincuenta más destacados.

Menor presencia en el ámbito cinematográfico

Entre los cuatro ámbitos culturales analizados, el cine es el de menor peso de nuestros iconos culturales; Internet es fiel reflejo también, como puede observarse, de la situación que vive la industria cinematográfica europea en otros medios.

La diferencia de volumen de documentos entre los diversos iconos es muy grande y se requeriría un gran esfuerzo para modificar estas posiciones.

### 5.1.3. Letras (tabla 3)

Miguel de Cervantes y Gabriel García Márquez serían nuestros autores mejor situados en cuanto a volumen de documentos en la Red, pero la presencia de nuestra literatura en Internet no sería semejante a la existente en otros medios.

Cervantes y García Márquez

Se refleja una importante diferencia por épocas literarias. Mien-

tras los autores de mayor peso en el siglo XIX corresponden a la literatura anglosajona, la presencia en la Red de autores del siglo XX otorga un mayor peso a la literatura hispanoamericana.

Posibilidades  
prometedoras

La diferencia de volumen de documentos entre los escritores con mayor presencia y los de nuestro ámbito cultural es pequeña, inferior al 30%, y por tanto un esfuerzo enfocado a incrementar el volumen y la visibilidad de nuestros contenidos podría mejorar sustancialmente su peso relativo en este ámbito.

#### 5.1.4. Música (tabla 4)

Mayor  
volumen:  
«música latina»

La música latinoamericana es la que presenta mayor volumen de referencia en Internet. Ricky Martín, Carlos Santana, Gloria Estefan y Julio Iglesias serían los autores e intérpretes con mayores referencias.

En este apartado, el «nicho» pertenecería más a un estilo diferenciado —la «música latina»— que a un ámbito temporal.

La diferencia de volumen de documentos entre los diversos iconos es intermedia y estas posiciones podrían verse modificadas a medio plazo.

#### 5.2. *Análisis más detallado de los resultados cualitativos* (tablas 5 a 8)

Parámetros  
cualitativos  
aplicados

Además del volumen de documentos significativos y el ámbito cultural y lingüístico, nos interesaba conocer también los siguientes parámetros cualitativos: la «universalidad» (tablas 5 y 6), la «españolidad» o grado de asociación a la imagen de España, el grado de «reconocimiento», el grado de «asociación al entorno educativo» y el grado de «actualidad» o actualización (tablas 7 y 8).

Estos cinco factores nos permiten localizar los focos de producción de contenidos de los 48 iconos analizados, sus diferencias regionales y la lengua en que son producidos. La asociación con lo que hemos denominado «imagen de España» nos permite conocer los vínculos con los entornos e industrias culturales e intuir el grado de desterritorialización (o deslocalización) de nuestra cultura.

Los factores como «asociación al entorno educativo» o «actualidad» nos permiten intuir el grado de consolidación o el carácter efímero de estos contenidos.

5.2.1. «Universalidad» o la «ecología» de Internet (tablas 5, 6 y 13)

Como podrá verse también en el apartado siguiente (5.2.2.), la observación del parámetro denominado «universalidad» ha de relacionarse con el de la «españolidad». Los iconos más asociados a España son los menos universales. Esta relación inversa nos llevará a analizar también otro aspecto: el de las diferencias entre las distintas zonas culturales enmarcadas en sus respectivos ámbitos geográficos (tablas 5 y 6).

Relación inversa de dos de los parámetros

Siguiendo los criterios expuestos, el índice cualitativo de universalidad no modificaría las posiciones de los iconos en el *ranking* cualitativo, excepto en algunos casos. Como se puede observar en los listados, mejoraría el criterio de universalidad la posición de Diego Rivera, El Greco y Velázquez en artes y la de García Márquez y Borges en letras.

Si comenzamos el análisis detallado por las artes plásticas, se apreciará que la presencia en documentos en español de los iconos reconocidos como españoles está concentrada en Europa. Hispanoamericanos como Rivera, Kahlo y Botero tienen su «nicho» en Sudamérica, pero fijémonos que también en Estados Unidos. Al pasar al inglés, disminuye ligeramente el peso de España en Europa y se incrementa en Estados Unidos. En Europa el icono es Miró a gran distancia de los siguientes, en Estados Unidos es Botero (los primeros españoles son Velázquez, Gaudí y Tàpies). También es digna de mención la presencia significativa de contenidos españoles sobre Dalí, Picasso o El Greco, en Asia/Australasia.

Diversificación en artes plásticas

En el cine, en español la presencia de España está concentrada en Europa. En inglés, lógicamente la presencia en Estados Unidos es mayor que en el caso de las artes, dado el peso de la industria cinematográfica norteamericana. Luis Buñuel o Pedro Almodóvar son los iconos en Europa.

Cine: presencia de España en Europa

Siguiendo el análisis con el ámbito de las letras, en español, como es lógico, aumenta el peso de los iconos en Sudamérica y disminuye en Norteamérica, aunque se trata de autores hispanoamericanos, no españoles (Neruda, Borges y Cortázar). En Norteamérica se reparte entre los dos. Y es de nuevo en Europa donde sí predomina lo español (García Lorca, Lope, Calderón, etc.) sobre lo hispanoamericano. Es destacable la aparición de proveedores de contenido y/o servidores sobre iconos hispanos pertenecientes al ámbito de las letras en Centroamérica en lengua española, menos relevantes en otras cate-

Diversificación continental en letras

rías. El panorama cambia con el inglés. Se produce la concentración de contenidos en Europa y Norteamérica: autores españoles en Europa (García Lorca o Lope) y autores hispanoamericanos en Estados Unidos (Octavio Paz, Vargas Llosa o Carlos Fuentes). Finalmente otro dato que destaca especialmente es la presencia significativa de Cervantes en Asia.

Concentración  
de contenidos  
en el ámbito  
musical

Para concluir el análisis, en el campo de la música, en los documentos en español se produce la concentración: en Europa, los iconos pertenecientes a la música clásica (Falla, Granados, Rodrigo y Segovia); en América Latina y Estados Unidos, los representantes de la música popular latina. En inglés el patrón es similar: las figuras de la música popular latina (Celia Cruz y Tito Puente) en Norteamérica y los de la música clásica española en Europa.

Diferencias  
significativas  
en los cuatro  
ámbitos

*Lengua del documento (español o inglés):* La proporción de documentos analizados de los iconos de nuestro ámbito entre el inglés y el español sería similar, algo superior en inglés si contemplamos el total de páginas analizadas (117.643 en inglés, 98.623 en español). Este aparente equilibrio es engañoso ya que existen significativas diferencias temáticas; por ejemplo, hay muchos más documentos en inglés en el ámbito de las artes plásticas y la música, en cambio es en español donde hay más producción de contenidos de literatura y cine. También existen diferencias en la proporción de documentos en inglés y español relativos a cada icono. En general entre los iconos mejor situados, como Dalí o Picasso, el número de referencias en inglés puede triplicar a los documentos existentes en español. A la inversa, los autores con menor volumen de presencia pueden tener mayor número de páginas en español que en inglés.

Norteamérica  
acapara la  
creación de  
contenidos

*Región de origen de las páginas:* En el fondo analizado, la relación de páginas residentes en Norteamérica (México incluido) es generalmente tres veces superior a la europea (España incluida), excepto en el caso del ámbito de las letras, en el que la relación es doble. Norteamérica y Europa acaparan más del 80% del total de páginas. La relación de páginas residentes en servidores de Latinoamérica es hasta seis veces inferior a la europea, aunque esta proporción disminuye cuando se trata de iconos hispanoamericanos, como Diego Rivera o Frida Kahlo, para los que la relación es similar o incluso superior.

Los resultados de las encuestas de consumo cultural (ahora no virtual sino presencial) de libros, discos, exposiciones y salas de cine confirman algunos de los extremos.

Comparación con otros resultados y estudios

En Japón, los resultados de un estudio del RIE<sup>11</sup> en el 2003 confirman que la notoriedad de Gaudí es muy importante en Asia (24% Picasso, 17% Gaudí, 3% Dalí).

En lo relativo a Europa, el estudio que muestra la siguiente tabla del Instituto Universitario Ortega y Gasset en cuatro países europeos confirma que una figura como Julio Iglesias, en comparación con Picasso, está poco asociada a España en Europa.

	<i>Italia</i>	<i>Francia</i>	<i>Gran Bretaña</i>	<i>Alemania</i>	<i>Europa</i>
Julio Iglesias	5	10	—	—	4,2
Dalí	6,2	—	9,9	13,4	8,3
Picasso	22	32,8	27,3	21,8	25,6
NS/NC	44,3	37,4	53,2	51,6	47

Fuente: IUOG (1995).

Datos referidos sólo a porcentajes superiores al 5%.

Profundizando en la «europeidad», en un estudio realizado a finales de 2002 por el Instituto CSA para varias fundaciones y medios europeos (*Europartenaires*) se preguntó a los ciudadanos de un conjunto de seis países europeos (Francia, Alemania, Reino Unido, España, Italia, Polonia) por los personajes que mejor representan la identidad europea. Si observamos las menciones a representantes de la cultura anteriores al siglo XIX, obtendríamos los siguientes resultados, agrupados los personajes por nacionalidades:

Instituto CSA

Italianos: Leonardo (25%), Francisco de Asís (13%), Dante (6%)

Alemanes: Lutero (19%), Gutenberg (10%)

Ingléses: Shakespeare (14%), Newton (11%)

Franceses: Voltaire (10%)

Polonia: Copérnico (9%),

Espanoles: Teresa de Ávila (4%), Cervantes (4%)

11. RIE: Real Instituto Elcano.

Los porcentajes finales por países quedarían de la siguiente manera: Italia (50%), Alemania (39%), Reino Unido (25%), Francia (10%), España (8%).

Los personajes mencionados pertenecientes a los siglos XIX y XX fueron:

Franceses: Marie Curie (19%), V. Hugo (9%)

España: Picasso (12%)

Reino Unido: Chaplin (10%)

Alemania: Marx (8%), Goethe (5%)

Polonia: Chopin: (8%)

De nuevo, agrupando los datos, los porcentajes finales por países quedan así: Francia (28%), Alemania (13%), España (12%).

Los datos del consumo «presencial» coinciden

Lo que importa es que, efectivamente, también en los datos referentes al consumo «presencial» (no virtual) los iconos españoles en Europa son Picasso y Cervantes.

### 5.2.2. La «españolidad» o asociación a la imagen de España (tablas 7, 8 y 13)

Para el análisis de la imagen de España, desde luego, el aspecto clave es la asociación del icono con España, es decir, la «españolidad» del icono. En consecuencia, entramos en la diferenciación simbólica entre lo hispano y lo español (tablas 7 y 8).

Repercusiones significativas

Uno de los aspectos importantes de asociación a la imagen de España es la repercusión sobre las industrias y el turismo cultural. Editoriales, productoras y museos comparten las consecuencias de que, por ejemplo, la figura de Picasso no se asocie con Málaga o que el Prado aparezca poco relacionado con Francisco de Goya.

Asociaciones entre el icono y su ubicación

En general la asociación a los territorios culturales difiere de unos iconos a otros. Rivera y Goya aparecen muy asociados a México y España respectivamente. En el *ranking* de palabras por frecuencia de aparición, la asociación de Rivera con «Museo Arte Nacional México» es alta, ya que aparecen entre las cinco primeras palabras. En cambio, hay que esperar hasta el puesto 40.º en el caso de español y el 80.º en inglés para asociar «Goya» a «Prado». En este último caso, el término «London» aparece en los primeros lugares por encima de Madrid.

La mejor asociación a la imagen de España en artes aparece en el

caso de artistas catalanes como Miró, Gaudí o Tàpies. Los iconos más asociados a España en cada uno de los cuatro campos son: Alberti o Lope de Vega, en el ámbito de las letras (fijémonos en que no Cervantes); Velázquez y Gaudí, en las artes plásticas; Fernando Fernán Gómez y Buñuel, en el cine; y Granados y Falla, en la música.

Iconos más asociados a España

Si consideramos el volumen de menciones, el ámbito de las letras es el contexto cultural más asociado a lo español; la música y el cine, los que menos; y las artes plásticas en un nivel intermedio.

Las letras «españolas»

Es interesante observar la tensión que se produce entre la «españolidad» y la «universalidad», los factores con mayor ponderación en la valoración cualitativa. Los más asociados a España son los menos internacionales o universales. Por lo tanto, son iconos muy relevantes en algunas regiones y apenas en otras:

<i>Españolidad</i>			
		+	-
<i>Universalidad</i>	+	Saura Miró García Lorca	Picasso Banderas
	-	Gaudí Alberti, Lope Granados, Rodrigo Fernán Gómez	Calatrava Raúl Ruiz Julio Iglesias

En las artes plásticas, Gaudí es el tercer icono más asociado a España, pero se sitúa en los últimos puestos en términos de universalidad. Aunque con un desnivel menor, algo parecido ocurre en el caso de Velázquez. En el extremo contrario, Picasso o Dalí tienen una distribución homogénea, pero están menos asociados a España. En el cine, Banderas es el más «universal» pero uno de los menos asociados a España. En la literatura, Alberti o Lope de Vega, los más asociados a España son los menos universales. Y ya en la música, lo mismo sucede con Enrique Granados o Joaquín Rodrigo. Carlos Saura, Joan Miró o Federico García Lorca son excepciones en cada campo. Reúnen ambas características, «españolidad» y «universalidad», situándose en puestos medios o altos en ambos criterios.

Relaciones de asociación inversa entre parámetros

El análisis de correlaciones revela que se da una fuerte asociación entre «españolidad» y «entorno educativo», pues supone la correlación más alta y significativa (un elocuente 0,65 al 0,001). A continuación, menos alta pero también muy significativa, tendríamos la asociación entre «reconocimiento» y «entorno educativo» (tablas 7 y 8).

En el análisis de conglomerados podemos observar un tronco formado por dos grandes ramas, y en la parte inferior una rama independiente. En ésta anidan los literatos más asociados a la «españolidad», Lope y Alberti. Podemos decir que éste es el núcleo duro de la «españolidad».

