

La información sobre el trabajo y el ahorro en los blogs de economía españoles

María del Mar Rodríguez González, Universidad del País Vasco EHU, mariadelmar.rodriguez@ehu.eus; Iñigo Marauri Castillo, Universidad del País Vasco EHU, inigo.marauri@ehu.es; Jesús Pérez Dasilva, Universidad del País Vasco EHU, jesusangel.perez@ehu.eus

Resumen

Esta investigación nace con la voluntad de estudiar la naturaleza de la información económica que se transmite a través de los blogs de economía en un contexto de crisis como el que se vive en la actualidad, y que venimos sufriendo desde 2008. El desempleo, con un 19% de paro en España, la precariedad laboral en un país en el que el salario mínimo está en el umbral de la pobreza y donde casi 3 de cada 10 personas son pobres en España, el encarecimiento de servicios básicos como son la luz, el agua y la cesta de la compra, hacen que al pequeño consumidor le sea muy difícil llegar a fin de mes. Al mismo tiempo, los medios de comunicación han realizado una cobertura cada vez mayor de la crisis en general, y de los hechos más destacados en particular, como son las consecuencias de la subida de la prima de riesgo, los datos del IPC, el informe referente a la Encuesta de la Población Activa (EPA), así como del número de parados inscritos en las oficinas de empleo. Sin embargo, esta información no siempre resulta útil al usuario-lector-desempleado que busca información sobre dos ejes centrales: trabajo y ahorro. Por esta razón, el objetivo de esta información es estudiar la naturaleza, dentro de un contexto de utilidad y practicidad, dos de las características más importantes del periodismo de servicio, de las informaciones publicadas a través de los blogs con el fin de reivindicar una información más cercana, más comprensible para el público general y, sobre todo, más útil para su bolsillo.

Palabras clave: blog; economía; trabajo; ahorro; información

1.- Introducción

Si nos remontamos a las primeras informaciones específicas publicadas sobre economía, veremos que ya en el siglo XVI y XVII se elaboraban unos informes de precios sobre en los puertos europeos, conocidos como boletines de precios. No obstante, las primeras informaciones halladas sobre economía corresponden al siglo XVII y adquirirían la forma de panfletos o de hojas informativas. Pero fue con la aparición de los medios de comunicación de masas (Coca, 1991: 35) cuando las informaciones económicas harán referencia a los valores de los mercados alimentarios y a las cotizaciones de las monedas extranjeras. Informaciones que, con el paso de los años, han evolucionado en noticias sobre la actividad empresarial pública y privada.

En la actualidad, la información sobre economía que se publica en los medios de comunicación es significativa, tanto desde un punto de vista cualitativo como cuantitativo (Del Río, 2004: 35). Desde el año 2008, momento en el que España se ve en la necesidad de afrontar una grave crisis económica, impulsada entre otras razones por el inicio de una crisis mundial, los diarios impresos dedican infinidad de páginas a informar sobre la tasa de riesgo, el endeudamiento de las familias, los problemas bursátiles y los informes oficiales elaborados por el Ministerio de Economía, de Empleo... . La misma tendencia se observa en los diarios online y publicaciones especializadas en economía, como Expansión, 5 Días y numerosos blog.

Así, todos ellos reflejan diferentes hechos que han marcado su agenda desde el inicio de la crisis: el fin de la burbuja inmobiliaria, caracterizada por una subida de precios, un destacado crecimiento en el ámbito de la construcción y un elevado endeudamiento de las familias, entre otros. No solo eso, el hecho de que España tenga en la actualidad casi 50.000 empresas menos que en 2008¹ y que cada día, desde que empezara la crisis, 180 empresas cierren, alcanzando los seis millones de desempleados, también son y han sido temas sobre los que se han publicado numerosas informaciones, análisis, reportajes y artículos de opinión, sin olvidar el tratamiento mediático que se ha realizado sobre la precariedad laboral. Según los datos del Servicio Público de Empleo,

¹ El Mundo, <http://www.elmundo.es/economia/2016/03/08/56ddc004e2704e180a8b4602.html>. Consultado el 10 de noviembre de 2016).

apenas 78.754 contratos del total de 1.396.929 registrados son contratos indefinidos y de jornada completa. Es decir, solo uno de cada 20 nuevos contratos es fijo y de jornada completa. Sin embargo, en 2007, antes de comenzar la crisis, este tipo de empleos suponían hasta un 11,96%² (uno de cada 8).

