



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Università degli Studi di Padova

Dipartimento di studi linguistici e letterari

Corso di Laurea Triennale Interclasse in
Lingue, Letterature e Mediazione culturale (LTLLM)
Classe LT-12

Tesi di Laurea

Economía y sostenibilidad: la lengua utilizada en los blogs

Relatore
Prof.ssa Anna Polo

Laureanda
Sara Gaiotti
Matricola n. 1229715

*Alla mia famiglia,
ai miei amici più cari,
a tutti coloro che mi sono stati vicino.*

Índice

Introducción.....	6
CAPÍTULO PRIMERO: Weblogs y blogosfera: concepto, historia y difusión de las bitácoras	9
1. ¿QUÉ ES UN WEBLOG?	9
2. LA HISTORIA DEL BLOG	12
3. LA CONSTRUCCIÓN DE LA BLOGOSFERA.....	15
3.1 Rasgos distintivos de la blogosfera hispana	18
4. AUTORES Y LECTORES DE BLOGS Y SUS RELACIÓN	19
4.1 ¿Quiénes son y por qué escriben los blogueos?.....	19
4.2 Los tipos de visitantes de los weblogs	21
4.3 Los comentarios y otras modalidades de encuentro con los lectores.....	22
CAPÍTULO SEGUNDO: Econblogs: la información económica a través de los weblogs	25
1. ¿POR QUÉ ES TÁN DIFÍCIL COMPRENDER LA ECONOMÍA ACTUAL?....	25
1.1 Límites y distorsiones	27
2. LOS ECONBLOGS Y LOS MEDIOS DIGITALES	29
2.1 La resurrección de los weblogs.....	29
2.2 Los econblogs	30
2.3 The Becker-Posner Blog	32
2.4 Nada es Gratis: hijo intelectual de The Becker-Posner Blog	33
3. LA IMPORTANCIA DE LOS ECONBLOGS EN LA EVOLUCIÓN DE LA DISCIPLINA ECONÓMICA	34
4. EL IMPACTO DE LOS BLOGS ECONÓMICOS EN LA INVESTIGACIÓN....	35
4.1 Ventajas del blogging en comparación con los otros medios.....	36
CAPÍTULO TERCERO: La descripción de la lengua de los weblogs.....	39
1. DESCRIPCIÓN DEL CORPUS LINGÜÍSTICO	39
1.1 ¿Qué es un corpus?	39
1.2 Clasificación de los corpus.....	40
1.2.1 Generalidad	40
1.2.2 Modalidades	40
1.2.3 Período temporal	41

1.2.4 Lengua.....	41
1.2.5 Representatividad	41
1.2.6 Especialización.....	41
1.2.7 Posibilidad de ampliación	42
1.3 Criterios para el diseño y la compilación de los corpus	42
1.4 Exposición del corpus utilizado en el análisis	44
2. ANÁLISIS DEL CORPUS LINGÜÍSTICO.....	48
2.1 Lista de palabras	48
2.2 Descripción de las concordancias de las palabras empresa, economía y sostenibilidad.....	49
Conclusiones.....	55
Anexo I: RESUMEN	59
Bibliografía.....	65
Sitografía	66
Otras fuentes.....	69

Introducción

El lenguaje es el medio de comunicación humana por excelencia y es un rasgo distintivo de la inteligencia humana. Por eso, ha sido siempre objeto de estudio de diferentes disciplinas. Sin embargo, a lo largo de la historia han surgido muy diversas visiones sobre ello y, en la actualidad, coexisten variados enfoques en el estudio de la lengua. No todas estas perspectivas son aisladas, sino que varias de ellas pueden ponerse en contacto con el fin de optimizar las indagaciones lingüísticas que se realicen.

Lo que se intentará hacer en este informe es relacionar la lengua con la economía y observar como la lengua económica es utilizada en los medios de comunicación que se han desarrollados en los últimos años, en particular será analizado y explicado en la primera parte del informe el medio llamado weblog.

El principio en el que se basa este elaborado es que la información económica, tal y como está concebida en los medios de comunicación tradicionales, en la mayoría de los casos, es difícil de ser entendida por una persona no experta, y, tal vez, no puede ser entendida, porque el periodista en primera persona no ha comprendido el tema sobre el que estaba escribiendo.

Debido a la velocidad esquizofrénica a la que fluye la información hoy en día, los medios no pueden ofrecer un análisis apropiado que exponga correctamente el acontecimiento económico.

La exigencia de conocimiento de la información que manejamos, independientemente de nuestra especialidad, es hoy tan alta que es necesario que los medios de comunicación ejerzan una labor pedagógica. Este requerimiento ha sido recogido por la blogosfera, mundo que se explicará en el curso del elaborado, que se utiliza como fuente habitual de información por un número cada vez mayor de personas.

La información y la formación económica y ambiental básicas se han convertido en una necesidad, como también lo han hecho los idiomas o las habilidades informáticas.

La irrupción de internet, los nuevos medios de información y comunicación; blogs y medios digitales independientes que forman la nueva economía de información distribuida, junto con la globalización y la horizontalidad de la distribución de la información, están haciendo que los ciudadanos comiencen a ser más exigentes, tengan

muchas más opciones de informarse y aparezcan organizaciones e individuos que divulgan en un marco independiente.

El interrogante que rige este elaborado se relaciona con la idea según la cual para que se comprendan las noticias y el lenguaje económico y de la sostenibilidad es necesario cambiar la manera de informarse y pensar. Lo que se intentará hacer en este trabajo es comprender si los weblogs pueden ayudar a las personas no especializadas a conseguir una visión personal del mundo, comprendiendo mejor los acontecimientos económicos y ambientales.

Prestando atención a los aspectos menos explorados, con este trabajo se pretende dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿cómo se puede definir un weblog?, a pesar de haber sido creados en los primeros años del siglo XXI ¿todavía pueden considerarse medios de comunicación eficaces y eficientes?, ¿cuáles son los problemas de los medios de comunicación tradicionales hoy en día? ¿cómo se explica el alcance de la economía sostenible en los weblogs? Finalmente, ¿los mensajes se transmiten de forma positiva o negativa?

Los primeros capítulos de este elaborado (1 y 2) responden al objetivo de caracterizar teóricamente los weblogs, desde la creación y la historia hasta el funcionamiento y la difusión del medio, y al de comprender el ámbito más específico de los econblogs indagando por qué pueden ser mejores de los medios tradicionales en la difusión de las noticias económicas.

El capítulo 3, destinado a detallar la metodología de la investigación, el análisis de corpus y sus resultados, cumple con el objetivo de demostrar la pertinencia de estos conceptos en el análisis de publicaciones de weblogs relativos a los ámbitos de la economía y de la sostenibilidad ambiental.

Capítulo primero

Weblogs y blogosfera: concepto, historia y difusión de las bitácoras

¿Qué es un blog? ¿Cuáles son las diferencias entre una bitácora y una página web convencional? ¿Quiénes son y por qué escriben los blogueros? ¿Un weblog es un foro? ¿Se trata de diarios personales o de medios que pueden influir en el ámbito social y empresarial?

Estas preguntas encontrarán respuesta en este primer capítulo, cuya finalidad es la de explicar, de forma general, la historia, el funcionamiento y la difusión de los cuadernos de bitácora, los cuales fueron, gracias a su facilidad de edición, su escaso o nulo coste y su capacidad de propagación, unos de los fenómenos más emblemáticos de la nueva sociedad de la información que se estaba formando en los primeros años del siglo XXI.

Considerando que tienen el mismo significado, en el elaborado que seguirá se utilizarán sin alguna distinción los términos weblog, blog, cuaderno de bitácora y bitácora.

1. ¿QUÉ ES UN WEBLOG?

Un weblog, blog, cuaderno de bitácora o simplemente bitácora es un modelo simplificado de página web caracterizada por su sencillez de actualización, como tal, nació para facilitar la publicación en Internet y permitió colgar en la red material al alcance de todos los usuarios.

El término weblog es una palabra adquirida del inglés, así que, utilizando el significado en esa lengua podemos comprender su sentido. En inglés el término *log* designa el registro de la actividad de un servidor, y, en un sentido más general, se puede referir a un diario, un ejemplo puede ser el *travelog* aludiendo a los clásicos diarios de viaje. Por esta razón desde 1997 se acuñó el término weblog, que se usa, sin distinciones de su forma abreviada blog, para referirse a los diarios de navegación de los usuarios de la Web. En el uso habitual, cuaderno de bitácora o bitácora son las expresiones comúnmente utilizadas en la lengua española como equivalentes de los dos

términos ingleses weblog y blog, puesto que la expresión cuaderno de bitácora designa, en el *Diccionario de la lengua española*¹: “libro en el que se apunta el rumbo, la velocidad, maniobras y demás accidentes de la navegación”¹, definición que se remite plenamente al concepto en el idioma inglés.

Cada bitácora designa un sitio web que se compone de entradas individuales llamadas anotaciones, historias o, más a menudo *post* y es precisamente a partir de este término que se ha acuñado la expresión *postear* que se puede considerar como sinónimo, en el ámbito de los blogs, del verbo publicar; la actividad relacionada es comúnmente conocida como *bloguear* y, por esta razón, el autor que postea en su weblog es llamado *bloguer*.

El *post* es la unidad básica del weblog. En su forma más arquetípica consiste en un texto de longitud variable con su título y su propio enlace permanente (*permalink*) que facilita su conexión desde sitios externos, acompañado de la fecha y hora de su publicación; en el blog las anotaciones se ordenan según una cronología inversa, por eso encontraremos las más recientes arriba y el resto por orden cronológico inverso. Las historias pueden ser archivadas por el autor de manera cronológica o temática (por categorías) y suele existir un buscador interno para facilitar su localización. La mayor parte de los cuadernos de bitácora incluye una selección de enlaces (llamada *blogroll*) que recoge aquellos sitios y weblogs recomendados por el autor, y alguna referencia personal (*about*), las cuales, conjuntamente al descriptor de la bitácora y al título, ayudan al usuario a situar el blog que están leyendo dentro del grupo de pertenencia correcto (por ejemplo, si el blog en cuestión es autobiográfico, o se ocupa de asuntos políticos, etcetera). Además, el *post* permite a los lectores añadir comentarios, que aparecen después del texto, y que permiten a los lectores participar con sugerencias y opiniones.

Para distinguir los weblogs de los foros, hay que observar que un blog es un medio de autoría centralizada (un autor), mientras que el foro es de autoría dispersa (cualquier usuario puede publicar); el weblog se estructura cronológicamente, el foro se estructura temáticamente; el weblog genera una comunidad desde dentro hacia afuera (llamada *blogosfera*) mediante enlaces de entrada (llamados *refers* y *trackbacks*) y de salida (enlaces en las historias y *blogroll*), mientras que el foro genera una comunidad desde

¹ Diccionario de la lengua española <https://dle.rae.es/cuaderno?m=form#5XVHn0t>

fuera hacia dentro que asume la función autoral de forma distribuida. Frente a los foros, el weblog es un medio en el que el autor es el que inicia las discusiones a partir de los temas que propone en sus historias y los usuarios se limitan a aportar sus comentarios u opiniones y esto es lo que los visitantes buscan en un weblog, es decir el punto de vista, el estilo y la agenda de su autor, mientras que en el foro cualquier consumidor registrado puede iniciar una conversación y dentro de los foros los participantes quieren encontrar una información concreta, contribuir en un debate abierto o comenzar un nuevo debate. Finalmente otro importante aspecto utilizado para distinguir un weblog de un foro es que un cuaderno de bitácora es un medio sin editores, es una genuina expresión de las “tecnologías del yo”², en las que el autor, sin ningún tipo de intermediación editorial y gracias a un sistema eficiente de gestión de contenidos, se convierte en un *global publisher*, mientras que los foros tienden a ser jerarquizados: pueden existir moderadores y diversos grados de participantes, en función de la antigüedad, cantidad y calidad de sus contribuciones, que operan a modo de editores, seleccionando las mejores historias, permitiendo o denegando accesos, otorgando puntajes, etcétera.

Los tipos de textos que un autor puede publicar en su bitácora son múltiples y diferentes, desde disquisiciones sobre el estado de ánimo o lo que el autor hizo durante el día a comentarios sobre noticias de actualidad, en cuyo caso la convención es enlazar la noticia comentada en el mismo texto. Es este elemento, la capacidad de enlace comentado, el que ha proporcionado un inmenso poder al fenómeno, transformando en la práctica cada blog en un “mini-medio” de comunicación. Es esencial para los cuadernos de bitácora que cada uno tenga una personalidad propia, que la selección de los enlaces y la orientación de los textos formen un punto de vista reconocible y genuino.

Por lo que respecta al importante aparato del coste para el usuario existen algunas empresas que proporcionan sin coste el software y el espacio de almacenamiento en la red, pueden citarse: *Blogger*³, *Blogia*⁴, *Blogalia*⁵ o *Bitacorae*⁶. Estos servicios de

² J. L. Orihuela, *La revolución de los blogs*, Madrid, La Esfera de los Libros, 2006, p.39

³ Blogger <http://www.blogger.com>, 18 de abril de 2023

⁴ Blogia <http://www.blogia.com>, 18 de abril de 2023

⁵ Blogalia <http://www.blogalia.com>, 18 de abril de 2023

⁶ Bitacorae <http://www.bitacorae.com/alojamiento/>, 18 de abril de 2023

edición y publicación resuelven de un modo sencillo e intuitivo los tres obstáculos técnicos que se interponían entre el usuario medio y la publicación de contenidos en línea y son los que permiten al usuario concentrarse en la tarea de elaborar contenidos haciéndola más fácil e intuitiva. Los tres obstáculos mencionados anteriormente eran los siguientes: la codificación de las páginas usando editores de HTML, su composición mediante programas de diseño gráfico y su publicación en servidores web con aplicaciones de transferencia de ficheros.