Grados de  
asociación  
a España

La práctica totalidad de españoles, independientemente de su campo, se arraciman en dos de las ramas del tronco central. De ellas hay una más española que otra, en la medida en que sólo la habitan iconos de nuestro país, no acompañados de hispanoamericanos. En ella están Tàpies, Velázquez, Gaudí y Miró, en las artes plásticas; Granados, en la música; y Saura, en el cine. Éste es el segundo anillo de «españolidad». En el tercer anillo, en el que se entremezclan los españoles y los hispanos, tendríamos a Picasso, Almodóvar, etc. La excepción la conforman Julio Iglesias, en la música; y Cervantes o García Lorca en las letras, más asociados a lo genéricamente latino que a lo español. Son el cuarto anillo, el más alejado (tablas 7 y 8).

Páginas en  
español: las  
más asociadas  
a España

*Lengua del documento (español o inglés):* En general la asociación a la imagen de España es más débil en las páginas escritas en lengua inglesa y mayor en las de lengua española. Existen diferencias según el ámbito analizado. La distancia entre las referencias en inglés y español de los iconos con la imagen de España es menor en el ámbito de las letras y hasta ocho veces superior en el de las artes. Es decir, las páginas de Picasso en lengua inglesa tienen hasta seis veces menos referencias a la cultura española que las escritas en lengua española. Podríamos decir que la lengua, la palabra, el texto se asocian más al territorio y las imágenes se desvinculan del mismo. Esta tendencia se continúa en el caso del cine, más vinculado a la imagen de España en las páginas en inglés que la música, menos vinculada comparativamente. Hay algunas excepciones respecto a la preferencia de la mejor asociación a la imagen de España en español que en inglés, como es el caso de Carlos Saura, Lope de Vega o Calderón, siendo Rafael Alberti el icono que presenta una proporción de esta asociación hasta cinco veces superior en inglés que en español.

### 5.2.3. «Reconocimiento» (tablas 7, 8 y 13)

Llaman la atención los altos valores que alcanzan los iconos de la categoría letras frente a las demás (el valor más bajo en letras es casi como el más alto en artes plásticas) y la gran distancia a la que se sitúan Octavio Paz y Carlos Fuentes frente al resto de iconos de su categoría y de las otras.

Por otro lado, en cada una de las especialidades, los iconos más destacados en este factor son los contemporáneos. Parece como si los «clásicos» vivieran más alejados de las presiones del reconocimiento.

También, por el contrario, llaman la atención las bajas puntuaciones que reciben iconos destacadísimos en el *ranking* cuantitativo y en «universalidad» —dentro del cualitativo—, como Ricky Martin; la popularidad, en este sentido, no va acompañada del reconocimiento de iconos más estables como Andrés Segovia. Futuros estudios podrán analizar lo efímero o consolidado de figuras que, aun teniendo altos otros factores, presenten valores bajos en aspectos como el reconocimiento.

Disociación de popularidad y reconocimiento

Finalmente cabe destacar la homogeneidad de este factor en las distintas categorías frente a otros aspectos en los que las diferencias son más acusadas.

*Lengua del documento (español o inglés):* Las diferencias entre el tratamiento en inglés y español al analizar el factor de «reconocimiento» no son significativas.

### 5.2.4. «Asociación al entorno educativo» (tablas 7, 8 y 13)

La variación del *ranking* que genera este criterio con respecto al *ranking* cuantitativo es muy alta; casi se podría decir que se invierte el orden. Tàpies y Calatrava en artes, Buñuel, Ruiz y Saura en cine, Lope de Vega y Alberti en letras, y Falla y Granados en música ocupan las primeras posiciones.

*Lengua del documento (español o inglés):* A diferencia de lo apuntado con la «españolidad», el resultado de la comparación de «asociación al entorno educativo» de los iconos analizados en este apartado es, salvo en el apartado de la música, más favorable a la lengua inglesa que a la española. Hay diferencias según el ámbito. Hay muchísima más asocia-

Mayor asociación al entorno educativo en documentos en inglés

ción al entorno educativo en páginas en lengua inglesa relativas a los iconos relacionados con las letras (Lope de Vega y Cortázar). Esta diferencia es bastante más ligera en el caso del cine (Buñuel y Saura) o el arte. La comparación en este último ámbito presenta muchas diferencias según el autor; Picasso o autores vivos, como Tàpies o Calatrava, aparecen más asociados a entornos educativos en inglés, el resto aparecen más asociados a este tema en las páginas analizadas en lengua española.

### 5.2.5. «Actualidad» (tablas 7, 8 y 13)

Variable  
altamente  
coyuntural

La variación con respecto al *ranking* cuantitativo si observamos el factor de actualidad es también muy alta. En algunos casos, como el de Alberti, es fácil de explicar, por la coincidencia con su centenario, o como el de Almodóvar, por lo reciente del Oscar.

El interés de este factor radica en que permitirá comprobar, cuando se repitan estos estudios más adelante, cómo iconos de gran actualidad se mantienen o no en el tiempo y su relación con los otros factores («Reconocimiento/calidad» y «asociación al entorno educativo», fundamentalmente).

*Lengua del documento (español o inglés):* Las diferencias entre el tratamiento en inglés y español al analizar el factor de «actualidad» no son significativas.

## 6. CONCLUSIONES (MEMÉTICA HISPÁNICA)

Internet: medio  
idóneo para  
potenciar  
la cultura  
española

Como hemos constatado, existe un «nicho» de contenidos culturales en inglés pertenecientes al ámbito cultural español e hispanoamericano en Internet proporcionalmente superior al número de contenidos en español. Los datos demuestran que, cuando se utilizan instrumentos de medición adecuados, la cultura propiamente española tiene un peso específico en forma de iconos culturales y ello a pesar del papel secundario del español en la Red. El análisis muestra que, en este nuevo medio tecnológico, España puede ser una potencia cultural en la medida en que los iconos emblemáticos se conviertan estratégicamente en «caballos de Troya» a través de los que la cultura española salga fortalecida.

Peso dispar de  
los contenidos

Hay que subrayar, sin embargo, que España no tiene el monopolio de lo español no ya en la lengua, sino tampoco en la cultura, por-

que el peso de lo español no es uniforme. Lo latino pesa más en algunos campos (cine o música). La literatura es el campo más asociado a lo español; y la música y el cine son los campos que lo están menos, ocupando las artes plásticas un lugar intermedio.

Del análisis anterior podemos extraer varias conclusiones. En primer lugar, la correlación negativa y los pesos en los factores nos indican que cuanto más se asocie un icono a España menos universal se considera. Esto quiere decir que los iconos propiamente hispanoamericanos tienen una presencia más extensa y homogénea.

Cuanto más «español» menos «universal»

Este elemento en común no debe ocultar las diferencias entre los distintos campos. La tensión entre «universalidad» y «españolidad» es muy aguda en la música. Hay que suponer que debido a la penetración lograda por la música popular latina en la industria discográfica norteamericana. Podemos notar, asimismo, cómo encontramos dos campos homólogos, la literatura y la música, en los que lo español va asociado a prestigio y calidad. Hablamos por tanto de literatura culta y música clásica.

Lo español se asocia a prestigio en literatura y música

Esta importante presencia cultural va asociada de forma desigual a «la imagen de España». Los ámbitos mejor representados y con mayor peso, como las artes plásticas, están asociados a la imagen de España en menor grado, especialmente cuando se analizan los contenidos en lengua inglesa. Los contenidos sobre nuestra cultura en inglés aparecen más asociados a los entornos educativos que los contenidos en español.

El éxito de eventuales medidas correctoras significativas será de diferente índole según el ámbito del que nos ocupemos, y por descontentado más difícil en los ámbitos de contenidos cinematográficos que en los de contenidos literarios.

Medidas de mejora

El análisis ha dado mayor importancia a aquellos documentos que aparecían entre los primeros remitidos por los buscadores al consultar un icono. Es significativo que en las primeras diez páginas no suelen aparecer las grandes instituciones que son referencia en la actividad cultural presencial. Cualquiera puede ser líder de contenidos sin esfuerzo económico, pero esto tiene consecuencias en la asociación que los lectores hacen, a través de la Red, con nuestras ciudades, editoriales, museos, etc.

Instituciones de referencia ausentes de los primeros puestos

Los iconos más asociados a España son Alberti o Lope de Vega, en la literatura; Velázquez y Gaudí, en las artes plásticas; Fernando Fernán Gómez y Buñuel, en el cine; y Enrique Granados y Falla, en la música.

A este respecto, es interesante destacar la tensión que se produce

entre la «españolidad» y la «universalidad» u homogeneidad de las menciones, los factores con mayor ponderación en el aspecto cualitativo. Los más asociados a España son los menos universales o internacionales, es decir, tienen mucha visibilidad en algunas regiones y apenas en otras. Y los iconos más españoles no son los más universales.

Lo hispano en  
Estados Unidos  
y lo español en  
Europa

En relación con lo anterior, el análisis también pone de relieve diferencias interesantes por regiones. El mundo hispano sale mejor parado en Estados Unidos, mientras que lo propiamente español tiene mayor notoriedad en Europa.

La literatura:  
baluarte  
de la cultura  
española

Hemos constatado que la literatura es el campo más diferenciado y el bastión de la «españolidad» de los iconos. La conclusión refrenda los resultados de estudios como el de Corse (1997) sobre el nacionalismo y la literatura. En la medida en que la literatura es el campo basado en la lengua y en que, como subrayan los estudiosos del nacionalismo, ésta es la condición de posibilidad del sentimiento nacionalista, la literatura es el emblema de la identidad cultural. La lengua más que otros lenguajes, como el musical o el plástico, es el que mejor refleja la identidad nacional.

Deslocalización  
del consumo y  
la producción  
cultural en  
Internet

No podemos sustraernos a una reflexión final de carácter especulativo, pero no carente de implicaciones estratégicas en la acción cultural exterior. En Internet los emblemas culturales de distinto origen «flotan» libremente sin las ataduras de la distribución física, sin más límites que los de los gustos estéticos. Los miembros de la comunidad estética española, es decir, quienes comparten el gusto por los iconos españoles, como productores o consumidores de esos iconos, pueden estar en cualquier lugar del mundo.

Espacio  
prometedor  
para la  
evolución  
cultural  
hispanica

La deslocalización o desterritorialización en Internet tiene como consecuencia el «bricolage cultural», la mezcla de iconos de unos y otros países y culturas. En este nuevo contexto, la construcción de este «*software* cultural» (Balkin, 1998) se asemeja más a un proceso de selección natural y a la dinámica evolutiva de los *memes*, en la medida en que es una competencia entre iconos en un espacio más abierto que el no virtual. Es un campo prometedor para una «memética hispánica»: <sup>12</sup> ¿cómo

12. La memética es la aplicación de modelos de la biología evolutiva al análisis de la transmisión de las ideas y la cultura. Un *meme*, el equivalente de un gen, es la unidad mínima de información sociocultural. Sobre la memética, véase Blackmore (2000). Para un estudio de la competencia entre *memes* en la Red, en este caso de noticias en la USENET (o *netnews*), véase, por ejemplo, el trabajo de Best (1997).

compiten los iconos españoles con otros de distintos orígenes nacionales?, ¿cuáles logran una mayor difusión?, ¿cómo evolucionan en contacto con otros iconos con los que interactúan en el ciberespacio híbrido?

Este último punto nos lleva a otro campo muy prometedor, que es la exploración de la «hipertextualidad», es decir, las referencias cruzadas, la aparición simultánea y, en definitiva, las redes de iconos hispanos y españoles en Internet. ¿Qué iconos están entrelazados? ¿Qué artistas españoles están asociados con Velázquez, por ejemplo? Habría que trascender el análisis de iconos individuales para pasar al análisis de redes de iconos. Esta intertextualidad es una de las virtualidades más interesantes de la Red (Landow). Cara al futuro, lo más atractivo, sin duda, es explorar las redes transnacionales de iconos: ¿con qué iconos no españoles están más asociados los españoles?, ¿qué combinaciones transnacionales son más universales y más estables?, ¿qué alianzas simbólicas con otros países son más ventajosas para los iconos españoles?

Intertextualidad  
provechosa

Se trata, sin duda, de cuestiones que nos apasionarán y ocuparán en el próximo estudio.

#### BIBLIOGRAFÍA

- AGUILLO, I., CSIC-CINDOC, en <http://www.casamerica.es/Posito/Isidro%20Aguillo%20CINDOC.pdf>.
- BALKIN, J., *Cultural Software*, New Haven, Yale UP., 1998.
- BEST, M., «Models for interacting populations of memes: competition and niche behavior», en *Journal of Memetics*, 1, 1997.
- BLACKMORE, S., *La máquina de los memes*, Barcelona, Paidós, 2000.
- CASTELLS, M., *La galaxia Internet*, Barcelona, Plaza & Janés, 2001.
- CORSE, S., *Nationalism and Literature: The Politics of Culture in Canada and the United States*, Cambridge, Cambridge UP, 1997.
- FUNDACIÓN REDES Y DESARROLLO, en <http://Funredes.org/LC/espanol/L1.html>.
- MILLÁN, J., «El español, recurso en la red», en VV. AA., *Perspectivas exteriores 2004. Los intereses de España en el mundo*, Madrid, Política Exterior/FRIDE/R.I.Elcano, Biblioteca Nueva, 2004.
- MURRAY, Charles, *Human Accomplishment: The Pursuit of Excellen-*

- ce in the Arts and Sciences, 800 B.C. to 1950*, Nueva York, HarperCollins, 2003.
- NUNBERG, G., *Languages in the Wired World*, Palo Alto, Xerox Research Center, 1998.
- SWAAN, A. de, *Words of the World*, Cambridge, Polity Pr., 2001.
- THION SORIANO-MOLLÁ, D., «Cuando las letras españolas se hacen europeas», en P. Martínez-Vasseur y M. Díaz Barrado (coords.), *La imagen de España y Francia en los medios de comunicación*, Cáceres, Universidad de Extremadura, 2003.
- URRY, J., *The Global Media and Cosmopolitanism*, Lancaster, Lancaster University, 2003.