Dicho esto, esta investigación propone poner en valor el principal objetivo de la economía, de acuerdo con los principales teóricos de esta disciplina³ que no es otro que mejorar las condiciones de vida de las personas en su vida diaria.

2.- Objetivos

Los objetivos que se pretenden en este artículo son:

- 1.- Analizar la información económica publicada en los principales blog de economía que se insertan en los medios de comunicación españoles más importantes durante 2013, año en el que los desempleados alcanzaron casi los 5 millones y en el que la desconfianza del consumidor se hizo cada vez mayor.
- 2.- Contabilizar y estudiar el contenido de aquellos que tienen que ver con el objeto de análisis: el desempleo y la economía tratada desde la perspectiva del ahorro.
- 3.- Estudiar el tipo de lenguaje con el que el periodista se dirige al lector-consumidor-trabajador precario-parado.
- 4.- Establecer cuáles son los post que más comentarios reciben
- 5.- Determinar la participación de los lectores en redes sociales

3.- Hipótesis

Las hipótesis que se pretenden comprobar en este artículo son las siguientes:

- 1.- Los blogs sobre economía ofrecen información económica centrada principalmente en los mercados financieros, bolsa, accionariado y política económica.

² Ministerio de Empleo y de la Seguridad Social: “Demandantes de Empleo, paro, contratos y prestaciones por desempleo”, enero 2016. <http://www.empleo.gob.es/index.htm>

³ Arrizabalo, Xabier, Samuelson, Paul, Mankiw, N.G

2.- Los autores de los blog utilizan una terminología compleja para el lector medio consumidor de estos sitios web.

4.- Metodología

Esta investigación consta de dos partes diferenciadas. Por un lado, se ha elaborado un análisis de documentación para conocer el estado de la cuestión de los weblog,. Por otro lado, se ha realizado un análisis de contenido de los dos blogs más importantes en cuanto a número de lectores incluidos en los medios de comunicación españoles y los dos blog con mayor audiencia publicados en los diarios especializados en economía. Así, por un lado se ha elaborado un listado de acuerdo al los resultados publicados en el Estudio General de Medios (<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>) que recoge el número de lectores de los principales periódicos españoles de información general y especializada Una vez definidos cuáles son, se ha procedido a enumerar los blogs objeto de estudio. Son los que se muestran a continuación:

- 1.- El País: Blog Economismo, de de Alicia González.
- 2.- El Mundo: Blog ContraOpa, de Carlos Segovia
- 3.- Cinco Días. Blog Lealtad.1, de Nuño Rodrigo
- 4- Expansión. Blog El Valor del Dinero, de Miguel Roig

Una vez definidos los blog a estudiar, el siguiente paso ha sido determinar el número de post publicados y el análisis cualitativo de cada uno de ellos, de acuerdo a los criterios establecidos anteriormente. En total han sido 179 entradas, todos los post publicados en estos diarios durante el año 2013.

5.- Estado de la cuestión

5.1.- Consolidación de los weblogs

Los blogs se han consolidado como medio de publicación en Internet. Así lo

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

certifican los principales expertos en web 2.0⁴ y en el estudio de estas bitácoras⁵. Hay quienes aseguran que este crecimiento ha sido tan grande en tan poco tiempo que pueden ser considerados como uno de los sucesos más significativos ocurridos en la información digital en los primeros años del siglo XXI (Guallar, 2008: 75). José Luís Orihuela, por su parte, define a los blogs como una de las aplicaciones que mejor representan el espíritu de la nueva Internet. “Lo que caracteriza a la Web 2.0 es, ante todo, el hecho de construir un espacio abierto a la colaboración, más que el empleo de unas tecnologías especialmente novedosas..... por eso destacan los blogs, también llamados weblogs o bitácoras⁶” (Orihuela, 2007:23).

Conviene recordar que los blogs aparecen en la Red provocando un fenómeno social debido fundamentalmente a su impacto en la dinámica de los medios de información en Internet. La esencia de ese fenómeno es un mecanismo de publicación más sencillo que los que se hallaban disponibles antes de su emergencia, cambiando la faz de la Web tal y como la conocemos y provocando un proceso de socialización de la misma. Así se recoge en las diferentes definiciones aportadas sobre los blogs, que van desde el simple diario personal en Internet, hasta una herramienta de expresión, comunicación y socialización, que ha servido para tejer un complejo *subespacio de comunicación* en la Red conocida como blogosfera⁷.