2. LA HISTORIA DEL BLOG

Las características distintivas de los weblogs permiten atribuirle el rasgo de ser el primer medio nativo de la Web. De hecho, se considera que el primer weblog fue la página *What's new in '92*⁷ publicada por Tim Berners Lee (científico de la computación británico que fue el padre de la World Wide Web) desde enero 1992 para divulgar las novedades del proyecto *World Wide Web*.

El título de “Padre del Weblog”, o al menos del nombre, se suele conceder al estadounidense John Barger, que acuñó el término hacia finales de 1997 para referirse a su propio weblog *Robot Wisdom* designando una colección de enlaces a sitios interesantes que había descubierto navegando en la red. *Robot Wisdom* era una página esencialmente compuesta de enlaces. Cada post consistía en una breve frase que unía un enlace a una información encontrada en la red. La dispersión temática de este blog era considerable y *Robot Wisdom* carecía de *permalinks*, fecha, hora de publicación y comentarios, pero, en el momento de su realización, su formato y personalidad ayudaron a convertir este *protoblog*⁸ en un pilar fundamental en la historia de los weblogs.

A comienzos de 1999 la página *The Page of Only Weblogs*⁹ de Jesse James Garrett identificaba solo 23 blogs, pero el lanzamiento de los primeros servicios de edición y publicación de bitácoras *Pitas* y *Blogger*, cambió el panorama del medio contribuyendo a su popularización. Los usuarios del medio dejaron de ser una pequeña comunidad y se

⁷ What's new in '92: <http://www.w3.org/History/>, 19 de abril de 2023

⁸ *Protoblog*: el primer prototipo de cuaderno de bitácora

⁹ The page of only Weblog: <http://www.jjg.net/retired/portal/tpowl.html>, 29 de abril de 2023

convirtieron paulatinamente en una gigantesca colectividad transnacional; el estilo varió desde los enlaces comentados hacia el diario personal en línea.

A finales de 1999 surgen los primeros blogs en español, entre los que destacan *Betolog* de Alberto González, *Area Estratégica*¹⁰ de Gustavo Arizpe y *Bitácora Tremendo*¹¹ de Carlos Tirado. En 2000 las bitácoras comienzan a extenderse entre los hispano-hablantes de ambos lados del Atlántico. *Bitácoras.net* se convierte, desde octubre de 2002, en el portal de referencia de la comunidad de bloggers españoles, y un año más tarde se hace cargo *Bitácoras.com*, que se ha convertido, por derecho propio, en uno de los ejes principales de la blogosfera hispana.

El resultado fue una verdadera explosión sociológica, cuando de repente millones de personas dispusieron a la vez de la capacidad tecnológica y económica de publicar sin restricciones, y empezaron a usarla y a relacionarse a través de los *posts*, los *blogrolls* y los comentarios. De esta explosión creativa y de la interacción entre millones de usuarios de los weblogs, nació lo que hoy llamamos *blogosfera*.

A partir de entonces el crecimiento fue exponencial, en buena parte debido al impulso que recibió el género en tres momentos fundamentales de la historia moderna: los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001 y sus postrimerías, la Segunda Guerra del Golfo y las elecciones estadounidenses de 2004.

El primer impulso al que se le debe el crecimiento del fenómeno de los cuadernos de bitácora fueron, entonces, los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001 y el consiguiente endurecimiento de la política estadounidense, que produjeron un recrudecimiento del enfrentamiento interno al país, el cual se reflejó en el nacimiento de centenares de blogs con declarada vocación política; algunos de estos decididamente a favor y otros muy en contra de la política del gobierno del presidente George W. Bush.

El fenómeno se recrudeció en los meses anteriores a la segunda Guerra del Golfo y en los primeros meses de la ocupación iraquí, con el nacimiento y extensión de un colectivo conocido como los *warblogs*¹², blogs defensores a brazo partido de la invasión y de las justificaciones alegadas para ella. Simultáneamente aparecieron blogs escritos por civiles iraquíes, los cuales contaban la realidad de los ataques y la ocupación desde

¹⁰ Area estratégica: <http://www.area.com.mx/estrategica/>, 20 de abril de 2023

¹¹ Bitácora tremendo: <http://tremendo.com/bitacora/>, 20 de abril de 2023

¹² Warblogs: <https://diccionario.sensagent.com/warblog/es-es/>, 20 de abril de 2023

otro punto de vista, en muchos casos opuesto al precio que los iraquíes estaban pagando por su liberación.

Por otra parte, se desarrollaron las bitácoras de tendencia “*antibush*” en los EE. UU, que combatieron dialécticamente a los *warbloggers* y los “*probush*” con ferocidad, aunque su volumen e impacto fueran menores.

Las elecciones de 2004 en los Estados Unidos fueron la demostración de que los blogs eran ya una fuerza política con la que había que contar. Aunque su presencia directa en la campaña fuera relativamente menor, lo cierto es que su existencia, sacando a la luz o manteniendo vivos determinados temas, se hizo notar, tanto que esos temas fueron recogidos muchas veces por los medios tradicionales. Tras las elecciones esta influencia política se ha consolidado¹³.

La situación en los años siguientes y también en los actuales, puede resumirse en que los blogs se habían ganado y tienen hasta hoy un hueco en el panorama de los medios de comunicación e intervienen, por tanto, en los equilibrios de poder de las democracias. El conjunto de la blogosfera, además de controlar y criticar a la prensa, es capaz de movilizar los ciudadanos, de sacar temas, de discutir programas e incluso de hacer retroceder a grandes grupos (como ocurriera con una desafortunada campaña de promoción de *El País*, atacada por ciertos weblogs hasta su retirada)¹⁴.

Aunque muy lejos de ser decisivos en el panorama político y mediático, nadie puede negar su influencia.

¹³ S. Martínez, E. Solano, *Blogs, bloggers, blogósfera: una revisión multidisciplinaria*, Ciudad de México, Universidad Iberoamericana, 2010

J. L. Orihuela, *La revolución de los blogs*, Madrid, La esfera de los libros, 2006

O. I. Rojas, J. Alonso, J. L. Antúnez, J. L. Orihuela, J. Varela, *Blogs: la conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*, Madrid, ESIC Editorial, 2006

J. M. Cerezo, *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*, Madrid, Fundación France Telecom España, 2006

X. L. García, M. O. López, *Bitácoras: la consolidación de la voz del ciudadano*, La Coruña, Netbiblo, 2007

J. M. Noguera Vivo, *Blogs y medios. Las claves de una relación de interés mutuo*, Libros en Red, 2008

¹⁴ J. M. Cerezo, *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*, Madrid, Fundación France Telecom España, 2006

3. LA CONSTRUCCIÓN DE LA BLOGOSFERA

Uno de los rasgos más importantes de los weblogs es su dimensión comunitaria y su carácter de medio social. La blogosfera, y por eso, la cultura de los weblogs es un sistema complejo, autorregulado, extraordinariamente dinámico y sensible a la información que producen los medios tradicionales, en particular refiriéndose a asuntos políticos y tecnológicos.

Cada bloguero con su propio weblog se inscribe dentro de una comunidad o “vecindario” simplemente mediante los enlaces a sitios externos que realiza y los enlaces y comentarios que recibe. Como ocurre en el mundo real, también en la blogosfera, los usuarios pueden pertenecer simultáneamente a numerosas comunidades. Algunos de los aspectos que pueden delimitar las blogosferas en las que cada bloguero se integra son las siguientes:

- la inmensa mayoría de los weblogs son básicamente textuales, de modo que, necesariamente, la lengua se convierte en el primer factor de diferenciación entre las blogosferas;
- el segundo factor útil para situar a qué blogosfera pertenece una bitácora puede ser el análisis del listado público de sitios recomendados o leídos por el autor;
- la blogosfera geográfica es otro aspecto que delimita a un grupo de weblogs y blogueros, lo que permite descubrir y trazar los contornos físicos es la incorporación de metadatos de geoposicionamiento (latitud y longitud) en los blogs y otros sitios web;
- finalmente, y en el caso de los blogs temáticos o de nicho, han proliferado los anillos, directorios, agregadores, blogs comunitarios y premios sectoriales, que han contribuido a la consolidación de las blogosferas especializadas. Es lo que ocurre, por ejemplo, con los blogs educativos o con los blogs dedicados a la gastronomía.

Los formatos de descripción de contenidos mediante metadatos, conocidos como RSS, deben su popularización a la expansión de los weblogs, y son precisamente estos programas que convierten a las bitácoras en fuentes de contenido para otros sitios. Los

lectores o agregadores de noticias (news readers), como *Bloglines*¹⁵, han cambiado el modo en el que los usuarios se relacionan con la información, optimizando su tiempo y personalizando su navegación.

En el escenario de la comunicación pública la blogosfera emerge como un espacio social dinámico y como un agente informativo de primer orden. La blogosfera tiene una gran variedad de funciones, entre las dimensiones más notables encontramos:

- **filtro social de opiniones y noticias**

la blogosfera se ha transformado en el lugar mejor para tomar el pulso de la opinión pública sobre los temas y personajes más atractivos de la actualidad. Es posible, gracias a las bitácoras, conocer cómo son recibidas las noticias por los ciudadanos, cuáles de las noticias publicadas son más relevantes y qué opiniones son las más controvertidas;

- **sistema de alerta temprana para los medios**

lo que hace de la blogosfera un sistema de alerta temprana, que los medios han aprendido a utilizar, es la velocidad de reacción ante los eventos. Lo que permite a los periodistas y a los editores de detectar nuevas tendencias, nuevos temas y debate de interés general son la identificación de los weblogs relevantes en cada sector, el uso eficaz de los lectores de fuentes RSS y el uso de herramientas de rastreo basadas en palabras clave;

- **sistema de control y crítica de los medios**

Uno de los objetos temáticos preferidos de los blogueros son los errores, las contradicciones y, sobre todo, las manipulaciones que llevan adelante los medios de comunicación tradicionales. Existen bitácoras dedicadas monográficamente al seguimiento de estos errores, un ejemplo en la blogosfera española es el del weblog *Malaprensa*¹⁶;

- **factor de movilización social**

la tremenda cantidad de cuadernos de bitácora hace de este espacio en la web un ámbito representativo de la sociedad de nuestros días. La dinámica de circulación de información en un espacio con tal nivel de capilaridad e interactividad convierte a la blogosfera en un entorno especialmente apto para

¹⁵ Bloglines: <http://bloglines.com> 22 de abril de 2023

¹⁶ Malaprensa: <http://malaprensa.com> , 22 de abril de 2023

las comunicaciones virales, la condivisione de memes y el desarrollo de campañas publicitarias, sin coordinación centralizada;

- **canal para las fuentes reconvertidas en medios**

las empresas, las instituciones y las organizaciones que tradicionalmente dependían de la intermediación editorial de los medios de comunicación tradicionales para darse a conocer según sus opiniones y declaraciones, ahora tienen la posibilidad de convertirse ellos mismos en medios y llegar directamente, sin intermediarios, a sus públicos;

- **formato aplicable en las versiones electrónicas de los medios tradicionales para coberturas de continuidad, catástrofes y accidentes**

los ciber medios se suman a la blogosfera utilizando el formato weblog para llevar adelante la cobertura de eventos deportivos, citas electorales, campañas políticas, guerras y catástrofes naturales;

- **archivo que opera como memoria de la web**

la blogosfera, desde su creación, constituye una gigantesca memoria colectiva sobre cualquier argumento tratado, desde la actualidad hasta la gastronomía, desde la política hasta la enología, desde los cambios climáticos hasta la moda;

- **alimento privilegiado de los buscadores**

la densidad de enlaces de entrada y de salida que caracteriza los weblogs, la renovación constante de contenidos y el uso de herramientas de gestión que optimizan semánticamente las entradas son unos de los aspectos que hacen de la blogosfera una fuente principal para los buscadores;

- **un lugar de conversación**

la blogosfera es un lugar de comunicación entre una multitud de comunidades y este fenómeno se debe a diferentes aspectos, como, por ejemplo, los intereses comunes, el conocimiento compartido, la interactividad mediante enlaces y comentarios, la lectura de fuentes que se actualizan periódicamente y por último la reciprocidad como rasgo cultural entre los bloggers.

Estas son las razones por las cuales la blogosfera constituye un excelente sistema de control general de las opiniones de los ciudadanos, lo que nunca podría hacerse si pensamos a los medios de comunicación tradicionales.

La blogosfera, como hemos visto en los párrafos anteriores, es parte del escenario mediático y complementa las funciones de los medios tradicionales aportando, entre otras cosas, un punto de vista más personal a los temas de actualidad que son tratados, y al mismo tiempo genera programas para mediáticas, los cuales son de gran interés para las comunidades especializadas. En todos los casos, comprendiendo las bitácoras autobiográficas, los weblogs producen comunidades activas y comprometidas, que es otra de las asignaturas pendientes de los medios tradicionales, junto a la interactividad, la hipertextualidad y la multimedialidad.

3.1 Rasgos distintivos de la blogosfera hispana

La expresión *blogosfera hispana* se utiliza para designar el “conjunto de weblogs escritos en español en cualquier país del mundo”¹⁷. Por lo tanto, esta expresión no implica una determinación geográfica, sino más bien una agrupación basada en la lengua común de los weblogs.

El desarrollo de la blogosfera hispana en los primeros años de la difusión de las bitácoras creció mucho más en el resto del mundo con respecto a España. Las causas por este retraso fueron múltiples y de carácter cultural, económico y social. Comenzando desde el español como idioma en la blogosfera, en los primeros años se encontraba muy por detrás en comparación con otros idiomas mucho menos hablados, y las razones eran las mismas: falta de penetración de las nuevas tecnologías, poca información por parte de la ciudadanía acerca de dichas herramientas y el alto precio que tenía. Sin duda en los últimos años la situación ha cambiado como han cambiado los gustos de los usuarios y la tipologías de weblogs; un ejemplo de este cambio es que un bloguero, hoy en día, para tener un público tiene que delimitar y definir muy bien el nicho de su blog y tener claro a quién exactamente se va a dirigir, esa es la razón por la que las bitácoras personales han dejado de funcionar, porque en nuestros días los usuarios solo visitan los blogs cuándo buscan información concreta que no pueden recibir de las redes sociales.