## TABLAS

*Tabla 1*  
DETALLE DE VALORACIÓN CUANTITATIVA (ARTES)

Ranking de buscadores	Presencia en principales buscadores					Resultados	Ranking por categoría
	Google 78,02%	Altavista 6,55%	Alltheweb 2,34%	Yahoo 10,91%	Hotbot 2,18%		
Leonardo da Vinci	309.000	228.105	1.036.491	561.000	265.290	347.294	347.294
Andy Warhol	252.000	124.977	670.895	265.000	133.872	252.348	267.505
Salvador Dalí	187.000	127.574	748.642	279.000	144.778	205.389	252.348
Pablo Picasso	273.000	141.769	547.854	275.000	109.208	267.505	231.455
Vincent van Gogh	242.000	59.704	442.165	241.000	95.252	231.455	205.389
Claude Monet	98.400	107.362	296.574	176.000	58.200	111.222	156.568
Diego Rivera	68.500	41.756	222.749	95.400	42.415	72.731	111.222
El Greco	71.900	42.992	213.141	89.600	44.489	74.652	101.133
Frida Kablo	97.200	41.920	282.358	97.900	40.641	96.766	96.766
Joan Miró	86.800	40.164	176.768	44.200	38.383	80.154	80.466
Paul Klee	74.500	44.578	151.277	74.000	43.700	73.616	80.154
Marc Chagall	72.300	40.113	163.924	82.700	36.135	72.688	77.487
Henri Matisse	104.000	55.158	184.807	104.000	32.147	101.133	74.652
Max Ernst	50.100	22.665	114.414	44.900	19.424	48.576	73.616
Paul Cézanne	53.300	28.379	145.297	40.100	39.771	52.090	72.731
Martha Graham	36.200	19.492	103.629	39.300	15.221	36.568	72.688
Paul Gauguin	77.600	46.535	174.415	81.800	40.532	77.487	62.824
Gustav Klimt	79.100	46.761	160.689	105.000	21.435	80.466	52.090
Edgar Degas	41.400	22.431	262.162	54.000	17.568	46.187	48.576
George Balanchine	18.400	11.186	52.942	18.000	9.411	18.563	46.187
Alexander Calder	27.700	14.605	69.707	29.700	12.039	27.705	38.947
Francisco de Goya	60.100	47.051	218.239	64.000	34.710	62.824	37.490

Auguste Rodin	38.200	16.318	76.962	37.400	13.980	37.062	37.062	Auguste Rodin
Rembrandt Harm.	152.000	156.003	451.773	145.000	62.143	156.568	36.568	Martha Graham
Willem de Kooning	20.800	10.438	58.432	18.300	8.307	20.459	33.562	H. Toulouse-Lautrec
Michelangelo Buonarroti	32.200	107.773	65.295	31.600	15.294	37.490	27.705	Alexander Calder
Fernand Leger	24.800	11.060	58.530	10.300	10.924	22.807	27.459	Sandro Botticelli
Marcel Marceau	18.700	9.840	44.020	17.500	7.467	18.338	23.358	Oscar Niemeyer
Vieira da Silva	17.500	6.699	37.745	16.300	14.045	17.061	23.206	<i>Santiago Calatrava</i>
Gustave Doré	16.600	9.086	75.687	8.010	8.112	16.371	22.807	Fernand Leger
Oscar Niemeyer	23.700	10.362	56.961	23.400	13.796	23.358	21.920	Gustave Moreau
Sandro Botticelli	28.400	14.684	59.118	25.200	9.367	27.459	21.369	Giorgio de Chirico
Giorgio de Chirico	21.200	8.358	81.472	20.100	8.194	21.369	20.459	Willem de Kooning
Pieter Bruegel	13.100	7.103	40.196	12.900	6.077	13.168	18.978	Alberto Giacometti
<i>Fernando Botero</i>	14.400	6.463	31.863	14.200	6.263	14.091	18.620	Amedeo Modigliani
<i>Diego Velázquez</i>	40.300	38.257	65.295	27.000	24.028	38.947	18.563	George Balanchine
Amedeo Modigliani	19.500	9.621	26.961	18.000	8.250	18.620	18.338	Marcel Marceau
Alberto Giacometti	19.500	8.320	41.079	19.000	8.422	18.978	17.061	Vieira da Silva
<i>Antonio Gaudí</i>	16.900	8.956	40.392	11.500	7.988	16.147	16.514	Victor Vasarely
François Boucher	15.100	6.571	27.745	8.360	5.787	13.900	16.371	Gustave Doré
H. Toulouse-Lautrec	35.600	15.240	51.373	31.200	8.263	33.562	16.147	<i>Antonio Gaudí</i>
Maurice Béjart	9.890	5.588	23.039	6.280	5.995	9.438	14.091	<i>Fernando Botero</i>
Jean Dubuffet	11.900	6.000	30.784	11.100	5.670	11.733	13.900	François Boucher
Constantin Brancusi	8.800	5.265	26.961	8.220	4.065	8.828	13.849	<i>Antoni Tàpies</i>
Giorgio Morandi	12.000	7.913	28.235	11.700	4.030	11.907	13.168	Pieter Bruegel
Max Jacob	11.000	7.021	26.863	9.700	5.932	10.859	11.907	Giorgio Morandi
Victor Vasarely	17.500	4.304	37.843	14.700	4.033	16.514	11.733	Jean Dubuffet
Gustave Moreau	23.100	9.405	45.981	19.100	5.473	21.920	10.859	Max Jacob
Georges de la Tour	10.200	3.758	16.667	9.240	4.724	9.706	9.706	Georges de la Tour
Lucio Fontana	9.100	4.689	22.059	8.610	4.498	8.961	9.438	Maurice Béjart
<i>Antoni Tàpies</i>	15.600	7.581	25.551	4.230	5.539	13.849	8.961	Lucio Fontana
<i>Santiago Calatrava</i>	25.300	9.818	34.343	16.800	8.524	23.206	8.828	Constantin Brancusi

*Tabla 2*  
DETALLE DE VALORACIÓN CUANTITATIVA (CINE)

Ranking de buscadores	Presencia en principales buscadores					Resultados	Ranking por categoría
	Google 78,02%	Altavista 6,55%	Alltheweb 2,34%	Yahoo 10,91%	Hotbot 2,18%		
Walt Disney	1.570.000	741.613	2.774.075	1.590.000	687.640	1.526.972	1.526.972
Julia Roberts	161.000	197.102	936.489	441.000	215.764	213.274	456.844
Steven Spielberg	371.000	184.773	991.490	387.000	190.369	371.164	445.512
Mel Gibson	186.000	149.463	816.487	431.000	195.260	225.313	420.329
Tom Hanks	322.000	135.208	800.702	348.000	166.817	320.449	372.483
Woody Allen	474.000	161.997	902.959	476.000	152.160	456.844	371.164
Bruce Willis	384.000	141.645	748.544	380.000	211.316	372.483	320.449
Marilyn Monroe	424.000	303.490	1.071.296	373.000	176.465	420.329	295.969
Cindy Crawford	179.000	190.255	426.773	198.000	65.272	185.142	260.398
Demi Moore	72.800	96.502	423.930	209.000	87.872	97.767	245.429
Harrison Ford	464.000	125.065	698.641	509.000	155.614	445.512	241.181
A. Schwarzenegger	261.000	106.269	638.648	287.000	161.781	260.398	225.313
Robert de Niro	126.000	105.163	524.226	299.000	131.548	152.963	213.274
Jack Nicholson	302.000	115.944	674.033	313.000	128.745	295.969	209.906
Sharon Stone	110.000	110.533	428.342	219.000	117.690	129.554	197.403
Michael Douglas	131.000	105.657	449.224	179.000	95.677	141.266	189.245
Nicolas Cage	107.000	76.503	431.773	249.000	91.948	127.779	185.906
Antonio Banderas	273.000	93.004	393.537	186.000	71.513	172.141	185.142
Alfred Hitchcock	247.000	134.148	579.717	257.000	105.854	245.429	176.597
Stanley Kubrick	163.000	86.113	490.892	164.000	110.888	164.625	172.141
James Dean	115.000	102.860	595.992	144.000	83.839	127.961	171.788
Anthony Hopkins	217.000	85.450	448.832	203.000	107.286	209.906	164.625

Jodie Foster	129.000	143.291	394.811	145.000	67.051	136.562	152.963	Robert de Niro
Elizabeth Taylor	252.000	87.635	430.008	247.000	82.606	241.181	143.830	Orson Welles
Sylvester Stallone	200.000	87.160	375.007	217.000	146.406	197.403	143.268	Dustin Hoffman
Marlon Brando	190.000	81.130	398.537	198.000	64.665	185.906	141.266	Michael Douglas
Paul Newman	192.000	83.700	469.127	194.000	82.754	189.245	136.562	Jodie Foster
Robert Redford	84.500	71.875	397.164	152.000	71.973	98.092	129.554	Sharon Stone
Orson Welles	143.000	82.889	405.890	146.000	63.836	143.830	127.961	James Dean
Charlie Chaplin	176.000	83.768	379.811	168.000	80.540	171.788	127.779	Nicolas Cage
Martin Scorsese	177.000	89.210	481.480	178.000	89.703	176.597	103.296	Roman Polanski
Dustin Hoffman	143.000	76.828	356.869	152.000	78.970	143.268	98.204	Sean Penn
Sean Penn	84.800	70.170	443.342	144.000	61.910	98.204	98.092	Robert Redford
<i>Luis Buñuel</i>	47.000	16.763	75.687	27.000	19.615	42.915	97.767	Demi Moore
<i>Pedro Almodóvar</i>	62.100	43.891	217.455	47.300	39.802	62.448	83.816	Fritz Lang
<i>Victoria Abril</i>	28.400	19.924	56.961	29.400	8.668	28.194	81.972	Luc Besson
<i>Fernando Rey</i>	14.700	4.706	39.804	9.470	6.202	13.878	71.281	Jean-Luc Godard
<i>María Félix</i>	46.800	5.809	26.863	4.830	5.416	38.170	69.963	Juliette Binoche
<i>Cantinflas</i>	12.400	5.335	30.981	13.200	4.301	12.284	62.448	<i>Pedro Almodóvar</i>
<i>Raúl Ruiz</i>	7.180	3.927	17.549	3.940	3.970	6.787	59.943	Ingmar Bergman
<i>Carlos Saura</i>	22.200	10.861	47.451	22.200	9.161	21.766	58.919	Gérard Depardieu
Luc Besson	87.200	27.000	157.602	71.100	32.962	81.972	53.699	Federico Fellini
Juliette Binoche	71.000	38.969	153.042	72.200	25.342	69.963	42.915	<i>Luis Buñuel</i>
Ingmar Bergman	60.900	28.882	137.061	62.200	24.695	59.943	38.170	<i>María Félix</i>
Gérard Depardieu	59.700	41.744	185.591	40.100	40.523	58.919	28.194	<i>Victoria Abril</i>
Federico Fellini	51.100	29.594	140.296	72.000	34.379	53.699	21.766	<i>Carlos Saura</i>
Roman Polanski	103.000	49.475	287.848	107.000	58.515	103.296	20.038	<i>Carmen Maura</i>
Fritz Lang	88.900	30.613	138.826	79.400	24.456	83.816	18.777	<i>Federico Luppi</i>
Jean-Luc Godard	75.000	28.111	132.747	66.900	23.555	71.281	13.878	<i>Fernando Rey</i>
<i>F. Fernán Gómez</i>	14.800	5.063	18.329	9.350	3.775	13.411	12.284	<i>F. Fernán Gómez</i>
<i>Federico Luppi</i>	21.600	3.586	9.262	12.800	3.441	18.777	6.787	<i>Cantinflas</i>
<i>Carmen Maura</i>	22.600	4.967	17.505	14.100	5.994	20.038		<i>Raúl Ruiz</i>

*Tabla 3*  
DETALLE DE VALORACIÓN CUANTITATIVA (LETRAS)

Ranking de buscadores	Presencia en principales buscadores					Resultados	Ranking por categoría
	Google 78,02%	Altavista 6,55%	Alltheweb 2,34%	Yahoo 10,91%	Hotbot 2,18%		
William Shakespeare	326.000	241.476	1.163.651	525.000	237.484	359.880	359.880
Oscar Wilde	269.000	171.995	835.801	425.000	156.701	290.508	335.770
Victor Hugo	332.000	174.484	751.584	394.000	216.440	335.770	303.429
Edgar Allan Poe	151.000	96.232	511.677	244.000	102.547	164.959	290.508
William James	159.000	120.029	460.499	237.000	99.172	170.722	282.419
Charles Dickens	308.000	146.074	751.681	301.000	142.390	303.429	249.488
Walt Whitman	221.000	95.075	519.128	231.000	80.945	217.786	217.786
James Joyce	257.000	94.289	503.441	268.000	80.699	249.488	210.275
Agatha Christie	104.000	75.503	381.478	184.000	83.980	116.929	209.731
Isaac Asimov	150.000	64.992	395.694	158.000	65.979	149.237	200.656
Ernest Hemingway	213.000	88.024	509.716	220.000	84.121	209.731	200.610
Bernard Shaw	215.000	96.821	489.421	211.000	77.908	210.275	189.121
JRR Tolkien	311.000	14.639	114.708	326.000	25.154	282.419	170.722
Jules Verne	206.000	79.850	388.929	214.000	100.672	200.610	168.365
Lewis Carroll	194.000	74.307	417.753	198.000	68.822	189.121	164.959
Jack London	174.000	68.331	336.477	174.000	57.920	168.365	149.237
Henry James	209.000	76.854	355.203	208.000	70.654	200.656	144.123
Aldous Huxley	95.600	72.530	361.085	99.200	45.317	99.609	137.342
Anne Rice	130.000	45.552	315.006	132.000	65.374	117.619	135.250
Rudyard Kipling	110.000	61.994	394.713	118.000	53.565	123.174	132.914
Lord Byron	148.000	58.511	309.810	149.000	59.784	144.123	129.090
Franz Kafka	140.000	56.615	294.907	147.000	66.780	137.342	127.619