Además de estas definiciones, hay que subrayar la aportada por el profesor José Luís Orihuela por resultar clarificadora al abarcar las principales características diferenciales que singularizan a los weblogs: “Este medio, el primero nativo de la Web, puede definirse por la cronología inversa de las historias (lo más reciente es siempre lo más visible), por los enlaces permanentes (cada historia o post tiene un URL propio fijo) y eventualmente por la existencia de comentarios (cada historia puede comentarse individualmente). En un blog se encuentra, normalmente, acceso a un archivo

⁴ Antonio Fumero y Genís Roca, Lola Torres Río, Rebecca Blood

⁵ Javier Guallar, Jose Luís Orihuela y Juan Cervera

⁶ José Luís Orihuela, 2007. “La revolución de los blogs. Cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente”. Madrid: La esfera de los Libros.

⁷ Antonio Fumero y Genís Roca, con la colaboración de Fernando Sáez Vacas. Web 2.0. Fundación Orange.

cronológico y, eventualmente, temático de las historias publicadas, una lista de enlaces que suelen corresponder a los weblogs que el autor lee con frecuencia, un buscador interno, algún sistema de estadísticas, breve información acerca del autor y una dirección de correo electrónico de contacto. Mediante los enlaces a sitios externos que realiza y los enlaces y comentarios que recibe, cada blogger se inserta dentro de una comunidad o “vecindario”, conformado por esos vínculos comunes y por la familiaridad que adquiere con su grupo de referencia.⁸

Respecto a la expansión de los blog, Guillermo López García asegura que se debe a que, junto a las aplicaciones en sí de carácter gratuito que los usuarios pueden instalar en un servidor, diversas empresas ofrecieron un espacio web gratuito, pero para desarrollar weblogs integrados en una aplicación ya instalada en un servidor, no páginas personales “tradicionales” (L. García: Madrid, 139)

El más popular de estos sistemas es *Blogger*, pero no es el único. Otros sistemas de publicación gratuita de weblogs en España son Blogalia, bitácoras.net, Blogia... Sin embargo, el hecho más notorio es que los grandes portales generalistas comenzaron a ofrecer espacios web para configurar weblogs como parte de los servicios que proporcionan al usuario. Todo ello ha contribuido a que en España la cifra ronde los dos millones.

5.1.1.- Tipología de contenidos

De acuerdo a la clasificación realizada por Rebecca Blood en su libro *The Weblog Handbook*, (Orihuela: 2004, 43) los blogs se dividen en tres grandes categorías de acuerdo a los contenidos: filtros, diarios y apuntes. Antes de proceder a su descripción, es importante subrayar que esta tipología no quiere decir que estos sean departamentos estancos, sino grandes tendencias de fondo que se pueden hallar en los contenidos de los weblogs. De hecho, es habitual encontrar hibridaciones entre los tres modelos en un mismo blog.

a.- Filtros. Los contenidos se centran en la recomendación de enlaces. El autor

realiza una labor fundamentalmente de búsqueda y selección de contenidos interesantes en torno a una cuestión en concreto o en función, en exclusiva, de sus preferencias en cada momento. El autor se comporta aquí como una especie de *gatekeeper* no formalizado, encargado de seleccionar aquellas informaciones que considera de interés para el público. Aquí la relevancia de los contenidos depende de la cantidad y calidad de los enlaces ofertados así como de los comentarios efectuados al respecto por los autores.

b.- Diarios. En este tipo de bitácoras el autor habla sobre todo de sí mismo, de sus sentimientos y actividades. La función de estos blogs es compartir su vida, o una parte de la misma, con sus lectores. *El autor se explica a sí mismo*. Por su carácter autorreferencial los weblogs tipo Diario no suelen alcanzar una notoriedad tan alta como los Filtros y, sobre todo, como los Apuntes. Sin embargo, en determinadas circunstancias, cuando el autor es testigo de unos hechos particularmente relevantes, los Diarios tienen un enorme valor.

C.- Apuntes. En este tipo de bitácoras el autor expone sobre todo sus opiniones, comentarios y análisis sobre los temas más variados. El autor, por tanto, *interpreta al mundo*. Estos blogs son los más numerosos y a esta categoría pertenecen la mayoría de los weblogs más seguidos por el público. El valor de los weblogs tipo Apuntes, mucho más que en otros casos, depende no sólo de la calidad de los mensajes publicados por el autor, sino de las discusiones que posteriormente se desarrollan en los comentarios.