Para conocer la cantidad de autores y cuadernos de bitácora en español, el registro más completo es la base de datos sobre la que funciona *Blogómetro*.

¹⁷ O. I. Rojas, J. Alonso, J. L. Antúnez, J. L. Orihuela, J. Varela, *Blogs: la conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*, Madrid, ESIC Editorial, 2006

4. AUTORES Y LECTORES DE BLOGS Y SUS RELACIÓN

Después de haber trazado el marco conceptual e histórico de los weblogs, cabe centrar ahora el enfoque en los usuarios de esta tipología de medio social: los autores y los lectores de las bitácoras.

Se trata, por un lado, de comprender las razones por las cuales hay gente que dedica su tiempo y sus esfuerzos a actualizar, con determinada frecuencia y de forma desinteresada, un sitio web, autobiográfico o temático, en formato weblog.

Por otro lado, se examina el perfil de los lectores de los cuadernos de bitácora, los cuales, claramente, coinciden de manera parcial con el anterior, ya que una porción de la audiencia de los weblogs está constituida por los propios bloggers. Con todo, una masiva cantidad de visitantes de los weblogs son llevados por los buscadores, y son también los que, en muchos casos, constituyen la audiencia mayoritaria. Por otro lado, las bitácoras temáticas si tienen una determinada calidad, se pueden convertir en fuentes de los medios tradicionales, ampliando en este modo el espectro de sus audiencias.

4.1 ¿Quiénes son y por qué escriben los bloggers?

Según los datos obtenidos en la última encuesta realizada a bloggers y lectores de weblogs, el perfil del blogger hispano es “de un hombre (73%), joven (el 51% tiene entre 20 y 30 años), con estudios universitarios (70%) y con más de 5 años de experiencia en la red en un 76% de los casos. Además de ser usuario activo de internet, el blogger hispano se destaca por disponer de varios dispositivos tecnológicos: la mitad tiene un mínimo de cinco dispositivos.”¹⁸

Los participantes en la encuesta apuntaron una serie de razones por las cuales mantenían sus bitácoras: como una forma de expresarse libremente, para compartir conocimientos con los demás, como un diario personal en el cual anotar lo que ocurre durante el día, a modo de entretenimiento, como desahogo y como un medio para conocer gente.

¹⁸ III Encuesta a bloggers, perfil del blogger hispano. Encuesta realizada en la plataforma de Netquest. Garrido, Fernando y Lara, Tíscar
<http://www.tiscar.com/2008/02/perfil-del-blogger-hispano-iii-encuesta.html>, 23 de abril de 2023

Los países que, según la encuesta, son más representados en la blogosfera hispana son España con el 46% seguida por México con el 14%, Argentina con el 9% y Chile con el 8%.⁽¹⁹⁾

Por lo que concierne los contenidos, las bitácoras en 2008 parecían estar dominadas por el género autobiográfico, al contrario de lo que se puede analizar hoy en día, donde es mejor tener un weblog especializado si se quiere tener un público y poder monetizar lo que se escribe en el cuaderno de bitácora²⁰.

Analizando otro aspecto de la encuesta es posible observar que la práctica de escritura del blog está asociada principalmente al ámbito doméstico, con el 85% de los autores que afirma actualizar el blog desde casa con una dedicación diaria de una hora en la mayoría de los casos.

Al margen de la encuesta, lo cierto es que el perfil de los bloggers y las razones por las cuales escriben son muy heterogéneas y no cuantificables.

Entre los bloggers pueden encontrarse niños apasionados por el fútbol o por los coches; maestros y profesores que han encontrado en las bitácoras un factor de motivación y un método de estudio para sus estudiantes; amas de casa a las que la red les ha abierto una ventana para expresarse; enfermos que cuentan su batalla cotidiana; artistas, escritores y periodistas en busca de un público; emprendedores explorando las posibilidades comerciales del medio; activistas sociales y políticos que pueden expresarse libremente sobre temas sociales importantes; etcétera.

Al final, podemos decir que las razones por las cuales la gente escribe weblogs, a pesar de ser heterogéneas, son comunes a otras formas de escritura pública, por eso tenemos: la necesidad de expresarse, el intento de compartir saberes, el deseo de integración en una comunidad, una búsqueda de reconocimiento, una terapia, una participación política o una defensa de intereses.

Lo cierto es que es la tecnología que ha venido en auxilio de las personas que tienen el deseo de expresarse y de comunicarse, por qué el verdadero poder de los cuadernos

¹⁹ Todos los datos numéricos se extrajeron por la “III Encuesta a bloggers”

²⁰ Miruna y Marius, *¿Merece la pena crear un blog en 2023?*, <https://escueladeblogging.com/merece-la-pena-crear-un-blog/>, 23 de abril de 2023

de bitácora radica en que la gente los escribe “porque puede” (la tecnología lo hace disponible) y “porque quiere” (quieren compartir conocimientos con los demás).

4.2 Los tipos de visitantes de los weblogs

Según una metáfora acuñada por Juan Julian Merelo en *Atalaya* los visitantes que leen los weblogs se pueden dividir en dos perfiles principales: “la parroquia” y “los turistas”²¹.

Los *turistas* son aquellos visitantes que generan tráfico, dejan en los comentarios preguntas y en ocasiones participan en los debates, pero, al carecer el contexto que suministra la lectura regular del sitio, no suelen aportar gran valor a los contenidos del weblog.

La *parroquia*, en cambio, es la comunidad verdadera del weblog²², el grupo de lectores fieles que llegan al blog sabiendo lo que quieren leer y lo que pueden encontrar. La parroquia, según Merelo, es el lector modelo que el autor se construye escribiendo, es el perfil de su público. La comunidad que se crea en torno a una bitácora de calidad es uno de los aspectos más ricos y una de las mejores recompensas del blogging.

Como contrapartida, de acuerdo con lo que dice J.J. Merelo, lo que puede pasar es que el peso de las demandas implícitas y explícitas de la propia comunidad lleve al abandono del medio por parte del bloguero. La justificación del abandono es que muchos llegan a los blogs por el placer y la libertad de escribir sin condicionamientos, y al cabo del tiempo se encuentran con una comunidad que les demanda opiniones, posiciones, información y, sobre todo, frecuencia regular de actualización.

Junto a los dos perfiles de visitantes anteriormente expuestos y que representan la mayoría del tráfico de un weblog, existe un tercer perfil habitualmente minoritario, pero todavía interesante, y es el conformado de aquellos que llegan al blog por un enlace. Ese tipo de visitante es llamado, por Merelo, el *surfer*, y es aquel usuario que accede al weblog con más información y mayores expectativas que el turista, muchas veces sabiendo precisamente lo que busca. En algunas ocasiones estos visitantes pueden llegar al blog de manera masiva produciendo, de esta forma, el llamado *efecto slashdot*, el cual

²¹ J. J. Merelo, *Anatomía de una visita, o la parroquia y los turistas*, en *Atalaya*, <http://atalaya.blogalia.com/historias/13398>, 24 de abril de 2023

²² J. L. Orihuela, *La revolución de los blogs*, Madrid, La esfera de los libros, 2006

se produce cuando “un sitio web popular enlaza a un sitio más pequeño, causando un aumento masivo en el tráfico. Esto sobrecarga el sitio más pequeño, lo que hace que se ralentice o incluso temporalmente no esté disponible”²³.

Finalmente, hay que hacer una referencia a los visitantes que son indeseables: los *spammers* y los *trolls*. El spam, que puede definirse como “mensajes no deseados que se envían principalmente por vía electrónica y se entregan sin haber sido solicitados”²⁴, ataca a los weblogs por los comentarios y por los trackbacks, tanto de forma manual como automática. Los trolls, por otro lado, han existido desde los comienzos de la red, y se pueden definir como una persona “que aprovecha cualquier lugar en la red en el que se puedan hacer comentarios para crear controversia y fomentar el enfrentamiento entre otros usuarios, su objetivo es llamar la atención y molestar”²⁵.

4.3 Los comentarios y otras modalidades de encuentro con los lectores

Aunque originariamente los weblogs no disponían de la función de comentarios (*Blogger* no incluyó función de comentarios hasta el año 2004), paulatinamente el feedback de los lectores se fue convirtiendo en una de las señas de identidad del medio. Los comentarios ahora son considerados como un espacio y una oportunidad de diálogo entre el autor y sus lectores, un lugar de enriquecimiento, de debate y, a veces, de polémica.

No son pocos los blogueros que han comenzado escribiendo comentarios en sus bitácoras favoritas y han acabado creando su propio espacio en la red. También ocurre, en ocasiones, que la calidad de los comentarios suele ser muy superior a la de las entradas que los motivaron.

Además de los comentarios, los autores y los lectores tienen múltiples vías para comunicarse entre ellos, que algunas veces pueden resultar más eficaces que los propios comentarios.

²³ Efecto Slashdot, <https://educalingo.com/es/dic-en/slashdot-effect>, 24 de abril de 2023

²⁴ El spam, <https://es.ryte.com/wiki/Spam#:~:text=El%20spam%20puede%20definirse%20como,spam%20en%20las%20redes%20sociales.24> de abril de 2023

²⁵ Los trolls, https://protecciondatos-lopd.com/empresas/trolls-internet-tipos-trolling/#Que_es_un_Troll_en_Internet_Concepto, 24 de abril de 2023

El primero es el correo electrónico, que es uno de los sistemas de feedback más extendido: es habitual encontrar en los weblogs la dirección de correo electrónico del autor, o al menos un formulario de contacto para remitir sugerencias o formular consultas. El correo puede ser utilizado, también, como sistema alternativo o complementario de distribución de los contenidos del weblog.

El segundo es representado por los foros, los cuales han sido una herramienta muy utilizada para sistematizar las aportaciones y dudas de los lectores, organizar manuales y derivar las preguntas frecuentes.

La tercera posibilidad, que se ha extendido sobre todo en los últimos años, es la de las redes sociales virtuales, donde se han creado comunidades virtuales de lectores de blogs, que han facilitado la interacción horizontal entre los usuarios.

Finalmente, los encuentros presenciales de bloggers permiten fortalecer los vínculos personales entre los autores y también con sus lectores, esta es una tradición de bastante raigambre dentro la comunidad de los weblogs.

Capítulo segundo

Econblogs: la información económica a través de los weblogs

Para comprender la economía en el día a día es necesario, para las personas que no son especializadas, cambiar su propia manera de informarse y pensar.

El paradigma económico²⁶ ha cambiado con el tiempo y está en constante cambio, por ello los discursos económicos de las décadas anteriores ya no tienen sentido.

En este punto los econblogs y los nuevos medios de información, entre los cuales podemos incluir también las redes sociales, pueden ayudar a conseguir una visión personal del mundo, llevando a una nueva manera de informarse y una nueva forma de enfocar los problemas.

La economía de hoy necesita de nuevos lugares de información independientes al alcance de cualquier persona que quiera o necesite esos datos y los blogs son un lugar ideal para ellos. Es esta la razón por la cual en este capítulo se tratará el argumento de la economía, combinada con la sostenibilidad, y cómo los weblogs pueden hacer comprensible una disciplina tan complicada.

1. ¿POR QUÉ ES TÁN DIFÍCIL COMPRENDER LA ECONOMÍA ACTUAL?

La economía en sus fundamentos no es compleja de entender. El problema llega cuando la manera de comunicar y escribir sobre ella es errónea y no hay un mínimo de labor pedagógica detrás.

A el conjunto de conceptos diferentes e inconexos que fundan esta disciplina hay que añadir que la economía lo abarca todo; nuestros día a día y nuestras actividades en general están impregnados de ella, todo es economía, desde la factura de la luz hasta las políticas del Banco Central, con todo lo que hay en el medio.

La gran dificultad de la economía es la perspectiva, ya que los acontecimientos que se dan son una conjunción de miles de factores que acontecen al mismo tiempo. Se trata

²⁶ “Un paradigma económico es un modelo que se considera y se sostiene como válido en una determinada disciplina científica, en este caso, en la economía”, Francisco Coll Morales, *Economipedia*, <https://economipedia.com/definiciones/paradigma-economico.html>, 5 de mayo de 2023

de una heterogeneidad de elementos que se dan de forma sincrónica bajo una gran complejidad.

El conocimiento de la economía, aunque sea en un nivel elemental, se ha convertido en una necesidad básica en la cotidianidad de cualquier persona y se ha puesto de relieve ya desde la crisis económica de 2008.

El lenguaje económico utiliza términos especializados con significados muy precisos²⁷, pero poco familiares para el público lego. La experiencia directa está relacionada generalmente con el nivel de impuestos a pagar, el nivel de salarios, los costes fijos de cada familia o individuo, un crédito para un coche con sus plazos, etcétera. Pero estas son materializaciones finales muy concretas de un vasto universo. De aquí el problema de perspectiva, la dificultad de dar un sentido global al discurso económico, saber conectar conceptos e informaciones diversas. Si no se tiene un conocimiento mínimo es muy fácil dejarse llevar por una ideología dada.

La especialización aportada por la literatura económica también es curiosa: produce un tipo de saber que no es aplicable a nuestros problemas directos. Para que la literatura económica sea útil necesitamos dos tipos de conocimientos, el primero de ellos es aquel que se produce a un nivel más básico para que las personas y los agentes en general nos comuniquemos, el segundo es una tipología que solo puede tener la persona en sí misma. La literatura económica solo produce el primer tipo de conocimiento.