Dante Alighieri	111.000	60.688	278.338	119.000	65.624	111.513	126.829	Albert Camus
Jean-Paul Sartre	107.000	57.375	301.182	111.000	43.700	107.361	120.723	John Steinbeck
A. de Saint-Exupéry	72.100	44.728	371.968	40.500	43.191	73.258	116.929	Agatha Christie
John Steinbeck	119.000	56.833	359.026	129.000	76.580	120.723	116.728	Friedrich Nietzsche
Bertrand Russell	137.000	58.917	343.046	141.000	49.512	135.250	113.174	Rudyard Kipling
René Descartes	116.000	50.644	242.161	66.100	46.923	107.731	111.513	Dante Alighieri
Albert Camus	128.000	61.181	298.045	135.000	56.985	126.829	107.731	René Descartes
Immanuel Kant	104.000	57.682	236.377	110.000	46.511	103.474	107.361	Jean-Paul Sartre
William Faulkner	82.800	47.582	243.142	108.000	40.399	86.079	105.337	Jean-Jacques Rousseau
Friedrich Nietzsche	117.000	63.708	291.476	122.000	51.868	116.728	103.474	Immanuel Kant
Bertolt Brecht	84.200	57.542	202.062	89.900	53.170	85.163	99.878	Alexandre Dumas
<i>Pablo Neruda</i>	84.900	50.825	285.299	95.800	51.117	87.819	99.609	Aldous Huxley
<i>Gabriel García Márquez</i>	137.000	37.089	359.517	70.200	169.449	129.090	98.839	<i>Federico García Lorca</i>
<i>Jorge Luis Borges</i>	74.200	47.533	246.867	110.000	46.707	79.808	89.307	Ezra Pound
<i>Miguel de Cervantes</i>	141.000	40.838	211.435	132.000	39.993	132.914	87.819	<i>Pablo Neruda</i>
<i>Federico García Lorca</i>	105.000	52.402	260.495	57.600	50.311	98.839	86.079	William Faulkner
<i>Félix Lope de Vega</i>	42.600	29.548	138.434	55.400	20.792	44.913	85.163	Bertolt Brecht
<i>Octavio Paz</i>	49.700	31.450	140.394	57.200	22.418	50.855	79.808	<i>Jorge Luis Borges</i>
<i>Carlos Fuentes</i>	40.200	26.255	122.845	51.600	18.043	41.985	73.258	A. de Saint-Exupéry
<i>Mario Vargas Llosa</i>	63.500	33.608	150.885	66.500	28.657	63.160	65.270	Jonathan Swift
<i>Julio Cortázar</i>	31.400	13.440	96.668	21.700	15.422	30.348	63.160	<i>Mario Vargas Llosa</i>
Christian Andersen	50.100	46.772	214.906	101.000	65.336	59.629	59.629	Christian Andersen
Jonathan Swift	61.800	37.203	199.611	83.800	36.544	65.270	52.374	Washington Irving
Ezra Pound	91.700	32.865	191.474	96.300	28.212	89.307	50.855	<i>Octavio Paz</i>
Jean-Jacques Rousseau	108.000	47.434	213.239	110.000	44.459	105.337	44.913	<i>Félix Lope de Vega</i>
Alexandre Dumas	103.000	39.621	197.454	104.000	43.466	99.878	41.985	<i>Carlos Fuentes</i>
Robert Heinlein	37.200	20.100	142.453	43.000	15.361	38.704	38.704	Robert Heinlein
Washington Irving	49.900	29.747	170.591	63.100	28.073	52.374	36.949	<i>Calderón de la Barca</i>
<i>Calderón de la Barca</i>	39.700	18.808	68.607	26.200	12.661	33.686	33.686	<i>Rafael Alberti</i>
<i>Rafael Alberti</i>	36.900	13.482	54.399	23.200	9.469	33.686	30.348	<i>Julio Cortázar</i>



Mick Jagger	169.000	88.255	522.657	179.000	81.070	171.179	171.179	Mick Jagger
Aretha Franklin	150.000	79.347	489.617	158.000	82.471	152.736	164.712	Barbra Streisand
Ray Charles	185.000	88.356	482.656	175.000	77.077	182.209	160.520	Dolly Parton
W.A. Mozart	215.000	87.233	311.672	179.000	85.489	202.156	152.736	Aretha Franklin
Dolly Parton	161.000	77.377	459.421	163.000	59.100	160.520	135.706	Giuseppe Verdi
Ludwig van Beethoven	200.000	114.366	267.358	196.000	73.598	192.786	131.168	Bing Crosby
<i>Gloria Estefan</i>	97.700	71.464	329.614	106.000	49.978	101.284	129.147	Tina Turner
<i>Carlos Santana</i>	112.000	66.636	403.145	179.000	57.823	121.984	121.984	<i>Carlos Santana</i>
Count Basie	116.000	82.993	282.652	115.000	53.582	116.277	116.277	Count Basie
Bing Crosby	132.000	60.124	362.458	134.000	51.785	131.168	107.525	Joe Cocker
Joe Cocker	107.000	48.930	318.437	109.000	68.112	107.525	105.353	George Gershwin
<i>Andrés Segovia</i>	19.800	5.246	52.157	11.600	9.758	18.492	103.406	Bee Gees
<i>Julio Iglesias</i>	67.900	31.740	251.573	109.000	63.951	74.235	101.284	<i>Gloria Estefan</i>
<i>Tito Puente</i>	64.200	26.159	146.081	66.600	23.764	63.011	101.099	Johannes Brahms
<i>Celia Cruz</i>	65.500	26.020	112.747	91.000	18.055	65.773	95.206	Luciano Pavarotti
<i>Rubén Blades</i>	40.200	16.049	110.394	24.100	14.448	37.947	86.252	Joseph Haydn
<i>Carlos Gardel</i>	30.200	14.684	76.864	31.100	14.155	30.027	80.909	Caetano Veloso
<i>Manuel de Falla</i>	37.500	16.440	73.040	35.800	16.039	36.302	76.513	Otis Redding
Jon Bon Jovi	50.900	35.821	199.709	79.600	41.424	56.325	74.235	<i>Julio Iglesias</i>
George Gershwin	107.000	49.463	254.220	107.000	45.880	105.353	72.594	Joan Baez
Giuseppe Verdi	141.000	56.306	210.298	144.000	62.823	135.706	65.773	<i>Celia Cruz</i>
Johannes Brahms	98.000	56.459	174.807	144.000	52.016	101.099	63.011	<i>Tito Puente</i>
Caetano Veloso	79.600	29.460	284.711	82.000	57.723	80.909	56.325	Jon Bon Jovi
Luciano Pavarotti	99.100	35.343	191.474	87.100	72.634	95.206	55.765	<i>Roberto Carlos</i>
Joan Baez	70.500	34.391	260.397	75.500	45.810	72.594	37.947	<i>Rubén Blades</i>
Joseph Haydn	91.000	41.443	134.120	78.200	39.627	86.252	37.290	<i>Joaquín Rodrigo</i>
Otis Redding	77.100	32.407	222.749	76.400	31.238	76.513	36.302	<i>Manuel de Falla</i>
Barbra Streisand	162.000	82.808	545.501	170.000	71.780	164.712	30.027	<i>Carlos Gardel</i>
<i>Enrique Granados</i>	27.900	6.696	27.003	17.700	5.425	24.889	24.889	<i>Enrique Granados</i>
<i>Joaquín Rodrigo</i>	41.700	10.712	40.858	26.600	8.844	37.290	18.492	<i>Andrés Segovia</i>

*Tabla 5*  
DETALLE DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE UNIVERSALIDAD (ARTES)

		<i>Universalidad</i>										<i>Ranking</i>
		<i>% de referencias final ajustado</i>										
<i>Arquitectos</i>	<i>Archivos</i>	<i>Sudamérica</i>	<i>Norteamérica</i>	<i>América Central</i>	<i>Europa</i>	<i>África</i>	<i>Asia/ Australasia</i>	<i>Oriente Medio</i>	<i>Valoración</i>	<i>Media Esp./ Ing. Ajustada</i>		
<i>Artistas</i>	Salvador Dalí	2.029	18,5%	10,3%	7,8%	62,9%	0,0%	0,6%	0,0%	1,58	0,90	Pablo Picasso
	Pablo Picasso	2.434	22,2%	10,0%	8,1%	59,3%	0,0%	0,5%	0,0%	1,50	1,02	Salvador Dalí
	Diego Rivera	2.367	48,8%	15,8%	9,1%	26,0%	0,0%	0,2%	0,1%	1,27	0,79	Frida Kahlo
	El Greco	2.057	17,8%	10,0%	7,4%	64,1%	0,0%	0,8%	0,0%	1,61	0,74	Diego Rivera
	Frida Kahlo	2.292	50,2%	15,2%	8,9%	25,0%	0,0%	0,7%	0,0%	1,29	0,84	El Greco
	Joan Miró	2.080	15,5%	9,7%	7,2%	67,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,70	0,69	Diego Velázquez
	Francisco de Goya	1.944	16,0%	9,5%	7,3%	66,8%	0,0%	0,5%	0,0%	1,68	0,68	Joan Miró
	Fernando Botero	1.868	56,1%	14,3%	8,9%	20,4%	0,0%	0,3%	0,0%	1,41	0,65	Francisco de Goya
	Diego Velázquez	1.710	17,9%	9,0%	14,3%	58,3%	0,0%	0,4%	0,1%	1,45	0,71	Santiago Calatrava
	Antonio Gaudí	1.686	18,2%	9,1%	6,9%	65,1%	0,0%	0,6%	0,0%	1,64	0,64	Fernando Botero
Antoni Tàpies	1.944	15,6%	8,9%	6,2%	69,1%	0,0%	0,1%	0,0%	1,74	0,62	Antonio Gaudí	
Santiago Calatrava	1.916	18,6%	9,0%	6,4%	65,8%	0,0%	0,3%	0,0%	1,66	0,65	Antoni Tàpies	
<i>Escultores</i>	Salvador Dalí	6.062	0,0%	35,5%	0,0%	42,2%	0,0%	22,3%	0,0%	1,31		
	Pablo Picasso	5.355	0,1%	37,3%	0,0%	40,9%	0,0%	21,8%	0,0%	1,31		
	Diego Rivera	3.710	3,2%	51,3%	0,0%	37,2%	0,0%	8,3%	0,0%	1,48		
	El Greco	4.200	0,0%	34,4%	0,0%	45,1%	0,0%	20,5%	0,0%	1,34		
	Frida Kahlo	3.972	2,9%	45,9%	0,0%	38,8%	0,0%	12,4%	0,0%	1,38		
	Joan Miró	3.247	0,1%	38,3%	0,0%	51,0%	0,2%	10,4%	0,1%	1,50		
	Francisco de Goya	1.349	0,1%	50,8%	0,0%	36,5%	0,0%	12,6%	0,1%	1,47		
	Fernando Botero	1.242	4,5%	65,8%	0,6%	27,3%	0,0%	1,7%	0,0%	1,73		
	Diego Velázquez	1.507	0,3%	55,7%	0,4%	31,3%	0,0%	12,3%	0,0%	1,51		
	Antonio Gaudí	1.220	0,3%	56,5%	0,0%	31,1%	0,1%	12,1%	0,0%	1,53		
Antoni Tàpies	1.391	0,1%	55,3%	0,0%	34,2%	0,2%	10,1%	0,1%	1,54			
Santiago Calatrava	2.009	0,1%	48,3%	0,0%	40,8%	0,0%	10,7%	0,1%	1,48			

Tabla 5 (cont.)  
DETALLE DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE UNIVERSALIDAD (CINE)

		Universalidad										Ranking					
		% de referencias final ajustado										Media Esp./ Ing. Ajustada					
		Sudamérica		Norteamérica		América Central		Europa		África		Asia/ Australasia		Oriente Medio		Valoración	
Archivos analizados		Sudamérica		Norteamérica		América Central		Europa		África		Asia/ Australasia		Oriente Medio		Valoración	
C i n e I g l é s	Antonio Banderas	2.394	16,4%	10,4%	5,3%	67,1%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,69	0,91	Antonio Banderas
	Luis Buñuel	2.042	11,3%	9,8%	3,9%	74,6%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,89	0,62	Pedro Almodóvar
	Pedro Almodóvar	2.313	15,7%	9,7%	4,7%	69,3%	0,1%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,75	0,69	Federico Luppi
	Victoria Abril	2.047	13,9%	10,9%	5,0%	69,4%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,75	0,61	Maria Félix
	Fernando Rey	1.826	15,9%	9,3%	3,6%	70,5%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	1,78	0,59	Carlos Saura
	Maria Félix	1.635	73,7%	3,8%	7,3%	14,9%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,87	0,64	Luis Buñuel
	Cantinflas	2.053	72,8%	3,9%	6,8%	16,1%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,85	0,60	Victoria Abril
	Raúl Ruiz	1.668	76,0%	2,8%	4,5%	16,4%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	1,95	0,59	Cantinflas
	Carlos Saura	1.496	15,1%	9,5%	3,9%	70,7%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,79	0,62	Raúl Ruiz
	Fernando Fernán Gómez	2.315	7,5%	10,0%	3,5%	78,3%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,99	0,53	Carmen Maura
	Federico Luppi	2.158	67,2%	3,0%	4,7%	24,6%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,74	0,65	Fernando Rey
	Carmen Maura	2.113	14,0%	9,9%	3,7%	71,7%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,81	0,59	Fernando Fernán Gómez
	Antonio Banderas	5.134	0,0%	45,7%	0,0%	42,1%	0,0%	12,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,45		
	Luis Buñuel	1.673	0,1%	47,8%	0,0%	48,4%	0,0%	3,7%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	1,62		
	Pedro Almodóvar	3.773	0,1%	42,1%	0,0%	47,5%	0,0%	10,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,49		
Victoria Abril	1.330	0,1%	63,0%	0,0%	32,8%	0,2%	3,7%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,72			
Fernando Rey	641	0,3%	62,2%	0,0%	32,6%	0,0%	4,7%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,70			
Maria Félix	641	0,4%	54,8%	0,3%	30,3%	0,0%	14,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,48			
Cantinflas	1.567	0,4%	59,1%	0,6%	24,7%	0,0%	14,8%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,54			
Raúl Ruiz	1.140	0,3%	54,9%	0,2%	26,4%	0,1%	18,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,46			
Carlos Saura	1.197	0,1%	55,2%	0,0%	36,7%	0,0%	7,9%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,57			
Fernando Fernán Gómez	1.061	0,3%	70,9%	0,0%	26,8%	0,1%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,88			
Federico Luppi	1.180	0,4%	53,8%	0,1%	29,9%	0,1%	15,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,46			
Carmen Maura	1.429	0,3%	57,4%	0,0%	40,1%	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,68			



*Tabla 6 (cont.)*  
DETALLE DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE UNIVERSALIDAD (MÚSICA)