Además de esta clasificación, Bausch, Haughey y Hourihan (2002) llevan a cabo una clasificación de los weblogs basándose en dos criterios bien definidos, como son los rasgos diferenciales y el contenido de estos formatos. Según el primer criterio, habría que diferenciar las bitácoras elaboradas a base de pequeños fragmentos de texto y aquellas otras en las que las notas de entrada son de mayor tamaño, denominadas “ensayos” o “diarios”. La aplicación del segundo criterio proporciona una mayor amplitud tipológica, con cinco modalidades diferentes:

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

- 1.- Temáticas (single-topic weblogs)
- 2.- Basadas en enlaces (link-driven weblogs)
- 3.- Noticias comentadas (new opinión)
- 4.- Diarios (journalist)

5.- Fotoblog (photoblogs). Por su parte, las clasificaciones formuladas por Cindy Curling (2001) y Winther y Balslev (2004) aplican un criterio temático⁹.

Además de esta clasificación, Lola Torres Ríos¹⁰ defiende que la variedad de blogs existentes en la actualidad supera cualquier esfuerzo clasificatorio, ya que existen tantos tipos de blogs como fines o temáticas a los que se dedican. Así, podemos hallar blogs de tipo personal, periodístico, empresarial o corporativo, tecnológico, educativo, etc.

Más allá de estas tipologías, numerosos bloggers y expertos en comunicación digital y empresarial aseguran que se pueden clasificar en aquellos que sirven para ayudar, vender y ganar dinero o incluso estafar. En este sentido, Iván de León¹¹ insiste en que no hay que negar que son una herramienta muy poderosa y flexible para establecer comunicación en varias direcciones, desde una persona que está en su casa hasta una gran corporación con presencia a nivel mundial. La clasificación de blogs que presenta este experto en Internet y consultor de negocios on line la desarrolla de acuerdo al tamaño, al uso y al enfoque principal de sus propietarios. Desde este punto de vista hay que destacar tres tipos de blog

- **Blog Personal.** Su objetivo es expresar la forma de pensar, relatos, experiencias y habilidades determinadas de una o varias personas. Generalmente estos blogs no persiguen un fin económico, sino la gratificación personal de ayudar, expresarse y compartir información, experiencias y conocimientos.

⁹ Larrondo Ureta Ainara (2005). Presencia del formato weblog en los cibermedios: una aproximación a sus usos y funciones. *Revista Latina de Comunicación Social*, 60. La Laguna (Tenerife). Recuperado el 10 de noviembre de 2016, de <http://www.revistalatinacs.org/200539larrondo.pdf>.

¹⁰ Lola Torres Ríos, La influencia de los blogs en el mundo de Ele. Glosas didácticas. *Revista electrónica internacional*, ISSN 1576-7809, nº16, invierno 2007.

¹¹ <http://www.unostips.com/clasificacion-blogs-tipos-usos/>

- **Blog Profesional.** Están asociados a una persona, agencia o pequeña empresa que ofrece un servicio o producto. Persiguen un fin económico que puede estar asociado de manera directa (ej. venta de servicios o productos, publicidad, etc.) o indirecta (ej. generar contactos y prospectos de clientes) al blog.
- **Blog Corporativo.** Asociados a empresas o corporaciones, con el fin de establecer un canal adicional para una marca. Pueden ser creados asociados directamente a la marca o de manera anónima e independiente (camuflada) como parte de la estrategia de la compañía.

Respecto al **uso y al formato** otra clasificación sería la siguiente:

- **Blog temático.** Se tratan temas específicos: política, noticias, actualidad, opinión, etc.
- **Blog de marca, productos y/o servicios.** El fin es dar a conocer todo lo relacionado con una marca o el propietario del blog y su oferta de valor (vivencias, experiencias, actividades, atributos, testimonios, casos de estudio, experimentos, etc.).
- **Blog de fotos o Fotoblog.** El contenido principal son las fotografías y las imágenes (tienen poco texto).
- **Audioblog.** El contenido está principalmente en formato de audio (Podcast, MP3, Audio Streaming o similares).
- **Vlog o Videoblog.** El contenido predominante son los vídeos.
- **Mixtos.** Los que combinan dos o más de los formatos mencionados.

Respecto a los **autores** los blogs se pueden clasificar en dos grupos:

- **Blogs individuales:** Son los yo “solito” con un solo editor/autor.
- **Blogs colaborativos:** Son los que tienen “muchas gente”... con más de un autor/editor, ya sea interno (ej. familiar, amigo, empleado) o externo (ej. un desconocido, asociación estratégica con terceros, editores de pago, etc.).