Cuando se piensa acerca de los acontecimientos económicos, generalmente son hechos que ocurren en nuestro entorno, como el desempleo, la situación de ventas de las empresas donde se trabaja o acontecimientos más globales, como el anuncio de la bajada de algunos tipos de interés, la subida de los impuestos o la situación económica de un determinado sector. La literatura de la disciplina económica provee las herramientas para interpretar esas informaciones, para comprender cómo funcionan ese tipo de fenómenos.

El segundo tipo de conocimiento surge cuando las personas tienen que elegir, por ejemplo, si invertir los ahorros en un depósito, buscar otra empresa donde trabajar, alquilar o comprar una vivienda. En casi todas las ocasiones recién nombradas no habrá un experto que proporcione explicaciones y la literatura económica no puede dar ese

²⁷ J. Segura, *El lenguaje de la economía*, Estratega Financiero, <https://estrategafinanciero.com/importancia-de-los-blogs-de-economia-en-la-evolucion-de-la-disciplina/>, 06 de mayo de 2023

conocimiento implícito personalizado. Por esta razón es importante por cada individuo adquirir la perspectiva necesaria y comprender en cada contexto lo que es necesario hacer siguiendo la literatura económica básica.

Una de las cuestiones centrales es cómo mejorar este tipo de literatura para la sociedad, porque es la que le permite tomar decisiones coherentes. Diferentes estudios²⁸ han demostrado que las personas que desde jóvenes han adquirido conocimientos elementales de economía responden en un grado más alto a cuestiones básicas y esenciales relacionadas con la misma cuando son mayores.

Por tanto, la dificultad de comprender con claridad la información económica también es un tema de aprendizaje. Como se enseñan gramática, matemáticas o seguridad vial, también hay que tener conocimientos sobre información financiera, aunque sean elementales.

1.1 Límites y distorsiones

A la dificultad de comprender la economía tenemos que añadir distorsiones y limitaciones de tipo externo e interno, dependiendo de la forma en que actúan nuestro cerebro y nuestra psicología²⁹.

La información que leemos está procesada de tal forma que produce una serie de límites que llegan a distorsionar la realidad³⁰ y estos límites son los siguientes: la falacia narrativa³¹, la falacia de las pruebas silenciosas³², la obsesión por lo concreto y la categorización.

La falacia narrativa es la distorsión que provoca la narración debido a que esta no cuenta toda la historia, es la tendencia innata que tienen los humanos para establecer relaciones, aunque estas no estén justificadas. Cuando la narración muestra una información que es incompleta, cada individuo intenta complementarla con sucesos y

²⁸ J. Segura, *Econblog*, Madrid, Estratega Financiero, 2017

²⁹ J. Segura, *El impacto de los blogs de economía en la investigación*, Estratega Financiero, [El impacto real de los blogs de economía en la investigación \(estrategafinanciero.com\)](https://estrategafinanciero.com), 06 de mayo de 2023

³⁰ J. Segura, *Econblog*, Madrid, Estratega Financiero, 2017, p. 120

³¹ Erin Sánchez, *La falacia narrativa: qué es y cómo se relaciona con la superstición*, <https://psicologiymente.com/psicologia/falacia-narrativa>, 06 de mayo de 2023

³² Nassim Nicholas Taleb, *El cisne negro. El impacto de lo altamente improbable*, <http://ignaciogavilan.com/los-cisnes-negros-de-taleb/#:~:text=la%20falacia%20de%20las%20pruebas,no%20han%20llegado%20a%20nosotros>, 06 de mayo de 2023

deducciones que hacen reconstruir los huecos de la historia indefinida. Es lo mismo que ocurre con la visión, porque existe un campo ciego y el cerebro lo rellena con la información visual que tiene del resto del campo.

La falacia de la prueba silenciosa está relacionada con la falacia narrativa y es el hecho de tener en cuenta únicamente las “pruebas” que conocemos, sin darnos cuenta de que existen otras que no conocemos. Esto es lo que ocurre con el relato de los emprendedores o líderes y aquí volvemos a la información incompleta, porque, cuando se habla de estos grandes personajes y de lo que han logrado hacer no se dice nada de los cientos de miles de personas que lo han intentado de igual manera, pero han fracasado, la única historia reportada es la del buen éxito. Esta narrativa informativa incompleta lleva a interpretaciones y decisiones erróneas.

La obsesión por lo concreto es la tercera gran distorsión de la información. Todo tiene que girar en torno a un relato. Hay que empezar con una historia personal o dato concreto para luego destacar la conclusión. Ciertamente es que lo abstracto no engancha y no se relaciona con algo personal cuando se lee, pero todo lo relatado en base a lo concreto nos lleva a interpretar de forma parcial y distorsionada la realidad que está detrás de los acontecimientos económicos³³.

La categorización es la última distorsión. La información se categoriza por una cuestión de eficiencia, el individuo necesita categorizar en unos patrones para interpretar en el menor tiempo posible con aproximación a la verdad. El problema viene cuando se categoriza todo y de forma esquizofrénica, además, actualmente la velocidad de la información requiere que esto se haga de forma cada vez más exponencial.

En la información económica esto sucede constantemente, porque los artículos son más superficiales y menos largos³⁴.

Además, a las distorsiones se añaden dos limitaciones internas que son las siguientes: el sesgo de confirmación³⁵ y la distorsión retrospectiva³⁶.

³³ J. Segura, *Econblog*, Madrid, Estratega Financiero, 2017, p. 121

³⁴ Civio: *periodismo y acción* <https://civio.es/periodismo-a-fondo/>, 25 de mayo de 2023

³⁵ Marta Guerri, *Qué es el sesgo de confirmación y cuáles son sus peligros*, <https://www.psicooactiva.com/blog/consiste-sesgo-confirmacion/>, 07 de mayo de 2023

³⁶ Luis Martínez-casasola Hernández, *Sesgo retrospectivo: por qué todo parece obvio una vez que ha sucedido*, <https://psicologiymente.com/psicologia/sesgo-retrospectivo>, 07 de mayo de 2023

El sesgo de confirmación se da cuando se busca cualquier noticia o información que confirme creencias personales. Cuando se llega a una conclusión o se tiene la creencia de que algo funcione de una determinada manera, lo que se hace es buscar de forma selectiva informaciones que corroboren nuestra idea. El sesgo de confirmación es uno de los elementos clave para entender cómo funciona la psicología de las masas en los mercados financieros.

La distorsión retrospectiva se produce cuando interpretamos los sucesos pasados de forma aislada, sin ver qué consecuencias han tenido posteriormente. En otras palabras, una persona que seguirá este sesgo creará que un determinado evento, ya sucedido anteriormente, era previsible, cuando en realidad no tenía por qué ser así. El agravante es que nos hace pensar que podemos predecir el futuro de la misma forma lineal con la que hemos percibido el pasado, algo que, por supuesto, no ocurre.

La conclusión es que la información de la que todos nos nutrimos puede modificar nuestra conducta y nuestras decisiones en un determinado sentido. Como hay mucha información lo que se debe hacer es tener una cultura general básica relativa, en este caso particular, de la disciplina económica para poder discernir la noticias y las informaciones erróneas o superficiales de la información real que puede ayudar las personas a comprender el mundo, en particular lo de la financia.

2. LOS ECONBLOGS Y LOS MEDIOS DIGITALES

2.1 La resurrección de los weblogs

Como sabemos los blogs tuvieron su época de auge e importancia desde el cambio de siglo hasta el año 2008, cuando la aparición de las redes sociales determinó su pérdida de centralidad, pero, a partir del año 2012 han experimentado una segunda fase de crecimiento y consolidación. Ello se debe a la saturación informativa y la dispersión que provocan las redes sociales, lo que ha conducido a una profesionalización de los weblogs³⁷. El bloguero de la primera época pasó a ser semiprofesional o profesional en muchos de los casos.

³⁷ *La historia del blog: una línea de tiempo completa*, <https://ibdi.it/es/la-historia-del-blog-a-history-complete/>, 08 de mayo de 2023

Las redes sociales son mejores para la conversación en la red, pero los blogs son mejores para informar de forma reposada y documentada, con opinión independiente. De hecho, se han convertido en el lugar de contenido pausado y reflexivo, en el sitio de opinión del experto independiente.

En esta segunda etapa de evolución y consolidación de los blogs como medio de comunicación se está dando un hecho paradójico. A pesar de leer a través de los dispositivos, cuáles son los smartphones, y disponer de menos tiempo para cada información debido al bombardeo constante de datos y opiniones, ha resurgido el periodismo de largo formato.

Según un informe de Pew Research Center titulado *Long-Form Reading Shows Signs of Life in our Mobile News World*³⁸ los artículos largos reciben el doble de atracción que el resto. Esto sugiere que el lector quiere profundizar cuando busca información sobre un tema.

El nuevo periodismo está evolucionando y adquiriendo un *modus operandi* tomado de la blogosfera, hecho que beneficia a los nuevos medios y los lectores. El periodismo que está triunfando es el que elige menos historias, pero las investiga detalladamente.

2.2 Los econblogs

A esta evolución se debe la creación y difusión de los *econblogs*. Econblog es una palabra de origen inglés que no es muy conocida entre el público de habla hispana. Es una mezcla entre *economic* y *blog*.

El debate entre académicos-economistas y blogueros economistas y no economistas sobre la utilidad de los blogs de economía es cada vez más feroz.

En 2011 un economista de la Reserva Federal de Richmond, Kartik B. Athreya empujó este debate a nivel público con un artículo que llevaba por título *The economy is tough. Don't let bloggers tell you otherwise*³⁹. Lo que decía en su artículo era que la economía es una ciencia muy difícil, no adecuada para las personas no especializadas,

³⁸ A. Mitchell, G. Stocking y K. E. Matsa, *Long-Form Reading Shows Signs of Life in Our Mobile News World*, <https://www.pewresearch.org/journalism/2016/05/05/long-form-reading-shows-signs-of-life-in-our-mobile-news-world/>, 08 de mayo de 2023

³⁹ Kartik B. Athreya, *The economy is tough. Don't let bloggers tell you otherwise*, <https://www.richmondfed.org/research/people/athreya/#e13e7770a030420ba45a9660ebce0943>, 08 de mayo de 2023

de la que solo pueden hablar los académicos, y que no es posible tratar en los blogs. Además, aludió a algunos de los mejores blogueros académicos y no académicos, como Paul Krugman o Brad DeLong, acusándolos de querer enseñar economía como si fuera un tema sencillo.

A estas acusaciones siguieron las respuestas de los blogueros mencionados por Athreya, que respondieron con artículos como *Blogging is tough. Don't let economists tell you otherwise* o *Economists playing the fool*. Paul Krugman respondió a Athreya en su blog del New York Times bajo el título *Our Blogs, Ourselves*⁴⁰, posicionándose a favor de los blogueros economistas que no forman parte del mundo académico, porque en su opinión contribuyen al debate económico de manera productiva.

Los blogs o bitácoras, como hemos visto en el capítulo anterior, son sistemas personales, automáticos y sencillos de publicación. Al extenderse su uso gracias a la globalización, los ordenadores personales y la conexión mediante fibra óptica en todo el mundo, se han convertido en el primer gran medio de comunicación distribuido de la historia.

En la era de internet millones de ordenadores domésticos conectados dan lugar a la era de las redes distribuidas de información. Esta nueva estructura de información genera una nueva estructura de poder.

El periódico clásico como distribuidor de noticias es un sistema informativo de la era industrial. Un sistema en el que para poder escribir y dar una opinión hay una barrera de entrada difícil de superar.

Esto lleva a una de las características de la nueva economía y forma de comunicar e informar: la autonomía personal gana poder y las barreras de entrada ya no son un problema.

De la misma forma en que los blogs han superado a los mass media y todos esos tipos de información descentralizada, los econblogs están haciendo lo mismo con la información económica, las políticas aplicadas y la enseñanza de la disciplina.

⁴⁰ P. Krugman, *Our Blogs, Ourselves*, https://archive.nytimes.com/krugman.blogs.nytimes.com/2011/10/18/our-blogs-ourselves/?_r=1, 08 de mayo de 2023

2.3 The Becker-Posner Blog

La mejor manera de comprender este cambio es observar uno de los mejores ejemplos de lo que han supuesto los econblogs; la historia del blog de Gary Becker y Richard Posner⁴¹.

Richard Posner, juez federal de Estados Unidos, experto en temas financieros, es uno de los autores más prolíficos y afamados.

Gary Becker es premio Nobel de Economía y uno de los mejores economistas del último siglo.

Crearon su blog en 2004 y la razón principal era que Posner pensaba que la mayoría de los expertos escribían para sí mismos y la escritura académica no estaba enfocada a los lectores.

En diciembre de 2004 escribieron su primer post en su recién nacido *The Becker-Posner Blog*⁴², titulado *Introduction*, donde incidían en la importancia del blogging y explicaban sus razones para hacerlo. La blogosfera era el nuevo mecanismo de “precios de mercado”⁴³, el lugar donde se asignaría de manera eficiente el recurso escaso de ideas.

Los artículos que escribían en su blog dejaban de formalismos académicos para ir al fondo del discurso. El blog era un espacio que les permitía hacer esto, algo impensable en otros medios. Podían experimentar y refinar sus reflexiones. Utilizaban argumentos teóricos, observaban los acontecimientos y proporcionaban puntos de vista sobre las políticas económicas de forma que evolucionaban de manera conjunta, e influenciaban a otros economistas y lectores sobre teorías poniéndolas a prueba, pero sin formalismos necesarios de un *paper* de investigación o una revista científica, y con el rigor suficiente para proponer juicios y análisis provocativos con legitimidad⁴⁴.