		Universalidad													
		% de referencias final ajustado													
		América Central		Europa		África		Asia/Australasia		Oriente Medio		Valoración		Ranking	
		Sudamérica		Norteamérica		Archivos digitalizados		Ing. Ajustada		Media Esp./		Ing. Ajustada		Ranking	
<i>Músicos</i>	Ricky Martin	36,6%	27,9%	9,2%	22,3%	0,1%	3,9%	0,0%	1,02	1,21	Ricky Martin				
	Gloria Estefan	38,2%	29,0%	8,9%	22,8%	0,1%	1,0%	0,0%	1,10	0,88	Carlos Santana				
	Carlos Santana	38,3%	27,5%	9,6%	23,7%	0,1%	0,7%	0,1%	1,09	0,89	Gloria Estefan				
	Andrés Segovia	1,251	9,8%	7,9%	69,6%	0,0%	0,2%	0,0%	1,75	0,62	Tito Puente				
	Julio Iglesias	1,765	10,8%	8,8%	66,1%	0,0%	1,1%	0,0%	1,64	0,67	Celia Cruz				
	Tito Puente	2,122	36,0%	9,7%	21,8%	0,0%	0,9%	0,1%	1,08	0,81	Rubén Blades				
	Celia Cruz	2,293	37,1%	30,5%	9,9%	21,5%	0,0%	0,9%	1,09	0,77	Carlos Gardel				
	Rubén Blades	2,286	36,4%	30,5%	10,3%	21,6%	0,0%	1,2%	1,07	0,75	Julio Iglesias				
	Carlos Gardel	2,336	48,9%	24,8%	7,1%	18,7%	0,0%	0,5%	1,27	0,74	Manuel de Falla				
	Manuel de Falla	2,109	12,8%	9,3%	6,5%	70,6%	0,0%	0,8%	1,77	0,63	Andrés Segovia				
	Enrique Granados	1,464	10,5%	8,8%	8,3%	71,5%	0,0%	1,0%	1,79	0,61	Enrique Granados				
	Joaquín Rodrigo	1,995	11,5%	9,7%	7,3%	71,2%	0,0%	0,2%	1,79	0,60	Joaquín Rodrigo				
	<i>Íc</i>	Ricky Martin	7,116	0,1%	46,6%	0,0%	31,3%	0,0%	21,9%	1,34	1,34				
		Gloria Estefan	5,257	0,3%	47,3%	0,0%	37,5%	0,0%	14,8%	1,41	1,41				
		Carlos Santana	4,928	0,1%	49,6%	0,0%	37,6%	0,0%	12,6%	1,46	1,46				
Andrés Segovia		1,826	0,2%	45,1%	0,1%	47,3%	0,1%	7,3%	1,54	1,54					
Julio Iglesias		3,843	0,1%	31,5%	0,1%	58,6%	0,1%	9,8%	1,59	1,59					
Tito Puente		3,432	0,0%	53,7%	0,3%	37,2%	0,0%	8,8%	1,54	1,54					
Celia Cruz		2,333	0,2%	62,8%	0,4%	28,6%	0,0%	7,9%	1,67	1,67					
Rubén Blades		1,618	0,4%	66,0%	0,5%	23,8%	0,1%	9,3%	1,71	1,71					
Carlos Gardel		1,309	1,8%	50,2%	0,1%	41,0%	0,1%	6,8%	1,52	1,52					
Manuel de Falla		2,139	0,1%	39,7%	0,0%	51,4%	0,0%	8,7%	1,53	1,53					
Enrique Granados		2,040	0,0%	42,6%	0,0%	50,3%	0,0%	7,0%	1,56	1,56					
Joaquín Rodrigo		2,028	0,0%	37,0%	0,0%	57,6%	0,0%	5,3%	1,64	1,64					

*Tabla 7*  
 «DETALLE DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE «ESPAÑOLIDAD» Y «RECONOCIMIENTO»  
 (ARTES)»

	Españolidad o Asoc. a la imagen de España			Reconocimiento			
	N.º concurrencias términos afines	Valoración Media Español/ Inglés	Ranking	N.º concurrencias términos afines	Valoración Media Español/ Inglés	Ranking	
A r t e s	Archivos analizados						
	Salvador Dalí	2.029	10,76	5,98	6.051	2,98	Fernando Botero
	Pablo Picasso	2.434	12,17	6,76	8.475	3,48	Antoni Tàpies
	Diego Rivera	2.367	6,77	4,01	9.961	4,21	Diego Rivera
	El Greco	2.057	13,86	9,30	6.413	3,12	Santiago Calatrava
	Frida Kahlo	2.292	11,340	4,95	6.909	3,01	Diego Velázquez
	Joan Miró	2.080	44,522	13,04	7.732	3,72	Antonio Gaudí
	Francisco de Goya	1.944	14,66	9,18	6.132	3,15	Joan Miró
	Fernando Botero	1.868	8,814	4,72	7.845	4,20	Pablo Picasso
	Diego Velázquez	1.710	34,280	13,59	6.550	3,83	El Greco
	Antonio Gaudí	1.686	21,955	13,02	5.100	3,02	Frida Kahlo
	Antoni Tàpies	1.944	30,907	15,90	8.139	4,19	Salvador Dalí
	Santiago Calatrava	1.916	27,026	14,11	6.975	3,64	Francisco de Goya
	Salvador Dalí	6.062	7,223	1,19	14.038	2,32	
	Pablo Picasso	5.355	7,264	1,36	14.693	2,74	
	Diego Rivera	3.710	4,596	1,24	11.437	3,08	
	El Greco	4.200	19,926	4,74	12.307	2,93	
	Frida Kahlo	3.972	2,609	0,66	9.345	2,35	
	Joan Miró	3.247	15,210	4,68	8.670	2,67	
Francisco de Goya	1.349	4,995	3,70	2.212	1,64		
Fernando Botero	1.242	10,137	8,16	4.739	3,82		
Diego Velázquez	1.507	10,741	7,13	4.163	2,76		
Antonio Gaudí	1.220	12,254	10,04	4.215	3,45		
Antoni Tàpies	1.391	8,989	6,46	4.361	3,14		
Santiago Calatrava	2.009	7,917	3,94	6.854	3,41		

*Tabla 7 (cont.)*  
**DETALLE DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE «ASOCIACIÓN AL ENTORNO EDUCATIVO»  
 Y «ACTUALIDAD» (ARTES)**

		Asociación al entorno educativo					Actualidad				
		Archivos analizados	N.º concurrencias términos afines	Valoración Media Español/ Inglés	Ranking	N.º de actualizaciones desde 1/1/03	Valoración Media Español/ Inglés	Ranking			
A r t e s	Salvador Dalí	2.029	7.873	3,88	4,04	Antoni Tàpies	538	0,23	0,26	Joan Miró	
	Pablo Picasso	2.434	13.061	5,37	5,31	Santiago Calatrava	676	0,25	0,28	Antoni Tàpies	
	Diego Rivera	2.367	13.757	5,81	6,65	Diego Velázquez	701	0,27	0,25	Santiago Calatrava	
	El Greco	2.057	11.640	5,66	5,32	Diego Rivera	541	0,23	0,27	Pablo Picasso	
	Frida Kahlo	2.292	8.630	3,77	4,60	Antonio Gaudí	702	0,28	0,26	El Greco	
	Joan Miró	2.080	13.234	6,36	6,02	Joan Miró	648	0,28	0,31	Francisco de Goya	
	Francisco de Goya	1.944	10.800	5,56	4,95	El Greco	495	0,23	0,27	Fernando Botero	
	Fernando Botero	1.868	8.418	4,51	5,24	Pablo Picasso	605	0,28	0,26	Frida Kahlo	
	Diego Velázquez	1.710	14.337	8,38	6,84	Fernando Botero	437	0,22	0,26	Salvador Dalí	
	Antonio Gaudí	1.686	8.887	5,27	6,10	Francisco de Goya	456	0,24	0,24	Diego Velázquez	
	Antoni Tàpies	1.944	10.244	5,27	7,76	Frida Kahlo	533	0,26	0,29	Diego Rivera	
	Santiago Calatrava	1.916	11.124	5,81	7,45	Salvador Dalí	528	0,27	0,28	Antonio Gaudí	
	Salvador Dalí	6.062	25.457	4,20			1.771	0,29			
	Pablo Picasso	5.355	28.146	5,26			1.831	0,31			
	Diego Rivera	3.710	27.817	7,50			968	0,24			
El Greco	4.200	20.937	4,99			1.412	0,32				
Frida Kahlo	3.972	21.612	5,44			1.022	0,24				
Joan Miró	3.247	18.410	5,67			1.208	0,34				
Francisco de Goya	1.349	5.870	4,35			486	0,31				
Fernando Botero	1.242	7.420	5,97			351	0,25				
Diego Velázquez	1.507	7.987	5,30			468	0,29				
Antonio Gaudí	1.220	8.459	6,93			323	0,25				
Antoni Tàpies	1.391	14.258	10,25			466	0,32				
Santiago Calatrava	2.009	18.283	9,10			642	0,30				

DETALLE DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE «ESPAÑOLIDAD» Y «RECONOCIMIENTO» (CINE)		Españolidad o Asoc. a la imagen de España				Reconocimiento				
		Valoración términos afines		Media Español/Inglés		Valoración términos afines		Media Español/Inglés		Ranking
		N.º concurrencias	Ranking	N.º concurrencias	Ranking	N.º concurrencias	Ranking	N.º concurrencias	Ranking	
C i n e	Archivos analizados	2.394	14.345	5,99	3,40	Fernando Fernán Gómez	7.275	3,04	3,24	Pedro Almodóvar
		2.042	30.661	15,02	9,68	Luis Buñuel	7.852	3,85	4,63	Carlos Saura
		2.313	19.190	8,30	5,50	Carlos Saura	12.242	5,29	5,90	Luis Buñuel
		2.047	9.798	4,79	3,51	Fernando Rey	5.095	2,49	2,76	Carmen Maura
		1.826	31.554	17,28	9,03	Pedro Almodóvar	8.274	4,53	3,39	Fernando Fernán Gómez
		1.635	10.374	6,34	4,11	Carmen Maura	5.281	3,23	3,42	Federico Luppi
		2.053	8.204	4,00	3,42	María Félix	6.655	3,24	3,66	Cantinflas
		1.668	10.161	6,09	3,39	Federico Luppi	4.907	2,94	3,37	María Félix
		1.496	15.655	10,46	9,34	Victoria Abril	5.875	3,93	5,46	Fernando Rey
		2.315	29.974	12,95	12,07	Cantinflas	10.496	4,53	3,84	Raúl Ruiz
		2.158	11.309	5,24	3,93	Antonio Banderas	8.264	3,83	3,82	Antonio Banderas
		2.113	13.599	6,44	5,02	Raúl Ruiz	8.329	3,94	3,92	Victoria Abril
		5.134	4.156	0,81			17.652	3,44		
		1.673	7.283	4,35			9.058	5,41		
	3.773	10.216	2,71			24.563	6,51			
	1.330	2.978	2,24			4.044	3,04			
	642	503	0,78			1.444	2,25			
	641	1.204	1,88			2.316	3,61			
	1.567	4.445	2,84			6.391	4,08			
	1.140	796	0,70			4.336	3,80			
	1.197	9.845	8,22			8.382	7,00			
	1.061	11.873	11,19			3.339	3,15			
	1.180	3.089	2,62			4.489	3,80			
	1.429	5.155	3,61			5.557	3,89			

*Tabla 7 (cont.)*  
**DETALLE DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE «ASOCIACIÓN AL ENTORNO EDUCATIVO»  
 Y «ACTUALIDAD» (CINE)**

		Asociación al entorno educativo					Actualidad					
		Archivos analizados	N.º concurrencias términos afines	Valoración Media Español/ Inglés	Ranking	N.º de actualizaciones desde 1/1/03	Valoración Media Español/ Inglés	Ranking	Ranking			
C i n e	Antonio Banderas	2.394	4.289	1,79	1,80	Luis Buñuel	454	0,18	Raúl Ruiz	454	0,18	
	Luis Buñuel	2.0421	13.835	6,78	9,44	Raúl Ruiz	522	0,24	Pedro Almodóvar	522	0,24	
	Pedro Almodóvar	2.313	6.821	2,95	4,38	Carlos Saura	683	0,26	Luis Buñuel	683	0,26	
	Victoria Abril	2.047	2.929	1,43	1,38	Fernando Fernán Gómez	504	0,23	Fernando Fernán Gómez	504	0,23	
	Fernando Rey	1.826	14.701	8,05	4,40	Cantinflas	475	0,24	María Félix	475	0,24	
	María Félix	1.635	7.112	4,35	4,24	Fernando Rey	473	0,22	Cantinflas	473	0,22	
	Cantinflas	2.053	6.311	3,07	4,54	Pedro Almodóvar	533	0,23	Carlos Saura	533	0,23	
	Raúl Ruiz	1.668	11.765	7,05	7,34	María Félix	475	0,25	Fernando Rey	475	0,25	
	Carlos Saura	1.496	5.083	3,40	6,63	Federico Luppi	542	0,24	Federico Luppi	542	0,24	
	Fernando Fernán Gómez	2.315	10.886	4,70	4,77	Carmen Maura	670	0,28	Carmen Maura	670	0,28	
	Federico Luppi	2.158	5.057	2,34	3,22	Antonio Banderas	564	0,26	Victoria Abril	564	0,26	
	Carmen Maura	2.113	3.846	1,82	2,44	Victoria Abril	519	0,23	Antonio Banderas	519	0,23	
	Antonio Banderas	5.134	9.281	1,81			1.006	0,19		1.006	0,19	
	Luis Buñuel	1.673	20.247	12,10			380	0,22		380	0,22	
Pedro Almodóvar	3.773	21.932	5,81			818	0,21		818	0,21		
Victoria Abril	1.330	1.779	1,34			214	0,16		214	0,16		
Fernando Rey	642	475	0,74			117	0,17		117	0,17		
María Félix	641	2.643	4,12			158	0,24		158	0,24		
Cantinflas	1.567	9.417	6,01			340	0,21		340	0,21		
Raúl Ruiz	1.140	8.704	7,64			313	0,30		313	0,30		
Carlos Saura	1.197	11.807	9,86			224	0,17		224	0,17		
Fernando Fernán Gómez	1.061	5.143	4,85			217	0,18		217	0,18		
Federico Luppi	1.180	4.831	4,09			219	0,15		219	0,15		
Carmen Maura	1.429	4.365	3,05			255	0,16		255	0,16		