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Por último, se muestran cuáles son las categorías más populares de blogs tratados por los **bloggers WordPress.com** (<https://es.wordpress.com/types-of-blogs/>):

- **Personal.** Esta es la categoría más amplia e incluye enlaces sobre temas personales, como política, música, familia, viajes y salud.
- **Negocios.** Profesionales que van desde agentes de bienes a abogados y corredores de bolsa que utilizan WordPress para compartir sus conocimientos. Las empresas han descubierto el poder de los blogs para hablar directamente con sus clientes.
- **Escuelas.** WordPress es una gran manera para profesores y estudiantes a colaborar en proyectos de aula.
- **Sin fines de lucro.** Para fundaciones, instituciones benéficas y grupos de derechos humanos los blogs son herramientas para crear conciencia y reunir fondos para sus causas.
- **Política.** Miembros del parlamento, partidos políticos, agencias gubernamentales y activistas utilizan los blogs para conectarse con sus representados.
- **Militar.** Miembros del ejército publican para informar de lo que sucede en varias partes del mundo y para mantenerse en contacto con sus familias.
- **Privado.** Crean sus blogs privados para compartir fotos e información en las familias, empresas o escuelas.
- **Deportes.** Los blogs creados y utilizados por equipos, atletas y aficionados para expresar y compartir su pasión por la práctica de diferentes deportes.
- **Ayuda, sugerencias y comentarios.** Hay numerosos blogs que comparten consejos y opiniones acerca de cocina, juegos, música, libros, películas, etc.

5.2.- Inclusión de los blogs en los diarios digitales

La presencia de los weblogs en los cibermedios ha sido ya estudiada¹² con carácter general, así como su estructura (Orihuela, 2003:15). La mayoría de los medios de comunicación on line incluyen información de actualidad y por eso se consideran medios informativos. Jorn Barrer fue el primero en usar el término weblog en 1997, que en 1999 Peter Merholz acortó a blog en su bitácora Peterme.com (Millán, 2013). No obstante, conviene recordar que la existencia de blogs en los medios de comunicación convencionales en Internet es un hecho habitual desde hace once años. En 2005 se produjo la generalización de la incorporación del nuevo formato en numerosos cibermedios, aunque ya antes, en 2004, El Mundo había publicado el blog Retitario de Juan Cervera (marzo 2004). También se habían utilizado blogs en las crónicas de algunos sucesos y acontecimientos internacionales en un momento en el que los nuevos medios se encontraban en plena eclosión en la Red a nivel mundial. En 2005, por tanto, muchos medios *on line* iniciaron la inclusión de blogs de manera regular y empezaron a dedicarles apartados específicos.

A continuación se describe una breve cronología en cuanto a la aparición de estas secciones: 20 minutos.es (febrero 2005), Elmundo.es (febrero 2005), Libertaddigital.com (julio, 2005), Periodista digital (septiembre 2005), Abc.es (septiembre 2005), Expansión.com (septiembre 2005), El Correo (octubre 2005) y la Vanguardia (no hay datos del mes de inicio, 2005). Otros cibermedios tardaron un poco más en incorporar estas secciones, pero es, precisamente, entre los nuevos diarios aparecidos en la Red en los últimos años donde los weblogs adquieren un papel protagonista: El País (noviembre 2006), Adn.es (julio 2007), Público.es (septiembre 2007) y Soitu.es (diciembre 2007).

Con el fin de estudiar este nuevo fenómeno, Juan Miguel Sánchez Vigil, Juan Carlos Marcos Recio y María Olivera Zaldua realizaron un estudio acerca de la

¹² Blood, 2000; Larrondo, 2005; Noguera-Vivo, (2008) y particular; Carrillo-Durány Castillo-Díaz, (2009).

presencia y contenidos de los blogs en los principales diarios españoles¹³. Entre las conclusiones que obtuvieron destaca que la presencia de los blogs en los periódicos digitales obedecía en general a su necesidad de aproximarse a los lectores en unos momentos en los que la prensa tradicional viene perdiendo audiencia e ingresos económicos. Sea como fuere, en la actualidad no se entiende un diario sin blog. Más aún, se puede valorar positivamente su integración como herramienta y como género periodístico, con gran incidencia en la renovación de los contenidos de los diarios en la Red.