⁴¹ E. Fama, K. French, *The Becker-Posner Blog*, <https://famafrrench.dimensions.com/interesting-links/the-becker-posner-blog.aspx>, 09 de mayo de 2023

⁴² The Becker-Posner Blog <https://www.becker-posner-blog.com/>, 09 de mayo de 2023

⁴³ “Dadas las características de un mercado competitivo, se alcanza un determinado punto en el que los productores maximizan su beneficio y los consumidores su utilidad. Suele decirse que lo que ocurre es que vacía el mercado, ya que se ha alcanzado un punto de equilibrio. El precio resultante será el conocido como precio de mercado.” Javier Sánchez Galán, *Precio de mercado*, <https://economipedia.com/definiciones/precio-de-mercado.html>, 09 de mayo de 2023

⁴⁴ J. Segura, *Econblog*, Madrid, Estratega Financiero, 2017

Una libertad imposible en un medio tradicional y en los medios académicos como *papers* o artículos en revistas especializadas.

El blog es un medio muy flexible que les ha permitido expresar las diferentes sensibilidades sobre distintos temas desde puntos de vista provocativos y radicales, y, sobre todo, tratar multitud de temas contemporáneos importantes para los ciudadanos y explicar qué políticas públicas se pudieran utilizar.

Los econblogs son la herramienta más eficaz para difundir la investigación y las teorías económicas, sean estas académicas o no. Leer en un blog sobre nuevas teorías económicas hace que el lector esté abierto a los nuevos cambios que estas incorporan.

2.4 Nada es Gratis: hijo intelectual de The Becker-Posner Blog

*Nada es gratis*⁴⁵ es el mejor blog de economía no solo de España, sino de toda la blogosfera hispana. Si el español tuviera el mismo peso en la red que el inglés, con toda seguridad *Nada es Gratis* sería uno de los diez blogs más importantes e influyentes del planeta⁴⁶.

En este weblog escriben gran parte de los mejores economistas de España, es el blog por excelencia de habla hispana y mantiene los principios básicos del *blogging*, con una apertura que molesta a muchas autoridades.

Ya en septiembre de 2013, Luis Garicano, escribió su último post como editor jefe⁴⁷, resultado de las presiones del partido que en ese momento gobernaba en España objeto de las críticas de Garicano a su política económica.

En su último post, el autor afirma que el problema que tienen los medios tradicionales no son sus periodistas, sino el modelo de negocio agotado, con la dependencia de la publicidad. Es una muestra más de la transición a la nueva economía.

⁴⁵ Nada es gratis: <https://nadaesgratis.es/>, 09 de mayo de 2023

⁴⁶ Fue creado en 2009 por iniciativa de Pablo Vázquez y Javier Díaz Giménez. Sus editores fundadores fueron Luis Garicano, Tano Santos (ambos ayudantes de Gary Becker en la Universidad de Chicago en los años 90), Javier Díaz-Giménez, Jesús Fernández Villaverde, Juan Carlos Conesa y Juan Rubio. La primera entrada es del 16 de junio de 2009.

⁴⁷ Luis Garicano, *Mi última entrada (como editor): una reflexión personal*, <https://nadaesgratis.es/garicano/mi-ultima-entrada-como-editor-una-reflexion-personal>, 09 de mayo de 2023

De alguna forma, *Nada es Gratis* es el hijo intelectual de *The Becker-Posner Blog*, que como ya se ha puesto de relieve, es el primer importante medio sobre la economía distribuido online, debido a la difusión que ha supuesto para el conocimiento económico, la defensa del análisis independiente, el impacto que ha tenido en las decisiones económicas del estado y en la discusión pública.

3. LA IMPORTANCIA DE LOS ECONBLOGS EN LA EVOLUCIÓN DE LA DISCIPLINA ECONÓMICA

En épocas de crisis, como las que se han sucedido en los últimos años, surgen nuevas formas de pensamiento que intentan dar respuestas a los nuevos acontecimientos y las nuevas industrias que surgen. Estas nuevas explicaciones y visiones, impulsadas por la necesidad, serán las teorías explicativas de las generaciones siguientes.

El *blogging* es, sin duda, uno de los nuevos procesos de creación de las teorías de la ciencia económica, que está llevando al desarrollo de nuevas explicaciones.

Muchos economistas independientes, en contraste con los académicos, están a favor del blog como medio de comunicación de opiniones e ideas, porque de esta manera las teorías económicas se adaptan, además de propagarse y ser discutidas por millones de personas.

Además, medios como Twitter han amplificado esta apertura. Si bien los blogs necesitan de un trabajo y disciplina para dar cierta calidad y continuidad al lector medio, Twitter y otros medios sociales más informales son muy utilizados por los economistas, tanto del mundo anglosajón (Tim Harford, Justin Wolfers, Andrew Ross Sorkin y muchos más) como español (Luis Garicano, Enrique Dans, Marc Vidal, José Carlos Díez y otros)⁴⁸, que publican decenas de comentarios y retuitean artículos de sus fuentes.

En muchos casos, economistas reconocidos comentan publicaciones y posts que consideran valiosos contribuyendo a la discusión y a la divulgación económica. Otro

⁴⁸ J. Segura, *Importancia de los blogs de economía en la evolución de la disciplina*, <https://estratega-financiero.com/importancia-de-los-blogs-de-economia-en-la-evolucion-de-la-disciplina/>, 10 de mayo de 2023

aspecto más novedoso de esta comunicación informal es el *feedback*⁴⁹, argumentos de desconocidos en forma de comentarios que retroalimentan el debate.

En algunos de esos blogs, los comentarios son tan interesantes como el propio artículo. En España hay varios ejemplos, el primero de los cuales, es el ya mencionado *Nada es Gratis*⁵⁰, donde se desarrollan discusiones de un nivel altísimo por parte de una comunidad muy activa. Otros weblogs que se pueden mencionar en relación con el alto número de suscriptores y seguidores son los siguientes: *El blog Salmón*⁵¹, *Economipedia*⁵², *Corresponsables*⁵³, *Economistas frente a la crisis*⁵⁴ o *Politikon*⁵⁵. El mundo anglosajón cuenta con varias decenas de blogs con cientos de miles de suscriptores y millones de visitas.

Lo que los blogueros intentan hacer a través de los weblogs es enseñar a los lectores y al mismo tiempo, aprender de estos últimos, con planteamientos, preguntas y casos reales y útiles.

4. EL IMPACTO DE LOS BLOGS ECONÓMICOS EN LA INVESTIGACIÓN

Desde que aparecieron blogs como *Freakonomics*⁵⁶, *Marginal Revolution*⁵⁷, *Naked Capitalism*⁵⁸ y *Nada es Gratis*, todos ellos con más de cientos de miles de visitas mensuales, decenas de miles de suscriptores, y columnistas-blogueros en periódicos digitales de primer nivel; los estudiantes y los no estudiantes del entorno económico utilizan los blogs como lugares de lectura y aprendizaje sobre economía.

⁴⁹ “Feedback es una palabra del inglés que significa retroalimentación; podemos utilizarla como sinónimo de respuesta o reacción, o, desde un punto de vista más técnico, para referirnos a un método de control de sistemas. En este sentido, el feedback puede ser la reacción, respuesta u opinión que nos da un interlocutor como retorno sobre un asunto determinado” Isabel Delgado, *Qué es un feedback*, <https://www.significados.com/feedback/>, 10 de mayo de 2023

⁵⁰ Nada es gratis, <https://nadaesgratis.es/>, 10 de mayo de 2023

⁵¹ El blog salmón, <https://www.elblogsalmon.com/>, 10 de mayo de 2023

⁵² Economipedia, <https://economipedia.com/>, 10 de mayo de 2023

⁵³ Corresponsables, <https://www.corresponsables.com/>, 10 de mayo de 2023

⁵⁴ Economistas frente a la crisis, <https://economistasfrentealacrisis.com/>, 10 de mayo de 2023

⁵⁵ Politikon, <https://politikon.es/>, 10 de mayo de 2023

⁵⁶ Freakonomics, <https://freakonomics.com/>, 10 de mayo de 2023

⁵⁷ Marginal revolution, <https://marginalrevolution.com/>, 10 de mayo de 2023

⁵⁸ Naked Capitalism, <https://www.nakedcapitalism.com/>, 10 de mayo de 2023

4.1 Ventajas del blogging en comparación con los otros medios

Los artículos tradicionales revisados varias veces antes de ser publicados tienen un valor que nadie pone en duda, sin embargo, tienen muchas limitaciones a la hora de compartir las ideas que defienden. Se tarda mucho en publicarlos, normalmente necesitan de varios meses para ser escritos y, sucesivamente, otros meses para pasar el proceso de revisión hasta que finalmente sean publicados.

Representan un medio inapropiado para el debate, ya que no suelen ser públicos y la participación está limitada a los autores y revisores.

Los weblogs suplen a estas carencias y se han configurado como un importante medio de propagación de las ideas, las económicas también. Las razones son las siguientes⁵⁹:

- se incrementa el número de lectores de las investigaciones económicas;
- mueven la información muy rápido, porque un post solo toma unas horas para su redacción, la publicación es instantánea, es revisado públicamente y puede ser compartido;
- son un lugar de discusión y debate muy intenso, heterogéneo y que se propaga con mucha rapidez por múltiples canales;
- son un sitio de libre acceso para los lectores y para los autores, son bastante fáciles de usar y con una interfaz que suele resultar atractiva;
- son foros independientes de intercambio de ideas;
- pueden tratar temas que no son apropiados para los papers tradicionales.

Gracias a los blogs se asiste a la difusión de opiniones, la creación de debates abiertos y discusiones. Los weblogs están permitiendo el desarrollo de la disciplina que ha sido un ámbito estrechamente vinculado a las instituciones durante varias décadas.

⁵⁹ *¿Qué es un blog? Beneficios y pasos para crearlo*, <https://www.wearecontent.com/blog/blogging/que-es-un-blog> , 11 de mayo de 2023

R. Sospedra, *Las ventajas definitivas de crear un blog*, <https://www.rafasospedra.com/las-ventajas-definitivas-de-crear-un-blog/> , 11 de mayo de 2023

El blogging puede ser considerado como el punto central que explica cómo los economistas de vanguardia intercambian sus ideas. Muchos de ellos tienen blogs y los que no lo tienen participan activamente en ellos leyendo, comentando y compartiendo los artículos. Esta es la fuerza del blogging, no es la influencia determinante de un bloguero sino la comunidad que participa activamente. La cultura del blogging reside en compartir, poner a prueba, discutir, exponer y disipar las dudas.

Capítulo tercero

La descripción de la lengua de los weblogs

En este capítulo será analizada la lengua utilizada en los weblogs y este análisis llevado a cabo gracias a la herramienta de gestión de los corpus *Sketch Engine*⁶⁰.

Inicialmente se describirá el corpus utilizado en el análisis, especificando qué es un corpus lingüístico, por qué se utiliza, cómo debe estructurarse y de dónde se han extraído los textos que lo componen.

En la última parte del análisis se presentará (I) la lista de los términos más utilizados, (II) la descripción de las concordancias y (III) el tipo de discurso que transmiten, si es negativo o positivo, con ayuda de gráficos, útiles para una mayor comprensión, procedentes de la herramienta de gestión de los corpus mencionada anteriormente.

1. DESCRIPCIÓN DEL CORPUS LINGÜÍSTICO

1.1 ¿Qué es un corpus?

Un corpus lingüístico es una recopilación, en formato electrónico, de material idiomático, un conjunto de documentos tales como ensayos, transcripciones o artículos con el fin de reunir en una misma base de datos el uso de un determinado término en una lengua dada en un determinado momento⁶¹. En otras palabras, es una herramienta utilizada por los lingüistas, que permite ver las palabras en su contexto de uso.

Gracias al progreso tecnológico, la recogida y la construcción de corpus se han convertido en prácticas comunes en la lingüística. Como nunca antes se ha tenido acceso a enormes cantidades de datos y la posibilidad de recogerlos, tratarlos y almacenarlos está al alcance de todos.

Al igual que los académicos de otras disciplinas, muchos lingüistas basan sus teorías en la observación empírica de datos reales. Con los corpus, esta exploración es más rápida y fácil. Por ejemplo, en una investigación sobre el léxico puede interesarnos

⁶⁰ Sketch Engine: <https://www.sketchengine.eu/>

⁶¹ Fernando A. López, *¿Qué es un corpus lingüístico y cuál es su uso?*, <https://www.weluntranslations.com/post/2018/02/12/-qu%C3%A9-es-un-corpus-ling%C3%BC%C3%ADstico-y-cu%C3%A1l-es-su-uso>, 16 de mayo de 2023

saber cómo, cuándo, dónde y cuánto se usan las palabras⁶². Los corpus nos ayudan a hacerlo, dándonos información cuantitativa sobre el fenómeno estudiado, difícilmente alcanzables si nos basáramos solo en los diccionarios o si adoptáramos un enfoque puramente introspectivo, basado en nuestra intuición de hablantes.

Para representar mejor la lengua o una variedad de esta, el material del corpus debe seleccionarse siguiendo un estricto procedimiento de muestreo. Esto permitirá generalizar las propiedades del corpus a toda la población lingüística de referencia.

1.2 Clasificación de los corpus⁶³

1.2.1 Generalidad

El grado de generalidad de un corpus depende de la medida en que sus textos han sido seleccionados respecto a variedades diferentes de una lengua. Los cuerpos especializados se orientan a la descripción de una variedad lingüística particular o a un dominio restringido de aplicación (por ejemplo, periodismo, infantil, jurídico, médico, etc.); por este motivo tienen el grado mínimo de generalidad. Por el contrario, los textos de los corpus generales pertenecen a diferentes variedades lingüísticas y se seleccionan para componer el cuadro descriptivo de la lengua en su conjunto.

1.2.2 Modalidades

La gran diversidad que caracteriza a todos los niveles la lengua escrita y hablada hace que la modalidad (escrita y oral) de producción de los textos sea un parámetro extremadamente relevante para definir la fisonomía del corpus y también decidir sus usos más oportunos. Con respecto a esta dimensión podemos dividir los corpus en:

- corpus de lengua escrita;
- corpus de lengua hablada;
- corpus mixtos.