		«DETALLE DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE «ESPAÑOLIDAD» Y «RECONOCIMIENTO» (LETRAS)									
		Españolidad o Asoc. a la imagen de España			Reconocimiento						
Archivos analizados	Ranking	N.º concurrencias	Valoración	Media Español/Inglés	Ranking	N.º concurrencias	Valoración	Media Español/Inglés	Ranking	N.º concurrencias	Valoración
L e t	Pablo Neruda	2.083	19.367	9,30	5,94	Rafael Alberti	7.513	3,61	Octavio Paz	7.513	3,61
	Gabriel García Márquez	2.217	19.298	8,70	5,92	Félix Lope de Vega	9.600	4,33	Carlos Fuentes	9.600	4,33
	Jorge Luis Borges	1.934	9.355	4,84	3,31	Federico García Lorca	7.006	3,62	Rafael Alberti	7.006	3,62
	Miguel de Cervantes	2.089	21.088	10,09	7,71	Calderón de la Barca	6.323	3,03	Mario Vargas Llosa	6.323	3,03
	Federico García Lorca	1.926	34.222	17,77	12,28	Carlos Fuentes	6.843	3,55	Félix Lope de Vega	6.843	3,55
	Félix Lope de Vega	2.028	33.039	16,29	13,88	Octavio Paz	9.026	4,45	Julio Cortázar	9.026	4,45
	Octavio Paz	2.180	25.644	11,76	7,82	Miguel de Cervantes	18.345	8,42	Gabriel García Márquez	18.345	8,42
	Carlos Fuentes	2.350	29.089	12,38	8,33	Pablo Neruda	19.295	8,21	Federico García Lorca	19.295	8,21
	Mario Vargas Llosa	2.300	13.508	5,87	4,91	Gabriel García Márquez	9.987	4,34	Pablo Neruda	9.987	4,34
	Julio Cortázar	1.719	8.962	5,21	5,59	Julio Cortázar	7.322	4,26	Jorge Luis Borges	7.322	4,26
e	Calderón de la Barca	2.354	32.330	13,73	12,18	Mario Vargas Llosa	9.269	3,94	Calderón de la Barca	9.269	3,94
	Rafael Alberti	2.711	42.027	15,50	16,67	Jorge Luis Borges	12.691	4,68	Miguel de Cervantes	12.691	4,68
r	Pablo Neruda	2.242	5.773	2,57			10.999	4,91		10.999	4,91
	Gabriel García Márquez	3.528	11.050	3,13			16.664	4,72		16.664	4,72
a	Jorge Luis Borges	3.063	5.459	1,78			14.320	4,68		14.320	4,68
	Miguel de Cervantes	2.189	11.674	5,33			10.264	4,69		10.264	4,69
s	Federico García Lorca	2.754	18.688	6,79			14.255	5,18		14.255	5,18
	Félix Lope de Vega	1.155	13.253	11,47			6.403	5,54		6.403	5,54
g	Octavio Paz	1.787	6.910	3,87			12.765	7,14		12.765	7,14
	Carlos Fuentes	2.012	8.595	4,27			12.506	6,22		12.506	6,22
l	Mario Vargas Llosa	1.895	7.484	3,95			10.877	5,74		10.877	5,74
	Julio Cortázar	967	5.775	5,97			4.725	4,89		4.725	4,89
é	Calderón de la Barca	1.459	15.491	10,62			6.059	4,15		6.059	4,15
	Rafael Alberti	692	12.338	17,83			4.151	6,00		4.151	6,00



		DETALLE DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE «ESPAÑOLIDAD» Y «RECONOCIMIENTO» (MÚSICA)									
		Españolidad o Asoc. a la imagen de España			Reconocimiento						
Músicos	Archivos analizados	N.º concurrencias	Valoración	Media Español/Inglés	Ranking	N.º concurrencias	Valoración	Media Español/Inglés	Ranking		
		terminos afines	terminos afines	terminos afines	terminos afines	terminos afines	terminos afines	terminos afines	terminos afines	terminos afines	
		2.382	3.654	1,53	0,99	Enrique Granados	5.351	2,25	3,32	Tito Puente	
		2.316	5.781	2,50	1,53	Manuel de Falla	7.738	3,34	3,74	Celia Cruz	
		2.026	5.636	2,78	1,61	Andrés Segovia	9.315	4,60	4,69	Carlos Santana	
		1.251	20.091	16,06	9,81	Joaquín Rodrigo	4.623	3,70	4,13	Andrés Segovia	
		1.765	10.898	6,17	3,50	Julio Iglesias	4.323	2,45	3,52	Joaquín Rodrigo	
		2.122	5.098	2,40	1,45	Carlos Gardel	11.301	5,33	5,28	Gloria Estefan	
		2.293	7.183	3,13	1,91	Celia Cruz	11.218	4,89	5,06	Rubén Blades	
		2.286	6.356	2,78	1,87	Rubén Blades	6.902	3,02	3,62	Julio Iglesias	
		2.336	10.262	4,39	2,67	Carlos Santana	9.157	3,92	3,08	Ricky Martin	
		2.109	37.190	17,63	10,84	Gloria Estefan	6.592	3,13	3,13	Enrique Granados	
		1.464	28.473	19,45	12,28	Tito Puente	3.622	2,47	3,30	Manuel de Falla	
		1.995	31.585	15,83	9,70	Ricky Martin	7.987	4,00	3,94	Carlos Gardel	
		7.116	3.151	0,44			31.198	4,38			
		5.257	2.961	0,56			21.805	4,15			
		4.928	2.135	0,43			23.525	4,77			
		1.826	6.510	3,57			8.347	4,57			
		3.843	3.188	0,83			17.623	4,59			
		3.432	1.717	0,50			17.936	5,23			
		2.333	1.592	0,68			12.196	5,23			
		1.618	1.538	0,95			6.816	4,21			
		1.309	1.251	0,96			2.924	2,23			
		2.139	8.658	4,05			6.711	3,14			
		2.040	10.444	5,12			8.426	4,13			
		2.028	7.240	3,57			7.870	3,88			

*Tabla 8 (cont.)*  
**DETALLE DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE «ASOCIACIÓN AL ENTORNO EDUCATIVO»**  
**Y «ACTUALIDAD» (MÚSICA)**

		Asociación al entorno educativo				Actualidad			
		Archivos analizados	N.º concurrencias términos afines	Valoración Media Español/Inglés	Ranking	N.º de actualizaciones desde 1/1/03	Valoración Media Español/Inglés	Ranking	
Músicos	Ricky Martin	2.382	1.136	0,48	0,90	Manuel de Falla	492	0,18	Andrés Segovia
	Gloria Estefan	2.316	2.580	1,11	1,40	Enrique Granados	469	0,17	Enrique Granados
	Carlos Santana	2.026	3.628	1,79	1,85	Andrés Segovia	532	0,21	Celia Cruz
	Andrés Segovia	1.251	9.057	7,24	7,19	Joaquín Rodrigo	573	0,31	Joaquín Rodrigo
	Julio Iglesias	1.765	8.494	4,81	3,31	Julio Iglesias	613	0,21	Tito Puente
	Tito Puente	2.122	3.923	1,85	2,23	Carlos Gardel	606	0,26	Rubén Blades
	Celia Cruz	2.293	3.819	1,67	1,86	Tito Puente	732	0,27	Carlos Gardel
	Rubén Blades	2.286	2.618	1,15	2,19	Rubén Blades	614	0,27	Manuel de Falla
	Carlos Gardel	2.336	8.503	3,64	2,95	Celia Cruz	694	0,26	Gloria Estefan
	Manuel de Falla	2.109	17.396	8,25	7,80	Carlos Santana	630	0,26	Julio Iglesias
Enrique Granados	1.464	8.650	5,91	7,41	Gloria Estefan	476	0,31	Carlos Santana	
Joaquín Rodrigo	1.995	16.845	8,44	6,75	Ricky Martin	647	0,31	Ricky Martin	
Cantantes	Ricky Martin	7.116	9.442	1,33			1.610	0,22	
	Gloria Estefan	5.257	8.841	1,68			1.437	0,27	
	Carlos Santana	4.928	9.427	1,91			1.096	0,22	
	Andrés Segovia	1.826	13.043	7,14			487	0,27	
	Julio Iglesias	3.843	6.925	1,80			871	0,22	
	Tito Puente	3.432	8.966	2,61			831	0,24	
	Celia Cruz	2.333	4.797	2,06			585	0,25	
	Rubén Blades	1.618	5.230	3,23			375	0,23	
	Carlos Gardel	1.309	2.953	2,26			286	0,21	
	Manuel de Falla	2.139	15.717	7,35			413	0,19	
Enrique Granados	2.040	18.173	8,91			463	0,21		
Joaquín Rodrigo	2.028	10.269	5,06			468	0,20		

*Tabla 9*  
RESUMEN DE VALORACIÓN CUANTITATIVA DE ICONOS CULTURALES POR CATEGORÍA

<i>Artes</i>	<i>Cine</i>	<i>Letras</i>	<i>Música</i>
1 Leonardo da Vinci	1 Walt Disney	1 William Shakespeare	1 The Beatles
2 <i>Pablo Picasso</i>	2 Woody Allen	2 Victor Hugo	2 The Rolling Stones
3 Andy Warhol	3 Harrison Ford	3 Charles Dickens	3 Pink Floyd
4 Vincent van Gogh	4 Marilyn Monroe	4 Oscar Wilde	4 Elvis Presley
5 <i>Salvador Dalí</i>	5 Bruce Willis	5 JRR Tolkien	5 Bob Dylan
6 Rembrandt Harmenszoon	6 Steven Spielberg	6 James Joyce	6 Mariah Carey
7 Claude Monet	7 Tom Hanks	7 Walt Whitman	7 Celine Dion
8 Henri Matisse	8 Jack Nicholson	8 Bernard Shaw	8 Michael Jackson
9 <i>Frida Kablo</i>	9 Arnold Schwarzenegger	9 Ernest Hemingway	9 Frank Sinatra
10 Gustav Klimt	10 Alfred Hitchcock	10 Henry James	10 John Lennon
11 <i>Joan Miró</i>	11 Elizabeth Taylor	11 Jules Verne	11 Bruce Springsteen
12 Paul Gauguin	12 Mel Gibson	12 Lewis Carroll	12 Paul McCartney
13 <i>El Greco</i>	13 Julia Roberts	13 William James	13 Miles Davis
14 Paul Klee	14 Anthony Hopkins	14 Jack London	14 <i>Ricky Martin</i>
15 <i>Diego Rivera</i>	15 Sylvester Stallone	15 Edgar Allan Poe	15 Elton John
16 Marc Chagall	16 Paul Newman	16 Isaac Asimov	16 Louis Armstrong
17 <i>Francisco de Goya</i>	17 Marlon Brando	17 Lord Byron	17 Sebastian Bach
18 Paul Cézanne	18 Cindy Crawford	18 Franz Kafka	18 Duke Ellington
19 Max Ernst	19 Martin Scorsese	19 Bertrand Russell	19 W.A. Mozart
20 Edgar Degas	20 <i>Antonio Banderas</i>	20 <i>Miguel de Cervantes</i>	20 Ludwig van Beethoven
21 <i>Diego Velázquez</i>	21 Charlie Chaplin	21 <i>Gabriel García Márquez</i>	21 Billy Joel
22 Michelangelo Buonarroti	22 Stanley Kubrick	22 Anne Rice	22 Ray Charles
23 Auguste Rodin	23 Robert de Niro	23 Albert Camus	23 Mick Jagger
24 Martha Graham	24 Orson Welles	24 John Steinbeck	24 Barbra Streisand

25	Henri de Toulouse-Lautrec	25	Dustin Hoffman	25	Agatha Christie	25	Dolly Parton
26	Alexander Calder	26	Michael Douglas	26	Friedrich Nietzsche	26	Aretha Franklin
27	Sandro Botticelli	27	Jodie Foster	27	Rudyard Kipling	27	Giuseppe Verdi
28	Oscar Niemeyer	28	Sharon Stone	28	Dante Alighieri	28	Bing Crosby
29	<i>Santiago Calatrava</i>	29	James Dean	29	René Descartes	29	Tina Turner
30	Fernand Leger	30	Nicolas Cage	30	Jean-Paul Sartre	30	<i>Carlos Santana</i>
31	Gustave Moreau	31	Roman Polanski	31	Jean-Jacques Rousseau	31	Count Basie
32	Giorgio de Chirico	32	Sean Penn	32	Immanuel Kant	32	Joe Cocker
33	Willem de Kooning	33	Robert Redford	33	Alexandre Dumas	33	George Gershwin
34	Alberto Giacometti	34	Demi Moore	34	Aldous Huxley	34	Bee Gees
35	Amedeo Modigliani	35	Fritz Lang	35	<i>Federico García Lorca</i>	35	<i>Gloria Estefan</i>
36	George Balanchine	36	Luc Besson	36	Ezra Pound	36	Johannes Brahms
37	Marcel Marceau	37	Jean Luc Godard	37	<i>Pablo Neruda</i>	37	Luciano Pavarotti
38	Vieira da Silva	38	Juliette Binoche	38	William Faulkner	38	Joseph Haydn
39	Victor Vasarely	39	<i>Pedro Almodóvar</i>	39	Bertolt Brecht	39	Caetano Veloso
40	Gustave Doré	40	Ingmar Bergman	40	<i>Jorge Luis Borges</i>	40	Otis Redding
41	<i>Antonio Gaudí</i>	41	Gérard Depardieu	41	Antoine de Saint-Exupéry	41	<i>Julio Iglesias</i>
42	<i>Fernando Botero</i>	42	Federico Fellini	42	Jonathan Swift	42	Joan Baez
43	François Boucher	43	<i>Luis Buñuel</i>	43	<i>Mario Vargas Llosa</i>	43	<i>Celia Cruz</i>
44	<i>Antoni Tàpies</i>	44	<i>Maria Félix</i>	44	Christian Andersen	44	<i>Tito Puente</i>
45	Pieter Bruegel	45	<i>Victoria Abril</i>	45	Washington Irving	45	Jon Bon Jovi
46	Giorgio Morandi	46	<i>Carlos Saura</i>	46	<i>Octavio Paz</i>	46	Roberto Carlos
47	Jean Dubuffet	47	<i>Carmen Maura</i>	47	<i>Félix Lope de Vega</i>	47	<i>Rubén Blades</i>
48	Max Jacob	48	<i>Federico Luppi</i>	48	<i>Carlos Fuentes</i>	48	<i>Joaquín Rodrigo</i>
49	Georges de la Tour	49	<i>Fernando Rey</i>	49	Robert Heinlein	49	<i>Manuel de Falla</i>
50	Maurice Béjart	50	<i>Fernando Fernán Gómez</i>	50	<i>Calderón de la Barca</i>	50	<i>Carlos Gardel</i>
51	Lucio Fontana	51	<i>Cantinflas</i>	51	<i>Rafael Alberti</i>	51	<i>Enrique Granados</i>
52	Constantin Brancusi	52	<i>Raúl Ruiz</i>	52	<i>Julio Cortázar</i>	52	<i>Andrés Segovia</i>