Un elemento clave a considerar para valorar este formato es que se produzca una interactividad real con el lector, así como el ofrecimiento de los blogs como servicio de publicación de los lectores.

5.3.- Temáticas más utilizadas en los blog

Si analizamos las temáticas más valoradas, según informe publicado sobre el estado de la blogosfera hispana¹⁴, se puede observar que existen diferencias notables, siendo los blogs de noticias (20,43%), de Televisión (12,91%), de Internet (7,53%) y de curiosidades (5,17%) los que mayor interés despiertan. Destaca además el escaso interés que despiertan los blogs personales respecto a ediciones pasadas. Esto probablemente se deba al auge de redes sociales como Facebook o Twitter en las que los usuarios ya comparten este tipo de contenidos. Asimismo destaca que uno de los temas que más importancia tiene en este artículo como es el del empleo, ocupe en este listado el penúltimo puesto.

6.- Análisis cuantitativo

Se han estudiado 179 entradas correspondientes a los blogs que se publican en los dos periódicos de información general online y a los dos diarios especializados en información económica con más audiencia respectivamente durante el año 2013. Son los que se enumeran a continuación:

¹³ Presencia y contenidos de los blogs en los principales diarios españoles, Juan-Miguel Sánchez-Vigil, Juan-Carlos Marcos-Recio y María Olivera-Zaldua
<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/viewFile/epi.2010.nov.06/21247>.

¹⁴ <http://butacorras.com/informe/II>

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

El País. Economismo, de Alicia González: 37 post

ElMundo. ContraOpa, de Carlos Segovia: 53

Cinco Días. Lealtad 1, de Nuño Rodrigo: 62

Expansión. El valor del dinero, de Miguel Roig: 27

Como se puede observar, el diario económico Cinco Días es el que mayor número de post publica, casi el doble que su homónimo Expansión. El autor del blog Lealtad 1, Nuño Rodrigo, publica una media de dos entradas a la semana, a excepción del mes de julio que no publica ninguna. En el otro extremo se halla Expansión con 27 entradas. En este caso su autor, Miguel Roig, publica una media de tres post al mes, con la excepción del mes de marzo y de octubre que publica una información semanal y los meses de noviembre y diciembre en los que solo se contabiliza una.

En la prensa de información general analizada, esta diferencia es menos notoria, aunque Alicia González publique desde el blog de El País, Economismo, un 20% más de entradas a lo largo de 2013 respecto a la que se pueden contabilizar en el blog de El Mundo, cuyo autor es Carlos Segovia.

Respecto a los **temas** sobre los versan los blogs analizados, se ha constatado que estos son los más recurrentes:

Banca: 11 (Cinco Días), 3(Expansión), 1 (El País) , 6(El Mundo). Total: **21**

Economía-ahorro: 4 (Cinco Días)vinculados con la crisis y las recursos para salir de ella, 1 (Expansión) crítica a las medidas oficiales (austeridad), 1 (El País). Total: **6**

Desempleo: 2 (Cinco Días)

Impuestos: 2 (Cinco Días). Total: 2

Pensiones: 2 (Cinco Días). Total: 2

BCE:1 (Cinco Días), 2 (Expansión), 2 (El País). Total: 5

Prima de riesgo: 1 (Cinco Días). Total: 1

Impuestos: 1. Total: 1

Política económica internacional (Bruselas sobre todo): 4 (Expansión), 4 (El

País). Total: **8**

Estos son los temas con mayor número de coincidencias apreciadas en los cuatro blog analizados durante 2013. Como se puede observar a partir de estos datos, la banca es un tema que preocupa a los blogueros y que tratan desde diferentes perspectivas, banca española, rescate bancario, figura de Botín, desconfianza generalizada de la banca y BANKIA. En el tratamiento de estos temas destaca Cinco Días con 11 entradas, a través del blog de Nuño Rodrigo, seguido del blog ContraOpa, El Valor del Dinero y Economismo.

El segundo tema más tratado a través de estas bitácoras es el de la política económica marcada principalmente por Bruselas con 8 entradas. Conviene recordar en este punto que en el periodo estudiado, 2013, conceptos como recesión y corralito eran habituales en la información económica diaria, de acuerdo con la gravedad de la crisis que se vivía. Tanto el blog perteneciente a Expansión y el de El País coinciden en analizar cada uno, en cuatro ocasiones diferentes, las imposiciones económicas marcadas por Bruselas, los intereses de Alemania y el futuro de la economía europea. El tercer puesto lo ocupa la Economía vinculada al ahorro, con mayor presencia en Cinco Días, donde se contabilizan 4 post, seguido del blog de Expansión y el de El País, con uno respectivamente. Sin embargo, se centran en informes, no aportan información útil al consumidor- ciudadano.