⁶² María José Ospina Reyes, *Corpus Lingüísticos*, <https://humanidades-digitales.pubpub.org/pub/corpus-linguisticos/release/8>, 16 de mayo de 2023

⁶³ Elena F. Pitkowski, Javier Vásquez Gamarra, *El uso de los corpus lingüísticos como herramienta pedagógica para la enseñanza y aprendizaje de ELE*, Section d'études hispaniques Université de Montréal, Mayo 2009

Mario Barcala, *Tipos de corpus*, <https://www.palabrasbinarias.com/articles/2022-05-26-tipos-de-corpus/>, 16 de mayo de 2023

Chantal Pérez, *Tipología de corpora*, <http://elies.rediris.es/elies18/232.html>, 16 de mayo de 2023

Los corpus de lengua escrita solo contienen textos producidos originalmente en forma escrita, como libros o artículos de periódicos, etc. Los corpus de lengua hablada contienen solo textos producidos originalmente en modo oral y posteriormente transcritos, como conversaciones espontáneas, emisiones de radio, etc. Los corpus mixtos contienen en proporciones variables tanto textos producidos en modo escrito como transcripciones de lengua hablada.

1.2.3 Período temporal

Los corpus también difieren en cómo se seleccionan los textos en relación con el eje de tiempo. De acuerdo con la cronología, es posible distinguir entre corpus sincrónicos y corpus diacrónicos. Los corpus sincrónicos incluyen textos que pertenecen a un período temporal concreto, seleccionado para estudiar una fase particular del idioma. En cambio, los corpus diacrónicos incluyen textos que pertenecen a un período temporal extenso, con el fin de describir el cambio lingüístico.

1.2.4 Lengua

Según el idioma, existen corpus monolingües y corpus bilingües (o multilingües), que pueden distinguirse aún más en corpus paralelos y corpus comparables. Los corpus monolingües contienen textos de una sola lengua. Los corpus bilingües (o multilingües) contienen textos de dos (o más) lenguas. Los corpus paralelos incluyen textos tanto en su lengua original como traducidos a otra lengua. En cambio, los corpus comparables no contienen textos traducidos, sino textos originales de la misma tipología textual en diferentes idiomas.

1.2.5 Representatividad

Es representativo un corpus que realiza un seguimiento de todo el ámbito de variabilidad de los rasgos y propiedades de una lengua. Esto significa que un corpus debe proporcionar un modelo de las propiedades lingüísticas de la lengua que se analiza, es decir, debe ser capaz de devolver una imagen de las variedades y tendencias lingüísticas con la mayor precisión posible, permitiendo, de esta manera, generalizar las propiedades lingüísticas del corpus en todo el ámbito considerado.

1.2.6 Especialización

Teniendo en cuenta la especialización de la temática, los corpus pueden clasificarse en generales, que incluyen textos de temáticas o dominios generales, y especializados,

que recogen textos de una temática o dominio específico. Dentro de los especializados, también se suelen distinguir los corpus técnicos, que están formados por textos producidos por especialistas de un área específica de conocimiento.

1.2.7 Posibilidad de ampliación

Por último, el tamaño del corpus es determinado por el número de palabras que contiene el mismo corpus en el caso de los corpus de lengua escrita. En cambio, en los corpus de lengua hablada, se tiene en cuenta las horas de grabación. Podemos distinguir corpus cerrados y abiertos. El primero es la versión del corpus tradicional, en el cual la cantidad de los textos y de las palabras viene ya prefijado en la fase inicial del proyecto. Los corpus cerrados son como una especie de fotografía de una lengua a través de los textos seleccionados, pero no son adaptados a seguir los cambios y la evolución que se da en una lengua como con su naturaleza intrínsecamente dinámica. Los corpus cuya función es principalmente observar la lengua (monitor corpus) es un conjunto abierto de textos que cambia en el tiempo, ya que va introduciendo textos nuevos seleccionados conforme a los mismos criterios usados para elegir textos anteriores. Este tipo de corpus permite por ejemplo observar el carácter cambiante del léxico de la lengua en cuestión y por lo tanto puede ser usado en contextos lexicográficos como fuente de datos para los diccionarios actualizados.

1.3 Criterios para el diseño y la compilación de los corpus⁶⁴

Como se mencionó anteriormente, un corpus es una muestra, es decir una representación de una población más amplia sobre la que se harán generalizaciones. Es por esta razón que la preparación de un corpus y la precisión de su estructura interna son aspectos muy importantes que determinan la calidad de los resultados de una investigación. Es por eso que los lingüistas deben diseñar la estructura de sus corpus definiendo claramente la variedad de la lengua, géneros y registros que se estudiarán, y determinando los procedimientos que se usarán para la selección de los textos⁶⁵.

⁶⁴ Verónica Muñoz, *Construcción de un corpus de artículos de semi divulgación: aspectos teóricos y metodológicos*, Universidad Nacional de Río Cuarto, 2013

P. Duran Escribano, M. J. Gómez Ortiz, *Criterios de selección de un corpus lingüístico específico para el estudio de la metáfora en la ciencia*, Universidad Politécnica de Madrid

J. Torruella, J. Llisterri, *Diseño de corpus textuales y orales*, Universitat Autònoma de Barcelona

⁶⁵ C. Vargas Sierra, *Diseño de un corpus especializado con fines terminográficos*, Universidad de Alicante

En esta etapa de planificación es necesario crear un sistema de muestreo que permita refinar la selección de textos. Para esto, se deben describir sistemáticamente los géneros y registros que serán objeto de análisis, basándose en variables no lingüísticas, las cuales incluyen aspectos relacionados con la producción y recepción de textos en contextos específicos.

Además de definir el propósito comunicativo de los textos, es necesario determinar otras variables que caracterizan el contexto de comunicación en niveles más específicos. Para ello los académicos deben delimitar el registro formado por el tenor, el modo y el campo.

Una vez que se definen los géneros y registros, es importante determinar la estructura interna de un corpus basándose en ciertos criterios para que los resultados sean confiables y generalizables. Dos conceptos, representatividad y balance, son fundamentales para la construcción de un corpus. Como se mencionó anteriormente, un corpus intenta ser representativo de una totalidad, por lo tanto, debe reunir características similares a la lengua que este representará. Por otro lado, un corpus se considera balanceado cuando está estructurado en diferentes secciones que contienen iguales proporciones de ciertas variables, como por ejemplo número de palabras.

Otros aspectos que ayudan a lograr la representatividad de un corpus son el número de textos, la extensión de los textos, y el uso de textos completos. En relación con el número y extensión de los textos, se puede observar que la representación lingüística se puede lograr de una manera más adecuada incluyendo en un corpus muchos textos cortos y no pocos textos extensos. En relación con la extensión de los textos, los estudios señalan que no se justifica desde un punto de vista lingüístico seleccionar textos de igual extensión⁶⁶.

Otro parámetro que contribuye a la representación de un corpus es el período o tiempo en el cual los textos fueron producidos. Con respecto a esta última variable, los académicos sostienen que es importante recolectar textos que han sido producidos dentro de un determinado tiempo, esto es particularmente relevante en el caso de los corpus sincrónicos, los cuales representan la lengua de un período en particular.

⁶⁶ J. Sinclair, *Corpus, concordance, collocation*, 1991, Oxford: Oxford University Press.

Una vez que todos los parámetros de compilación han sido establecidos, la siguiente etapa involucra la selección y recolección de los textos.

1.4 Exposición del corpus utilizado en el análisis

A continuación, se ilustrará la construcción del corpus utilizado en el análisis de la lengua referida a la economía y a la sostenibilidad utilizada en los weblogs.

El corpus sobre el que se trabajó está constituido por 152 publicaciones (*post*) extraídos de diversos weblogs *online*, las cuales fueron publicadas entre los primeros meses de 2022 y los primeros días de mayo de 2023. En particular, a continuación, se enumerarán algunas de las páginas de blogs de las que se han extraído las publicaciones mencionadas anteriormente:

- Blog funcas⁶⁷;
- Compromiso RSE⁶⁸;
- Diario responsable⁶⁹;
- Economía sustentable⁷⁰;
- Economipedia⁷¹;
- El bien social⁷²;
- El blog salmón⁷³;
- El País (blog)⁷⁴;
- Nada es gratis⁷⁵;
- Sostenible o sustentable⁷⁶.

Además de las páginas de blog que se han especificado, ya que la mayoría de las publicaciones provienen de ellas, los posts fueron recolectados por otras ocho bitácoras.

⁶⁷ Blog funcas, <https://blog.funcas.es/>, 17 de mayo de 2023

⁶⁸ Compromiso RSE: <https://www.compromisorse.com/>, 17 de mayo de 2023

⁶⁹ Diario responsable: <https://diarioresponsable.com/>, 17 de mayo de 2023

⁷⁰ Economía sustentable: <https://economiasustentable.com/>, 17 de mayo de 2023

⁷¹ Economipedia: <https://economipedia.com/actual>, 17 de mayo de 2023

⁷² El bien social: <https://elbiensocial.org/>, 17 de mayo de 2023

⁷³ El blog salmón: <https://www.elblogsalmon.com/>, 17 de mayo de 2023

⁷⁴ El País (blog): https://elpais.com/economia/finanzas_a_las_9/, 17 de mayo de 2023

⁷⁵ Nada es gratis: <https://nadaesgratis.es/>, 17 de mayo de 2023

⁷⁶ Sostenible o sustentable: <https://sostenibleosustentable.com/es/>, 17 de mayo de 2023

Las publicaciones examinadas se refieren a los dos temas principales y mencionados anteriormente de la economía y de la sostenibilidad y, en la mayoría de los casos, estos *posts* son explicaciones de los temas citados previamente.

Se ha elegido esta topología de textos porque, como se ha señalado anteriormente en este elaborado, el objetivo es analizar el lenguaje y la terminología referida al ámbito económico y de la sostenibilidad dentro de la herramienta del weblog, utilizado, tanto por académicos como por personas del sector, en la explicación de determinados temas, dirigidas a personas no especializadas.

Se ha seleccionado una muestra de ítems pertenecientes a varios temas (economía, finanzas, sostenibilidad medioambiental de las empresas, cambio climático, ...) y estructuras (explicaciones, textos argumentativos, texto de denuncias de comportamientos erróneos), porque se considera que pueden ejemplificar los usos de la lengua en un espectro amplio.

Para lograr una selección sistemática de los textos, se procedió a consultar la sección “blog” de sitios web o periódicos. Se seleccionaron páginas de weblogs que respondían a las características que definen el blog de explicación del ámbito de la economía-sostenible, considerando específicamente los siguientes criterios: fuente de publicación, argumento de las publicaciones, objetivo de comunicación, emisores y audiencia. Estos criterios se determinaron de antemano, identificando las diferencias que ocurren entre los weblogs, los foros y los artículos de periódicos, diferencias expuestas en los dos primeros capítulos de este elaborado.

En cuanto a la fuente de publicación, los *posts* se publican en weblogs de divulgación económica o ambiental en los cuales el nivel de especialización es casi nulo. Dichas publicaciones pueden circular tanto entre académicos o estudiantes de las disciplinas como, y en particular, entre las personas no especializadas que necesiten una explicación sencilla o que tengan curiosidad por el funcionamiento de determinados mecanismos. Estos *posts* tienen como objetivo informar sobre noticias económicas, de los cambios climáticos y de cómo las empresas y cada individuo pueden ser más sostenibles. Los emisores de las publicaciones del ámbito económico son académicos, especialistas y docentes universitarios dedicados a la divulgación, sin la revisión de editores. Estos *posts* están dirigidos a lectores que tienen un grado muy bajo, bajo o intermedio de competencia. Es decir que estos *posts* están destinados a una audiencia

más amplia que las comunidades académica o científica, que leen artículos altamente especializados en revistas y manuales académicos. Los lectores tenidos en cuenta pueden ser estudiantes universitarios con formación en una determinada disciplina, pero que quieren profundizar ciertos temas mediante una explicación más simplificada, personas con un mínimo conocimiento en las disciplinas y quieren ampliarlo y todos los que ni siquiera conocen sus fundamentos, pero que, por necesidad, necesiten al menos entenderlos.

Los weblogs seleccionados tienen diferentes frecuencias de publicación: diaria, dos o tres veces por semana, una vez por semanas o una vez cada dos semanas. Por lo tanto, el número de artículos seleccionados de cada weblog varió en relación con su frecuencia de publicación. Todos los textos se extrajeron de las publicaciones correspondientes a los períodos entre los primeros meses de 2022 y los primeros días de mayo de 2023 para asegurar que los resultados reflejaran el uso del vocabulario en un determinado período. En cuanto al tamaño del corpus y al uso de textos completos, se recolectaron 152 artículos de diferentes extensiones, sumando un total de 150.236 palabras. Cada texto se guardó como archivo Word. Las versiones Word de los textos fueron preparadas para ser procesadas por el software eliminando tablas, fotos, figuras, ilustraciones y gráficos, y también nombres, afiliaciones e información personal de los autores, referencias, agradecimientos, títulos de las tablas, leyendas, y encabezamientos.

A continuación, se muestra la tabla en la que se puede encontrar el nombre de todos los weblogs de los que se han extraído las publicaciones y el número de *posts* que forman parte del corpus para cada uno de los blogs.