*Tabla 10*

RESUMEN DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE ICONOS CULTURALES HISPANOS POR CATEGORÍA

<i>Artes</i>	<i>Cine</i>	<i>Letras</i>	<i>Música</i>
1 Diego Velázquez	1 Luis Buñuel	1 Rafael Alberti	1 Enrique Granados
2 Joan Miró	2 Carlos Saura	2 Félix Lope de Vega	2 Andrés Segovia
3 Antoni Tàpies	3 Fernando Fernán Gómez	3 Federico García Lorca	3 Manuel de Falla
4 Pablo Picasso	4 Pedro Almodóvar	4 Calderón de la Barca	4 Joaquín Rodrigo
5 Antonio Gaudí	5 Fernando Rey	5 Carlos Fuentes	5 Ricky Martin
6 Santiago Calatrava	6 Raúl Ruiz	6 Octavio Paz	6 Tito Puente
7 El Greco	7 Antonio Banderas	7 Miguel de Cervantes	7 Carlos Santana
8 Francisco de Goya	8 María Félix	8 Gabriel García Márquez	8 Celia Cruz
9 Salvador Dalí	9 Federico Luppi	9 Julio Cortázar	9 Gloria Estefan
10 Fernando Botero	10 Carmen Maura	10 Mario Vargas Llosa	10 Julio Iglesias
11 Diego Rivera	11 Cantinflas	11 Pablo Neruda	11 Carlos Gardel
12 Frida Kahlo	12 Victoria Abril	12 Jorge Luis Borges	12 Rubén Blades

*Tabla 11*  
RESUMEN DE VALORACIÓN CUANTITATIVA GLOBAL DE ICONOS CULTURALES

Ranking <i>global</i>	
1	Walt Disney
2	The Beatles
3	The Rolling Stones
4	Pink Floyd
5	Elvis Presley
6	Bob Dylan
7	Mariah Carey
8	Celine Dion
9	Woody Allen
10	Harrison Ford
11	Michael Jackson
12	Frank Sinatra
13	John Lennon
14	Marilyn Monroe
15	Bruce Willis
16	Steven Spielberg
17	William Shakespeare
18	Bruce Springsteen
19	Leonardo da Vinci
20	Paul McCartney
21	Victor Hugo
22	Miles Davis
23	<i>Ricky Martin</i>
24	Tom Hanks
25	Charles Dickens
26	Jack Nicholson
27	Oscar Wilde
28	Elton John
29	J.R.R. Tolkien
30	<i>Pablo Picasso</i>
31	Louis Armstrong
32	Arnold Schwarzenegger
33	Andy Warhol
34	Sebastian Bach
35	James Joyce
36	Alfred Hitchcock
37	Elizabeth Taylor
38	Duke Ellington
39	Vincent van Gogh
40	Mel Gibson
41	Walt Whitman
42	Julia Roberts
43	Bernard Shaw
44	Anthony Hopkins
45	Ernest Hemingway
46	<i>Salvador Dali</i>
47	W.A. Mozart
48	Henry James
49	Jules Verne
50	Sylvester Stallone
51	Ludwig van Beethoven
52	Paul Newman
53	Lewis Carroll
54	Marlon Brando
55	Billy Joel
56	Cindy Crawford
57	Ray Charles
58	Martin Scorsese
59	<i>Antonio Banderas</i>
60	Charlie Chaplin
61	Mick Jagger
62	William James
63	Jack London
64	Edgar Allan Poe
65	Barbra Streisand
66	Stanley Kubrick
67	Dolly Parton
68	Rembrandt Harmenszoon
69	Robert de Niro
70	Aretha Franklin
71	Isaac Asimov
72	Lord Byron
73	Orson Welles
74	Dustin Hoffman
75	Michael Douglas
76	Franz Kafka
77	Jodie Foster
78	Giuseppe Verdi
79	Bertrand Russell
80	<i>Miguel de Cervantes</i>
81	Bing Crosby
82	Sharon Stone
83	Tina Turner
84	<i>Gabriel García Márquez</i>
85	James Dean
86	Nicolas Cage
87	Anne Rice
88	Albert Camus
89	<i>Carlos Santana</i>
90	John Steinbeck
91	Agatha Christie
92	Friedrich Nietzsche
93	Count Basie
94	Rudyard Kipling
95	Dante Alighieri
96	Claude Monet
97	René Descartes
98	Joe Cocker
99	Jean-Paul Sartre
100	George Gershwin
101	Jean-Jacques Rousseau
102	Immanuel Kant
103	Bee Gees
104	Roman Polanski

Tabla 11 (cont.)  
RESUMEN DE VALORACIÓN CUANTITATIVA GLOBAL DE ICONOS CULTURALES

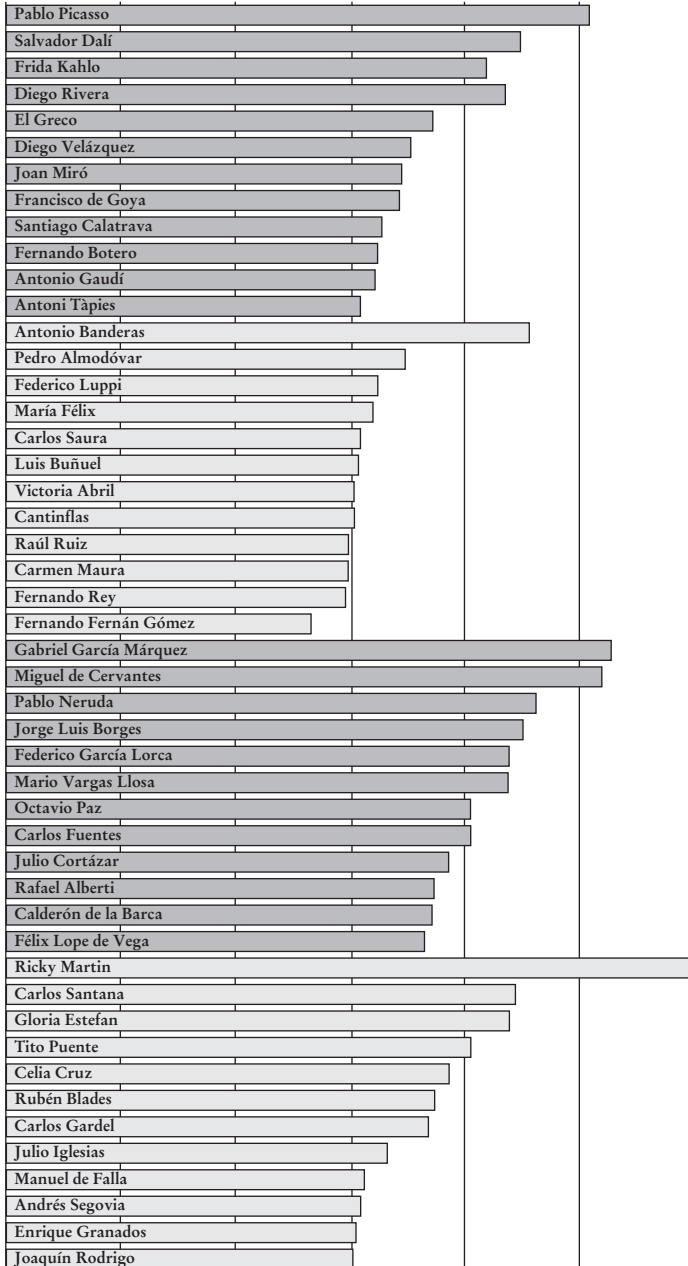
Ranking global	
105	<i>Gloria Estefan</i>
106	Henri Matisse
107	Johannes Brahms
108	Alexandre Dumas
109	Aldous Huxley
110	<i>Federico García Lorca</i>
111	Sean Penn
112	Robert Redford
113	Demi Moore
114	<i>Frida Kahlo</i>
115	Luciano Pavarotti
116	Ezra Pound
117	<i>Pablo Neruda</i>
118	Joseph Haydn
119	William Faulkner
120	Bertolt Brecht
121	Fritz Lang
122	Luc Besson
123	Caetano Veloso
124	Gustav Klimt
125	<i>Joan Miró</i>
126	<i>Jorge Luis Borges</i>
127	Paul Gauguin
128	Otis Redding
129	<i>El Greco</i>
130	<i>Julio Iglesias</i>
131	Paul Klee
132	Antoine de Saint Exupery
133	<i>Diego Rivera</i>
134	Marc Chagall
135	Joan Baez
136	Jean-Luc Godard
137	Juliette Binoche
138	<i>Celia Cruz</i>
139	Jonathan Swift
140	<i>Mario Vargas Llosa</i>
141	<i>Tito Puente</i>
142	<i>Francisco de Goya</i>
143	<i>Pedro Almodóvar</i>
144	Ingmar Bergman
145	Christian Andersen
146	Gérard Depardieu
147	Jon Bon Jovi
148	Roberto Carlos
149	Federico Fellini
150	Washington Irving
151	Paul Cézanne
152	<i>Octavio Paz</i>
153	Max Ernst
154	Edgar Degas
155	<i>Félix Lope de Vega</i>
156	<i>Luis Buñuel</i>
157	<i>Carlos Fuentes</i>
158	<i>Diego Velázquez</i>
159	Robert Heinlein
160	<i>María Félix</i>
161	<i>Rubén Blades</i>
162	Michelangelo Buonarroti
163	<i>Joaquín Rodrigo</i>
164	Auguste Rodin
165	<i>Calderón de la Barca</i>
166	Martha Graham
167	<i>Mannuel de Falla</i>
168	<i>Rafael Alberti</i>
169	Henri de Toulouse-Lautrec
170	<i>Julio Cortázar</i>
171	<i>Carlos Gardel</i>
172	<i>Victoria Abril</i>
173	Alexander Calder
174	Sandro Botticelli
175	<i>Enrique Granados</i>
176	Oscar Niemeyer
177	<i>Santiago Calatrava</i>
178	Fernand Legér
179	Gustave Moreau
180	<i>Carlos Saura</i>
181	Giorgio de Chirico
182	Willem de Kooning
183	<i>Carmen Maura</i>
184	Alberto Giacometti
185	<i>Federico Luppi</i>
186	Amedeo Modigliani
187	George Balanchine
188	<i>Andrés Segovia</i>
189	Marcel Marceau
190	Vieira da Silva
191	Victor Vasarely
192	Gustave Doré
193	<i>Antonio Gaudí</i>
194	<i>Fernando Botero</i>
195	François Boucher
196	<i>Fernando Rey</i>
197	<i>Antoni Tàpies</i>
198	<i>Fernando Fernán Gómez</i>
199	Pieter Bruegel
200	<i>Cantinflas</i>
201	Giorgio Morandi
202	Jean Dubuffet
203	Max Jacob
204	Georges de la Tour
205	Maurice Béjart
206	Lucio Fontana
207	Constantin Brancusi
208	<i>Raúl Ruiz</i>

*Tabla 12*  
RESUMEN DE VALORACIÓN CUALITATIVA GLOBAL DE ICONOS CULTURALES HISPANOS

Ranking <i>global</i>	
1 Rafael Alberti	13 Antoni Tàpies
2 Félix Lope de Vega	14 Enrique Granados
3 Federico García Lorca	15 Pablo Neruda
4 Calderón de la Barca	16 Luis Buñuel
5 Carlos Fuentes	17 Pablo Picasso
6 Octavio Paz	18 Andrés Segovia
7 Miguel de Cervantes	19 Antonio Gaudí
8 Gabriel García Márquez	20 Jorge Luis Borges
9 Diego Velázquez	21 Manuel de Falla
10 Joan Miró	22 Carlos Saura
11 Julio Cortázar	23 Santiago Calatrava
12 Mario Vargas Llosa	24 El Greco
	25 Joaquín Rodrigo
	26 Fernando Fernán Gómez
	27 Francisco de Goya
	28 Pedro Almodóvar
	29 Salvador Dalí
	30 Fernando Botero
	31 Diego Rivera
	32 Fernando Rey
	33 Ricky Martin
	34 Frida Kahlo
	35 Raúl Ruiz
	36 Tito Puente
	37 Antonio Banderas
	38 Carlos Santana
	39 Celia Cruz
	40 María Félix
	41 Gloria Estefan
	42 Federico Luppi
	43 Carmen Maura
	44 Cantinflas
	45 Julio Iglesias
	46 Carlos Gardel
	47 Rubén Blades
	48 Victoria Abril

Tabla 13

DESGLOSE DE VALORACIÓN DE ICONOS CULTURALES HISPANOS POR  
PARÁMETROS ANALIZADOS (UNIVERSALIDAD)



*Tabla 13 (cont.)*

DESGLASE DE VALORACIÓN DE ICONOS CULTURALES HISPANOS POR PARÁMETROS ANALIZADOS (ESPAÑOLIDAD O ASOC. A LA IMAGEN DE ESPAÑA)