En cuanto a la **participación**, los cuatro blog permiten compartir sus entradas en Facebook y Twitter, así como dejar comentarios. Además de eso, ContraOpa y Economismo permiten hacerlo en tuenti. Este último blog es el que más tipos de participación incluye: además de los señalados se encuentran: Eskup, Meneáme, Bitácoras, Googl +, Yahoo y My Live.

Del análisis de los comentarios hemos obtenido los siguientes resultados: los post que mayor número de comentarios recoge entre los lectores es ContraOpa, el blog escrito por el corresponsal Económico y Redactor Jefe en El Mundo. Así, sus entradas tienen una media de 15 comentarios, destacando sobre el resto el publicado el 11 de noviembre de 2013 con el siguiente título: *“Lo que dijo Solbes a Pizarro y lo que escribe ahora”*. El número de *Me gustas*

alcanzó los 573. Le sigue, aunque de lejos, el blog escrito por Nuño Rodrigo en Cinco Días, con una media de 6 comentarios por entrada. Entre sus post destaca el siguiente: “*La austeridad no se retrasa, avanza hacia atrás*”, publicado el 25 de febrero de 2013, con 14 comentarios. El último puesto en número de comentarios por post recae en el blog de Alicia González de El País, con dos comentarios de media. Entre los analizados en 2013 destaca el siguiente: “Lo que Italia oculta”, publicado el 8 de marzo de 2013, con 13 comentarios.

7.- Análisis cualitativo

Del estudio individual de cada post cabe subrayar que la actualidad económica del momento juega un papel prioritario en la elección de los temas a tratar por los diferentes autores. No obstante, se pueden apreciar diferentes tendencias en cada una de las bitácoras correspondientes a los diferentes medios. Entre todos ellos destaca ContraOpa, de Carlos Segovia, publicado en El Mundo, por seguir muy de cerca la política española, no siempre centrada en temas económicos, sino políticos. Así lo demuestran titulares como estos: “*El rifirrafe Guindos-Taguas por Zapatero*” (30 de noviembre de 2013) o “*Lo que dijo Solbes a Pizarro y lo que escribe ahora*” (11 de noviembre de 2013). El 80% de los blogs analizados en este diario incluyen el de un ministro del Gobierno, y en el resto figuran otros destacados políticos como Merkel. El blog ContraOpa registra además otra peculiaridad, es el único que a lo largo del año 2013, uno de los más convulsos en la economía española por el temor a la recesión, el corralito y las duras medidas de ahorro impuestas por Bruselas, no publica una sola información sobre el ahorro o la forma en la que los españoles pueden hacer frente a la crisis ni sobre el desempleo, que crece mes a mes, alcanzando los 6 millones de desempleados. La actualidad política es el eje editorial de este blog.

Respecto al resto de blog analizados, no se puede decir que sigan una temática concreta, aunque todos los temas que publican coinciden con los que se pueden leer esa misma semana en la prensa nacional e internacional en la sección de economía y política. Dicho esto, hay que matizar que en Cinco Días

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

la banca y todos los problemas, novedades e inversiones relacionadas con ella tienen un papel más destacado respecto al resto; “*El banco malo se queda con el banco peor*” (7 de febrero de 2013); “*Los inversores vuelven a desconfiar de la banca*” (28 de marzo, 2013) o “*Son sagrados los depósitos bancarios*” (21 de marzo de 2013). Un papel más residual es el constituido por los temas sobre el ahorro y el desempleo, ya que solo publican dos informaciones a lo largo de todo el año 2013 sobre el paro o la precarización laboral. Son los siguientes: “*Empleo temporal, salarios y ajustes*” (19 de agosto 2013) y “*El parado que baja los brazos*” (5 de agosto 2013). En este post el autor, Nuño Rodrigo, reflexiona sobre un dato que se acaba de publicar: la subida del paro en 7.500 personas y el descenso de la afiliación en 57.000. En este blog, Lealtad, otros temas recurrentes son la subida de impuestos y el sistema financiero internacional. Destaca, no obstante, que en los otros tres blogs analizados no se haya registrado un solo post sobre el desempleo, así como las contadas entradas sobre la economía-ahorro, una en el blog de Alicia González, Economismo y otra en el de El Valor del Dinero, de Miguel Roig; “*¿Salario mínimo de entrada?*” (16 de noviembre 2013) y “*Los ajustes que se avecinan*” (5 de noviembre de 2013), respectivamente.