Tabla 1 – Weblogs y número de textos utilizados para el corpus

Weblog	Número de publicaciones utilizadas para el corpus
Compromiso RSE	27
Sostenible o sustentable	5
Diario responsable	8
Nada es gratis	11
Blog ruralvía	5
El blog salmón	3
Economía sustentable	6
Blog Funcas	7
Economía – Finanzas	2
El País (finanza a las 9)	2
Economipedia	7
Finanzas claras y fáciles	4
Sintetia	6
Tierra	12
Ecoportal	9
Climática	14
El bien social	14
Corresponsables	10

2. ANÁLISIS DEL CORPUS LINGÜÍSTICO

En este párrafo se procederá al análisis del corpus lingüístico descrito en las líneas anteriores, utilizando la herramienta de gestión de los corpus *Sketch Engine*, además de las explicaciones, se proporcionarán imágenes de la misma herramienta.

2.1 Lista de palabras

En esta sección se tratará el tema de la lista de las palabras más utilizadas dentro del corpus. Las palabras en cuestión son una lista de las primares quince, las siguientes, ordenadas de la más utilizada a la menos utilizada:

- empresa;
- cambio;
- economía;
- sostenibilidad;
- desarrollo;
- país (309);
- energía (286);
- emisión (257);
- impacto (254);
- objetivo (239);
- persona (236);
- acción (216);
- sector (210);
- organización (203);
- política (193).

A continuación, se proporciona el extracto de la herramienta de gestión de los corpus con la lista de las primeras cinco palabras y el número de utilización por cada una de estas en el corpus. Por las otras enumeradas anteriormente el número de utilización se puede encontrar al lado de la palabra.

Figura 1. Lista de las palabras más utilizadas y número de utilización de las mismas

empresa	686
cambio	426
economía	357
sostenibilidad	336
desarrollo	316

Como se puede observar la palabra usada con más frecuencia es “empresa”. Se utiliza en diferentes contextos que analizaremos más adelante en el elaborado, pero lo que se puede deducir en este punto es que esta palabra forma parte tanto de las publicaciones relacionadas con la economía y las finanzas, como de las relativas al cambio climático y a la sostenibilidad. De esto podemos deducir que el mundo empresarial, con todas sus características, debe considerarse parte integrante e imprescindible, en primer lugar, como ya se sabe, de la economía, pero también de la sostenibilidad, ya que no se puede pensar en una sociedad sostenible para el planeta si en primer lugar no son sostenibles las organizaciones que producen riqueza para la sociedad.

Las otras palabras se podrían decir que eran previsibles, considerando los temas tratados. La palabra “cambio”, que es la segunda en orden de frecuencia, se refiere al argumento del cambio climático, tema que en este último período está muy en el corazón de la opinión pública. Las últimas tres palabras “economía”, “sostenibilidad” y “desarrollo” están todas entrelazadas entre sí, considerando que el tema principal es la economía sostenible y su desarrollo.

2.2 Descripción de las concordancias de las palabras empresa, economía y sostenibilidad

La primera palabra que se analizará en el marco de la concordancia será “empresa”. A continuación, se muestra un gráfico obtenido de *Sketch Engine*, donde se ilustran las relaciones más frecuentes de la palabra examinada con las otras palabras dentro del corpus. El gráfico se divide en cuatro partes: la parte en azul se refiere a los verbos que tienen la palabra “empresa” como sujeto, la parte en verde se refiere a los verbos que

tienen la palabra “empresa” como objeto, la parte en rosa contiene los modificadores de “empresa” y la parte en amarillo es formada por todas las palabras que preceden a la palabra que se está examinando en la frase “...de empresa”.

Figura 2. Gráfico de la relaciones de la palabra “empresa” dentro del corpus



A continuación, se adjunta una parte del esquema de concordancia obtenido por la herramienta *Sketch Engine*.

Figura 3. Esquema de concordancia de la palabra “empresa”

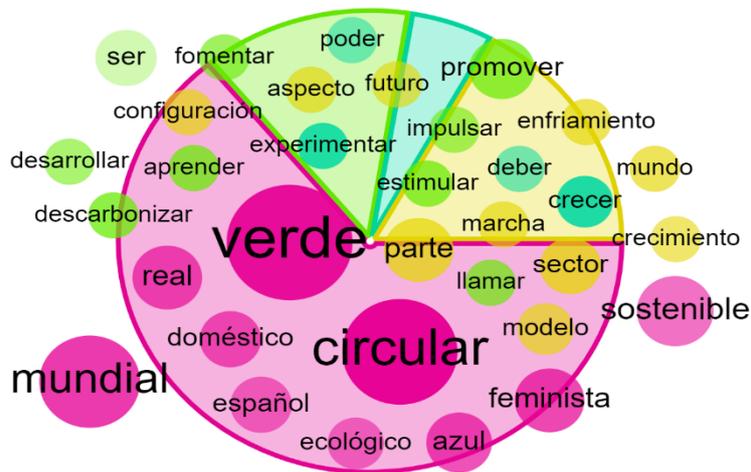
① doc#0 oyar a grupos de interés social y medioambiental. </s></s> Todas estas **empresas** tienen programas e iniciativas en marcha para ayudar a mejorar la sc
 ① doc#0 tra las compañías privadas y subraya la urgente necesidad de que las **empresas** de capital riesgo tengan en cuenta criterios ESG en sus prácticas. </s>
 ① doc#0 dio ambiente no solo se ha convertido en un deber ético para miles de **empresas** , sino que también puede tener un impacto positivo en su imagen de

Como podemos ver en la figura 2 y en la figura 3 la palabra “empresa” en el corpus que se está analizando se encuentra, en la mayoría de los casos, en medio de las frases. Los verbos que se unen a esta palabra son “poder”, “deber”, “ser”, “desarrollar” y “tener” y es precisamente analizando estos verbos y leyendo las frases del esquema de concordancia que podemos entender que el discurso que las publicaciones consideradas pretenden transmitir es tratar de hacer entender a todos los que las lean que es necesario que en primer lugar las empresas participen al desarrollo de una economía más sostenible para el planeta y las generaciones futuras. Para hacer comprender este hecho,

en algunos casos, la tipología de discurso que viene utilizado en las publicaciones puede ser negativo, en el sentido de que los ejemplos y las afirmaciones proporcionadas pueden considerarse catastróficas, pero este es un mecanismo útil para lograr que el problema se imprima en las mentes de las personas no especializadas que leen estas publicaciones.

La segunda palabra que se analizará es “economía”. Para empezar, como en el análisis anterior, se proporciona un gráfico obtenido por *Sketch Engine* en el que se pueden ver las palabras que se relacionan más frecuentemente con “economía”.

Figura 4. Gráfico de la relaciones de la palabra “economía” dentro del corpus



De este gráfico podemos extrapolar las palabras más utilizadas unidas a “economía” observando el tamaño de los círculos. Las palabras en cuestión son “verde”, “circular”, “mundial” y “sostenible”, mientras que entre los verbos se pueden encontrar “promover”, “impulsar”, “estimular” y “descarbonizar”.

A continuación se adjunta una parte del esquema de concordancia obtenido por la herramienta *Sketch Engine*.

Figura 5. Esquema de concordancia de la palabra “economía”

① doc#0 es como empresa, sino también a sus empleados y al bienestar de la **economía** en general. </s><s>Beneficios de la Responsabilidad Social Empresa

① doc#0 n del índice es promocionar y visibilizar quién hace más esfuerzos en **economía** ambiental sostenible en todo el Mundo. </s><s>“Un índice que mida

① doc#0 ncia y buenas prácticas, reconocido mundialmente. </s><s>Qué es la **Economía** Verde: Definición En su forma más básica, una economía verde sería

Analizando conjuntamente estos extractos es posible observar que el concepto de economía verde es central dentro del corpus utilizado, como lo es el concepto de economía circular. Como se puede notar desde el esquema de concordancia lo que los autores de las publicaciones intentan hacer es explicar lo que es el fundamento de la economía verde y de la economía circular, que puede realizarse a través de una simple definición o explicando cómo se puede llegar, como sociedad entera, a realizar una economía verde y una economía circular.

Es importante también analizar los verbos expuestos previamente, es decir “promover”, “impulsar”, “estimular” y “descarbonizar”. Todos estos verbos se refieren al desarrollo de una economía más sostenible, verde, como se dice hoy en día, y en particular modo intentan llamar a la acción a las personas que leen estas publicaciones para que puedan ayudar en el desarrollo de una sociedad más sostenible, pidiendo a sus gobernantes leyes que puedan impulsar, promover, estimular y descarbonizar.

La tercera y última palabra que se analiza es “sostenibilidad”. Como en los otros dos análisis se proporciona un gráfico obtenido por *Sketch Engine* en el que se pueden ver las palabras que se relacionan más frecuentemente con “sostenibilidad”. Este último gráfico es dividido en tres partes: la parte azul muestra todas las palabras relacionadas con la sostenibilidad a través de una conjunción (y/o), la parte en rosa muestra los modificadores de la palabra “sostenibilidad” y la parte en verde muestra los verbos que tienen la palabra “sostenibilidad” como objeto.

Figura 6. Gráfico de las relaciones de la palabra “economía” dentro del corpus



Las palabras más evidenciadas de este gráfico, y por eso las más utilizadas en el corpus con la palabra “sostenibilidad”, son “empresarial”, “responsabilidad”, “medioambiental”, “ambiente” y “desarrollo”, mientras que, entre los verbos que se unen principalmente con “sostenibilidad” se pueden encontrar “incorporar”, “promover”, “garantizar” e “implementar”.

A continuación se adjunta una parte del esquema de concordancia obtenido por la herramienta *Sketch Engine*.

Figura 7. Esquema de concordancia de la palabra “sostenibilidad”

① doc#0 ácticas para reducir el carbono y mejorar la DEI, la integración de la **sostenibilidad** en los procesos de gestión y las compras sostenibles -- , los propio
① doc#0 climático es importante entender que nos afecta a todos.</s><s>La **sostenibilidad** te atrapa, es una forma de vida y una nueva filosofía de inversión q
① doc#0 acción y concienciación de los empleados sobre la importancia de la **sostenibilidad** y de la adopción de hábitos sostenibles en el lugar de trabajo y en

Del análisis conjunto de los dos esquemas se puede detectar que la palabra en examen es utilizada en las publicaciones unida a la palabra “empresarial”, sobretodo en el ámbito de la responsabilidad empresarial para la sostenibilidad, por eso, como se ha dicho anteriormente, los dos temas de las empresas y de la sostenibilidad están entrelazados dentro de las publicaciones de los weblogs. Otras palabras muy importantes, que están unidas a “sostenibilidad” son aquellas enumeradas anteriormente, es decir “responsabilidad”, “medioambiental”, “ambiente” y “desarrollo”. El entrelazamiento entre “sostenibilidad” y estas palabras es conocido, por qué el desarrollo sostenible se refiere, entre las otras cosas, al respeto del ambiente/medioambiental. Se puede comprender que los autores intentan, gracias a sus publicaciones, infundir en los lectores un senso de responsabilidad con respecto al medio ambiente.

Por lo que atañe el análisis de los verbos entrelazados con la palabra en examen los que encontramos en el esquema son, como dicho anteriormente, “incorporar”, “promover”, “garantizar” e “implementar”. El mensaje que se quiere comunicar con estos verbos es claro y es que, como por lo que concierne a la economía, es importante hoy en día poder promover e implementar el proceso de una economía más sostenible, proceso que tiene que ser garantizado por los gobernantes de los países. Este mensaje, en las publicaciones utilizadas en el corpus, se transmite a los lectores, a veces de

manera positiva, fornendo ejemplos inspiradores de respecto del ambiente, y a veces de manera negativa, hablando de las catástrofes naturales que podrían ocurrir en el futuro si la sociedad actual no intenta limitar su impacto en el planeta, tratando, en este sentido, de cambiar la conciencia general.

Conclusiones

Para concluir este trabajo, se resumirán los ejes temáticos más significativos, se destacará la relevancia de la investigación, se retomarán la hipótesis y los objetivos en función de los resultados obtenidos y se detallarán los corolarios más importantes. En primer lugar, se especificará la estructura del elaborado.

En esta tesis se observó que los weblogs ocupan un lugar preponderante dentro de los nuevos medios de comunicación del ámbito económico y de la sostenibilidad. Se observó, también, como se divulgan los mensajes y los temas importantes y cuál es la relación entre las palabras llaves de este elaborado, es decir economía, sostenibilidad y empresa, y aquellas utilizadas en las explicaciones.

Se partió en el primer capítulo de una visión panorámica sobre el tema de los weblogs, que se ha posicionado como central en los estudios sobre la comunicación del ámbito económico hoy en día y como el ámbito genérico en el que se enmarca la tesis que se expone aquí. Se efectuó una revisión de los aspectos más relevantes, hablando de la creación de la primera página de bitácora en el 1992 hasta la crisis de la blogosfera – causada por el nacimiento de las redes social - y su renacimiento en 2012 – con páginas blog mucho más profesionales - y se trató el tema de la blogosfera como comunidad, con todos sus rasgos y sus características.

Se observó en el segundo capítulo la difusión de una categoría de weblogs más especializados, llamados *econblogs*, término derivado del inglés y que en español son conocidos como “blogs de economía”. Se ha expuesto el argumento de los econblogs enumerando los weblogs de economía más conocidos, como el *The Becker-Posner Blog* o el blog español *Nada es Gratis*, uno de los más conocidos e importantes blogs de economía en España. Se concluyó el capítulo exponiendo las ventajas del blogging comparado con los otros métodos de publicación de noticias o explicaciones.

Finalmente, en el tercero y último capítulo, se expuso la creación del corpus utilizado para el análisis de la lengua económica en los weblogs, exponiendo también la clasificación de los varios corpus y como llegar al diseño y a la construcción de un corpus lingüístico. Se enumeró, en la última parte del capítulo, las palabras más utilizadas en las publicaciones que formaran parte del corpus y se expuso las relaciones

de estas palabras con otras palabras importantes para hacer comprender y vehicular los mensajes que los autores querían que los lectores entendieran.