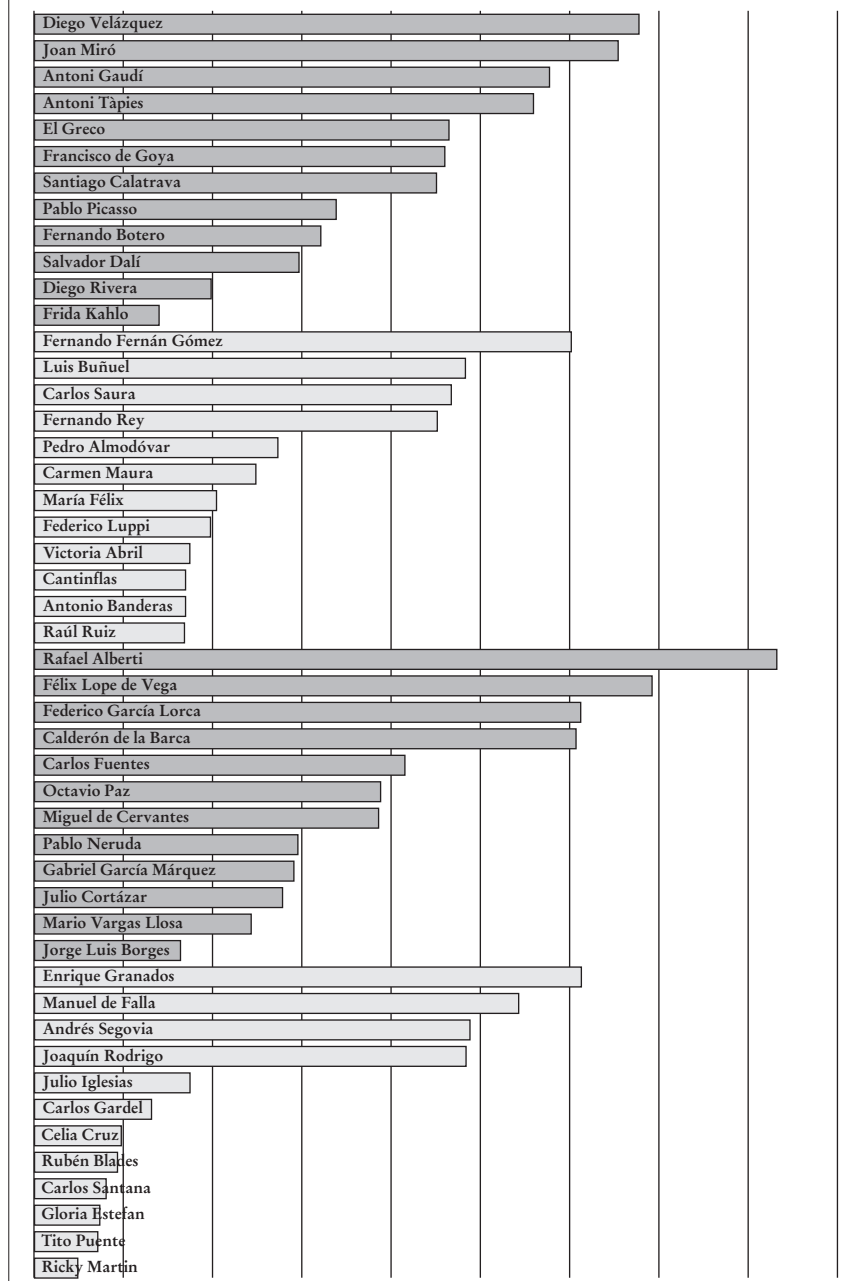


Tabla 13 (cont.)

DESGLOSE DE VALORACIÓN DE ICONOS CULTURALES HISPANOS POR PARÁMETROS ANALIZADOS (ASOCIACIÓN AL ENTORNO EDUCATIVO)

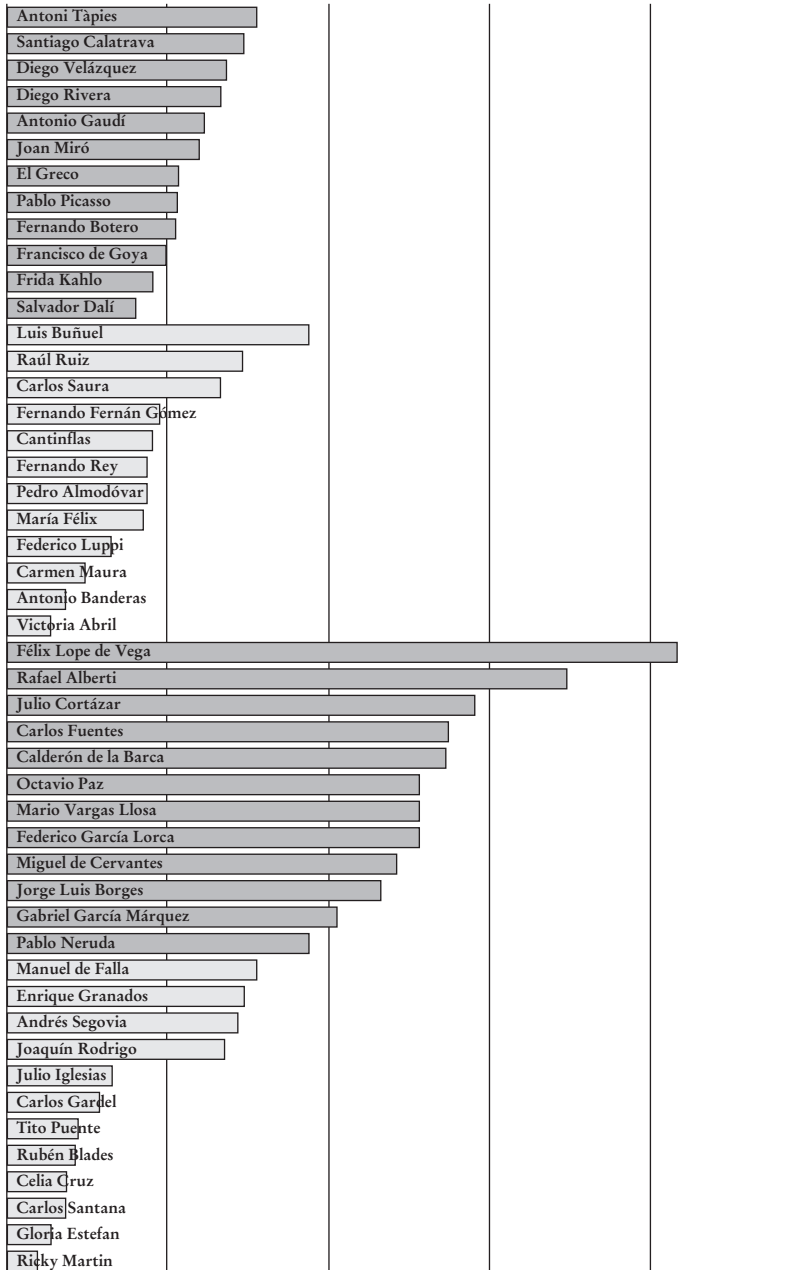


Tabla 13 (cont.)

DESGLASE DE VALORACIÓN DE ICONOS CULTURALES HISPANOS POR PARÁMETROS ANALIZADOS (RECONOCIMIENTO)

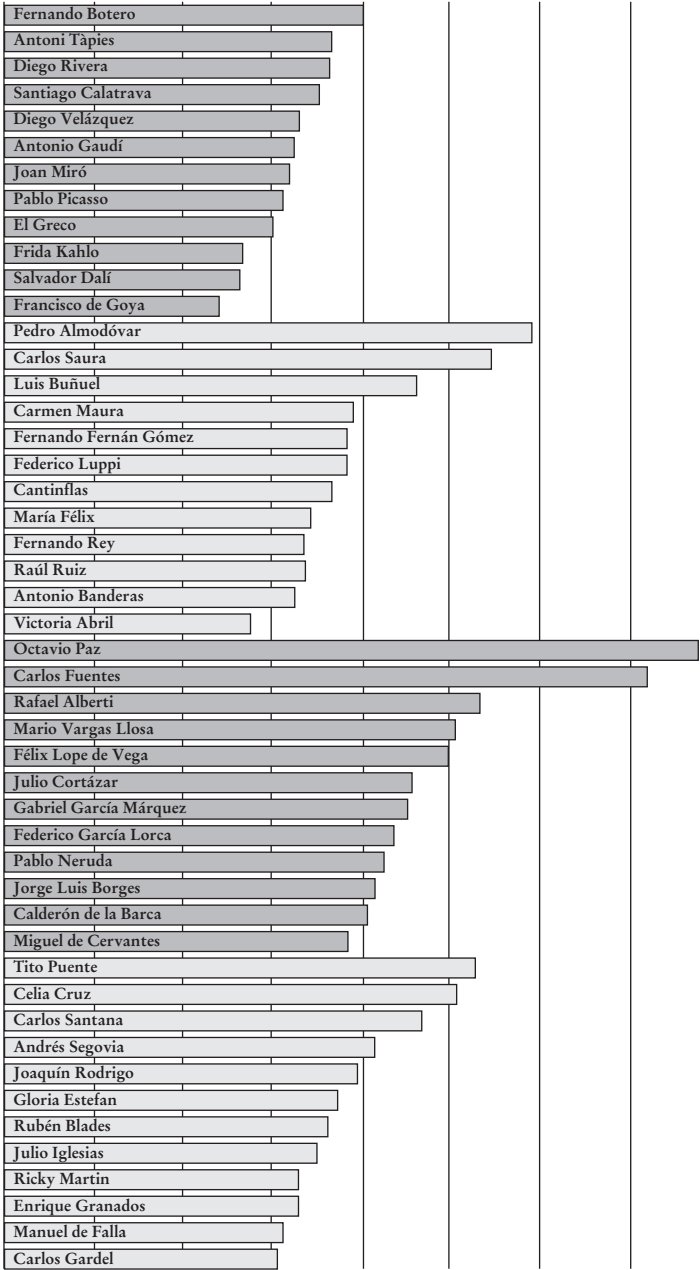
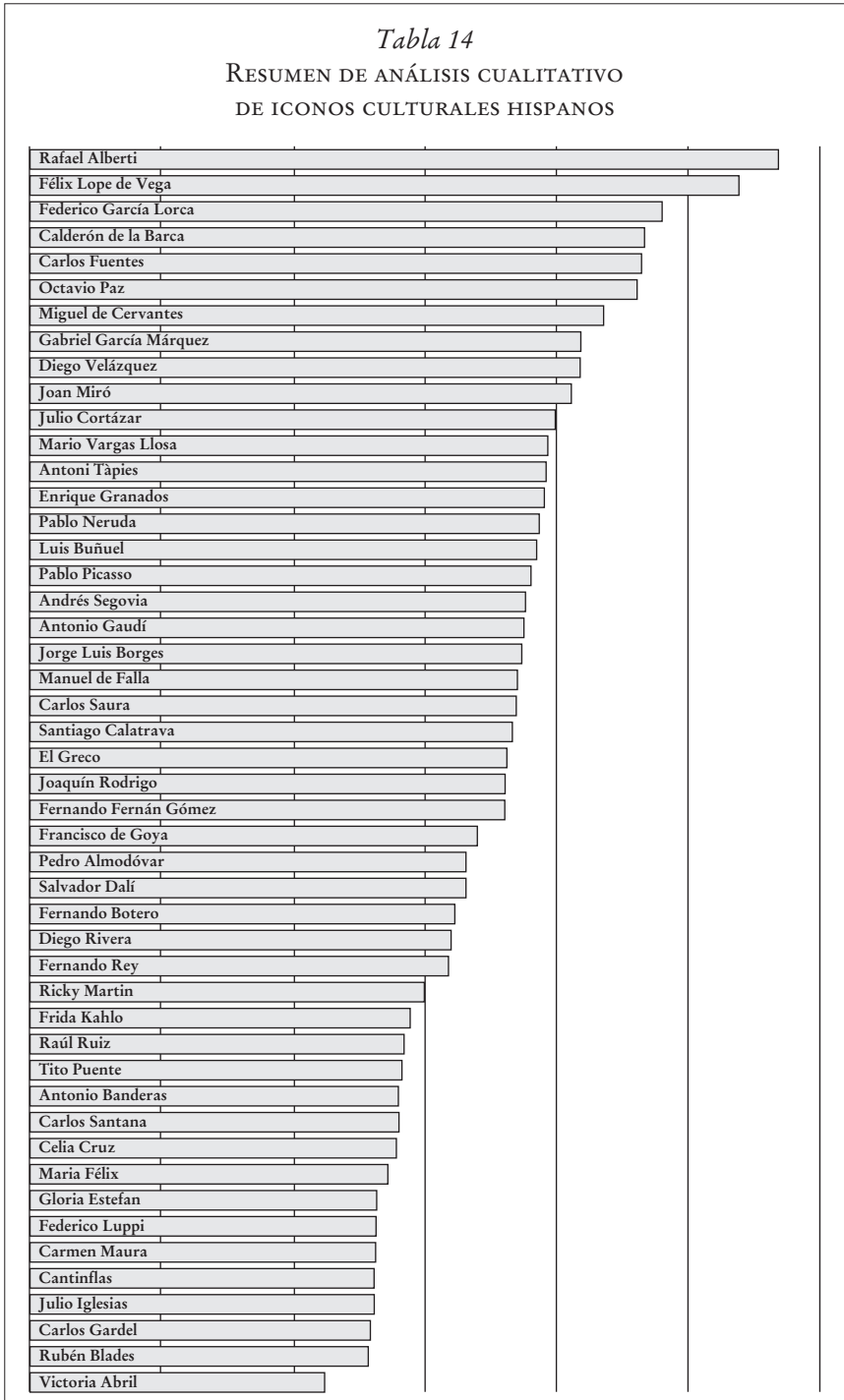


Tabla 13 (cont.)

DESGLOSE DE VALORACIÓN DE ICONOS CULTURALES HISPANOS POR  
PARÁMETROS ANALIZADOS (ACTUALIDAD)

Joan Miró	
Antoni Tàpies	
Santiago Calatrava	
Pablo Picasso	
El Greco	
Francisco de Goya	
Fernando Botero	
Frida Kahlo	
Salvador Dalí	
Diego Velázquez	
Diego Rivera	
Antonio Gaudí	
Raúl Ruiz	
Pedro Almodóvar	
Luis Buñuel	
Fernando Fernán Gómez	
María Félix	
Cantinflas	
Carlos Saura	
Fernando Rey	
Federico Luppi	
Carmen Maura	
Victoria Abril	
Antonio Banderas	
Rafael Alberti	
Calderón de la Barca	
Jorge Luis Borges	
Félix Lope de Vega	
Octavio Paz	
Julio Cortázar	
Gabriel García Márquez	
Federico García Lorca	
Pablo Neruda	
Carlos Fuentes	
Miguel de Cervantes	
Mario Vargas Llosa	
Andrés Segovia	
Enrique Granados	
Celia Cruz	
Joaquín Rodrigo	
Tito Puente	
Rubén Blades	
Carlos Gardel	
Manuel de Falla	
Gloria Estefan	
Julio Iglesias	
Carlos Santana	
Ricky Martin	

Tabla 14  
RESUMEN DE ANÁLISIS CUALITATIVO  
DE ICONOS CULTURALES HISPANOS



*Tabla 14 (cont.)*  
RESUMEN DE ANÁLISIS CUANTITATIVO  
DE ICONOS CULTURALES HISPANOS