El tratamiento de los blogs que aquí se han analizado coinciden en ser informaciones serias, en las que se utiliza la primera persona del plural en numerosos posts y en los que destaca el análisis y la reflexión desde el punto de vista del autor y el de otros expertos nacionales e internacionales, presentados con nombre y apellido. Destaca además que el Blog de Miguel Roig incluye numerosos enlaces que llevan a informaciones de gran interés para seguir leyendo más sobre el tema en cuestión. En este blog no hay fotos pero sí hay gráficos ilustrativos e interpretativos sobre el Eustat, previsión del crecimiento económico o evolución de la afiliación a la Seguridad Social. En el Blog Lealtad, de Nuño Rodrigo, también se incluyen gráficos aunque no fotos, mientras que en el blog Economismo de El País y el de El Mundo, ContraOpa se incluyen fotos, sin gráficos y negritas.

En los cuatro blogs analizados el lenguaje es comprensible, de carácter divulgativo, aunque en ocasiones la dificultad de los temas hace que sea difícil

la comprensión de toda la jerga económica. El más comprensible de los tres es el de Miguel Roig, mientras que Economismo requiere tener un cierto conocimiento de la economía mundial y nacional para su seguimiento, sobre todo en los análisis y reflexiones de otros expertos.

8.- Conclusiones

1.- Los blogs sobre economía con mayor audiencia en España se centran en la política económica internacional y la banca, olvidándose de cuestiones tan importantes para los ciudadanos como una salida a su maltrecha economía y posibles soluciones ante el la continua destrucción de puestos de trabajo. No les interesa la economía doméstica de millones de españoles afectados por la recesión y por el desempleo. La macroeconomía, por tanto, es objeto de análisis y reflexión por parte de los cuatro autores de estas bitácoras. Se puede concluir, por tanto, que estos blog no responden a las necesidades reales de los usuarios y que la información carece de practicidad e interés para un ciudadano medio.

2.- La actualidad política y económica que se vive en el momento y de la que se hacen eco otros medios de comunicación marca la agenda de los blogs de economía más importantes en nuestro país.

3.- Los autores de los blog estudiados utilizan un lenguaje divulgativo, aunque en ocasiones se precisa un cierto conocimiento en materia económica para entender algunos gráficos así como determinadas reflexiones. No obstante, los tecnicismos se cuentan con los dedos de una mano.

4.- Todos los blogs incluyen diferentes botones que invitan a la participación, todos ellos Facebook y Twitter, además de que dan la opción de escribir comentarios y de que estos se publiquen.

9.- Bibliografía

- C Coca (1991): *Periodismo Económico*. Madrid: Paranifo.
- A. Fumero y .G Roca, con la colaboración de Fernando Sáez Vacas. Web 2.0.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Fundación Orange.

- J. Guallar (2009): *Blogs en publicaciones periódicas y científicas en España. El caso del blog de EPI. Anuario ThinKEPI 2009.*
 - A. Larrondo Ureta (2005). Presencia del formato weblog en los cybermedios: una aproximación a sus usos y funciones. *Revista Latina de Comunicación Social*, 60. La Laguna (Tenerife). Recuperado el 10 de noviembre de 2016, de <http://www.revistalatinacs.org/200539larrondo.pdf>.
 - G. López (“Modelos de comunicación en Internet”. Valencia: Tirant Lo Blanch
 - J.L. Orihuela (2007). *La revolución de los blogs. Cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente*. Madrid: La esfera de los Libros.
 - R Del Río (2004): *Periodismo Económico y financiero*. Madrid: Síntesis.
 - L.Torres Ríos (2007). La influencia de los blogs en el mundo de Ele. Glosas didácticas. *Revista electrónica internacional*, ISSN 1576-7809, nº16.. El Mundo, <http://www.elmundo.es/economia/2016/03/08/56ddc004e2704e180a8b4602.html>. (Consultado el 10 de noviembre de 2016).
- Ministerio de Empleo y de la Seguridad Social: “Demandantes de Empleo, paro, contratos y prestaciones por desempleo”, enero 2016. <http://www.empleo.gob.es/index.htm>
- <http://www.unostips.com/clasificacion-blogs-tipos-usos/>