Lo que se desprende del análisis realizado en este documento es muy interesante. Partiendo del análisis de la historia de los weblogs y de su creación y considerando toda su evolución. Seguramente muy útil podría ser la profundización del segundo capítulo sobre los blogs económicos, gracias al cual se han podido comprender las dificultades de los medios tradicionales para transmitir las noticias debido a la demanda cada vez más esquizofrénica de novedades. Un punto de reflexión, sin duda, importante es que, gracias a los econblogs, las teorías explicadas a través de estos medios pueden ser discutidas y adaptadas a lo que es la sociedad actual, que, como sabemos, está en constante cambio, discusiones transmitidas, además de los blogs, también de las redes sociales, en primer lugar, se puede citar Twitter. Es precisamente la difusión a gran escala a través de las redes sociales de la opinión pública el aspecto más importante para la economía de hoy y el blogging puede considerarse como central en el intercambio de ideas, gracias a los comentarios y a la posibilidad de compartir los artículos. Y esta es la fuerza del blogging, no es la influencia determinante de un bloguero sino la comunidad que participa activamente.

Finalmente, considerando el análisis del corpus creado a través de diversas publicaciones de blogs diferentes, lo que ha surgido, entre otras cosas, es lo que se considera cada vez más importante hoy en día, es decir el respeto del medio ambiente y del planeta en el que todos vivimos. Sin embargo, esto no es tan valorado por todo el mundo como debería, si consideramos la cantidad de residuos que produce cada día una persona promedio o si observamos el fenómeno de la deforestación, que a pesar de la miríada de protestas sigue difundándose, especialmente en los países en desarrollo. Otro aspecto que se puede considerar digno de mención, que surge siempre del análisis del corpus lingüístico, es cómo los autores de este tipo de publicaciones quieren hacer conscientes a sus lectores de lo que es el gran ámbito económico-sostenible, aprovechando los diferentes tipos de comunicación.

Para concluir este informe, la reflexión que propongo se refiere a la importancia de la formación y de la información. Con formación no me refiero solo a la académica proporcionada por la educación escolar obligatoria y las universidades, sino también a la que puede ser adquirida individualmente por cada individuo a través de un proceso de documentación, incluso solo a través de Internet y que es útil para cada uno de nosotros

para comprender el funcionamiento de nuestra compleja sociedad. Con información, sin embargo, me gustaría centrarme en lo importante que es mantenerse al día sobre los acontecimientos cotidianos de cualquier tipo. Por eso es fundamental unir estos dos importantes aspectos de nuestra vida como ciudadanos del mundo.

Anexo I

RESUMEN

La presente tesi ha come oggetto di analisi lo studio della lingua del blog negli ambiti dell'economia e della sostenibilità ambientale e come questi importanti temi vengano trattati e trasmessi a tutti coloro i quali non li conoscono approfonditamente.

La motivazione principale che mi ha condotto a scegliere questa tematica in particolare riguarda come possono essere compresi ambiti così vasti e, in taluni casi, così complicati da persone non specializzate nei settori sopra citati. Lacune che, secondo una mia personale esperienza, possono essere dissipate tramite la lettura delle pubblicazioni di determinate tipologie di blog. È stato scelto il mezzo di comunicazione e di diffusione di notizie blog, in quanto si considera veicoli in maniera molto più diretta il tema che l'autore intende trattare rispetto a quanto non faccia un articolo di giornale, una rivista o un manuale accademico attraverso i quali il lettore non può agevolmente e velocemente comunicare con l'autore. Per l'appunto, la seconda motivazione per la quale è stato scelto di analizzare il blog è che qualsiasi lettore che abbia dei dubbi riguardanti il contenuto della pubblicazione, può facilmente mettersi in contatto con l'autore stesso e chiedere direttamente ad esso delle spiegazioni tramite la funzionalità dei commenti che si trova in qualsiasi pagina blog. Inoltre, si può citare come altra motivazione della scelta di questo mezzo di comunicazione, il fatto che nella pubblicazione dei post non ci siano intermediari o revisionatori dell'elaborato e possano, quindi, essere pubblicate in un lasso di tempo molto breve direttamente dall'autore stesso. L'ultima motivazione che vorrei citare tra le altre riguarda il linguaggio utilizzato all'interno dei weblogs. Ritengo, infatti, che la tipologia di linguaggio usata sia, giustamente, più semplificata di quella che si userebbe in altri ambiti, ed è proprio questo aspetto che rende i blog un mezzo usufruibile da chiunque ne abbia bisogno ed in qualsiasi luogo ci si trovi, essendo fruibili via internet.

La tematica scelta la trovo sicuramente utile e meritevole di attenzione, in quanto grazie al mezzo del blog qualsiasi individuo può formarsi e informarsi facilmente riguardo tematiche che trova interessanti o di cui necessita conoscere quantomeno i fondamenti. Inoltre, se si pensa a quanto poco approfonditamente siano trattati i temi

dell'economia e della sostenibilità ambientale e a quanto vengano date per scontate le basi di queste importanti tematiche dai media tradizionali, si può capire immediatamente quanto sia importante un mezzo che possa unire la velocità di pubblicazione e diffusione di un quotidiano o di un telegiornale con la spiegazione approfondita dei temi che scelgono di trattare, che può avvenire nei manuali accademici o nelle riviste e che hanno tempi di pubblicazione molto più lunghi.

L'obiettivo di questo lavoro si lega a quanto spiegato precedentemente riguardo il perché è stato scelto questo tema in particolare. Ciò che volevo far trasparire attraverso questo elaborato come contributo intellettuale e che ritengo personalmente molto importante, è la rilevanza che ricopre l'informazione nella vita di tutti i giorni di qualsiasi individuo. L'obiettivo, in particolare, sarebbe stato quello di far comprendere che ci si può informare non soltanto leggendo notizie nei quotidiani o ascoltando le stesse nei telegiornali o nelle radio, ma che i mezzi a propria disposizione sono molteplici, uno fra tutti, i blog, e che grazie a questi mezzi non saremmo solamente dei meri ascoltatori di ciò che capita nella nostra società e che i giornali e telegiornali filtrano nelle proprie pubblicazioni, ma potremmo formarci da soli un proprio pensiero e delle proprie convinzioni, ascoltando e leggendo opinioni differenti, a volte contrastanti. Inoltre, sempre grazie a questi mezzi di comunicazione alternativi, potremmo approfondire le nostre conoscenze o, addirittura, crearne di nuove, come abbiamo osservato nel corso dell'elaborato. Ciò che spero sia stato compreso è quanto sia importante, al giorno d'oggi, essere consapevoli e a conoscenza di tutto ciò che accade, non solo per quanto riguarda l'aspetto economico, sicuramente molto importante e preponderante nella comprensione della nostra società, ma soprattutto per ciò che concerne la sostenibilità e l'impatto ambientale dell'uomo sul pianeta, che in questi ultimi anni si è cercato, forse invano, di ridurre al minimo.

Ora si andrà ad illustrare quello che è stato il percorso realizzato per creare la presente tesi.

Inizialmente è stato fatto un lavoro di ricerca, utilizzando svariati siti web, cercando il materiale che fosse più adatto per la comprensione dell'ampio mondo dei blog e si è passati in seguito alla lettura di tutti i materiali cercando di capire come poter strutturare al meglio la prima parte dell'elaborato senza tralasciare nessuna informazione.

Il primo capitolo rappresenta la parte più teorica dell'intero elaborato e tratta l'intera storia delle pagine blog, dalla loro creazione fino alla diffusione. È suddiviso in quattro parti.

Nella prima di queste quattro parti si può trovare la spiegazione riguardante cosa sia e come sia strutturato un qualsiasi blog, si dà, quindi, inizialmente una definizione del mezzo di comunicazione per poi passare ad elencare e spiegare tutte le parti che lo compongono e le tipologie di testi che un autore vi può pubblicare. Per questa prima parte sono stati utilizzati svariati manuali, sia in formato cartaceo che in formato elettronico, nonché alcuni blog ed alcune guide online che spiegassero il funzionamento delle varie parti che compongono una pagina blog.

La seconda parte tratta più strettamente quella che è stata la storia dei blog e la loro creazione. Si parla, perciò, di quello che è stato il primo vero blog della storia di internet, che risale al 1992 e di colui che l'ha creato, che è colui che ha creato il *World Wide Web* che ci permette di usufruire di internet da qualsiasi dispositivo e da qualsiasi luogo in cui ci troviamo. In seguito, vengono elencati gli altri blog che hanno dato vita allo sviluppo della blogosfera come è stata conosciuta negli anni a venire e vengono specificati degli accadimenti in particolare, tra i quali l'attacco alle torri gemelle dell'11 settembre 2001, che sono stati, per così dire, dei propulsori alla diffusione dei blog tra tutta la popolazione mondiale. Anche per questa seconda parte sono stati utilizzati i manuali, citati previamente, e delle pagine web che parlassero della storia e della diffusione dei blog nel mondo.

La terza parte di questo primo capitolo si concentra sulla blogosfera e sulle sue caratteristiche. La blogosfera viene descritta come una comunità virtuale, creatasi proprio grazie al legame che si può instaurare tra l'autore e i propri lettori. Vengono poi elencate le svariate funzioni che può svolgere la blogosfera, compresa quella di conoscenza dell'opinione pubblica. In questa penultima parte sono stati utilizzati per la maggior parte dei manuali, anch'essi sia cartacei che digitali.

La quarta ed ultima parte tratta il tema della relazione che intercorre tra gli autori e i lettori dei blog. Viene, innanzitutto, svelata la figura prototipica del blogger attraverso un sondaggio reperito in un blog, e si descrive, quindi, l'età, l'occupazione e le motivazioni che portano un individuo a scrivere una propria pagina blog. Si passa, poi, alle tipologie di lettori del blog e se ne descrivono tre, in particolar modo, distaccando,

però, da questi ultimi le due tipologie di visitatori che si vorrebbero evitare. Infine, si trattano le modalità d'incontro tra i lettori e gli autori, tra le quali troviamo i commenti e le e-mail. Anche per quest'ultima parte, come per le precedenti, sono stati utilizzati manuali e pagine blog.

Passiamo ora al secondo capitolo che tratta il tema dei blog economici e dell'informazione economica attraverso le pagine blog. Anche questo secondo capitolo è suddiviso in quattro parti differenti ed è stato creato a partire sia da manuali che da pagine web e blog che spiegassero il tema sopra citato.

La prima parte tratta delle difficoltà che possono riscontrare le persone non specializzate nel comprendere le notizie economiche esposte nei quotidiani o nei telegiornali e dei limiti dovuto al proprio modo di ragionare e alla propria psicologia.

Passando alla seconda parte, ci si incentra qui proprio sui blog di natura economica, raccontando la loro storia e la loro diffusione. Vengono forniti anche i primi esempi di blog economici della storia e il perché del loro sviluppo, tra i quali sono stati citati *The Becker-Posner Blog*, il primo blog economico creato, e *Nada es Gratis*, il primo blog economico in lingua spagnola.

Per quanto riguarda la terza parte di questo secondo capitolo, ciò di cui si parla è l'importanza rappresentata dai blog economici nello sviluppo della disciplina economica ed oltre a trattare il tema dei blog, viene citato anche il ruolo importante che ricoprono i social network – in particolar modo Twitter – nella diffusione e popolarizzazione dei blog economici e delle loro pubblicazioni.

La quarta ed ultima parte tratta il tema dei vantaggi dell'investigazione, della creazione e della diffusione delle teorie economiche tramite i blog. Vengono elencate le ragioni per le quali i blog sono un ottimo medio per diffondere e far comprendere le teorie economiche che più si adattino alla società odierna in continuo cambiamento.

Trattiamo ora la spiegazione del terzo ed ultimo capitolo del presente elaborato. Quest'ultimo è stato creato utilizzando un apposito strumento di gestione di corpus linguistici, il cui nome è *Sketch Engine* e creando, previamente, un corpus linguistico che racchiudesse le pubblicazioni di alcuni blog che trattassero i temi dell'economia e della sostenibilità ambientale. Questo terzo capitolo è formato da due parti che andrò a spiegare nelle righe seguenti.

La prima delle due parti è stata creata per essere una spiegazione di ciò che sono i corpus linguistici nella teoria, partendo con il fornire una definizione di ciò che sono i corpus ed elencando poi le differenti classificazioni di questi ultimi. Nel paragrafo 1.3 di questo terzo capitolo, si continua fornendo i criteri per la compilazione dei corpus linguistici, criteri utilizzati anche per la creazione del corpus utilizzato nell'analisi di questo elaborato. È stato infine esposto il corpus linguistico vero e proprio, utilizzato per la precedente analisi, fornendo, oltre alle spiegazioni riguardanti il perché delle scelte effettuate, anche una tabella contenente la lista dei blog utilizzati.

Per ciò che concerne la seconda parte, l'argomento trattato è l'analisi pratica del corpus linguistico. Quest'ultima parte comincia con l'analisi delle parole più utilizzate all'interno del corpus e che sono le seguenti: impresa, cambio (climatico), economia, sostenibilità e sviluppo. Si è cercato in seguito di spiegare le motivazioni per le quali fossero le più utilizzate e di metterle in relazione tra di loro. L'ultimo punto che costituisce quest'ultimo capitolo è, invece, una descrizione delle concordanze delle tre parole considerate più importanti per questo elaborato, cioè impresa, economia e sostenibilità. A questo punto si è cercato, anche attraverso gli schemi ricavati dallo strumento di gestione dei corpus, di spiegare le relazioni che intercorrevano tra le parole elencate sopra ed altre, evidenziate dal software, giungendo così a poter spiegare come venissero esposti gli argomenti di economia sostenibile nei blog che li trattavano.

Per concludere si può passare all'analisi dei risultati ottenuti. Ciò che credo sia rilevante da far notare è l'importanza che si dovrebbe dare alla propria formazione e alla propria informazione negli ambiti più disparati. Attraverso l'analisi dei blog di economia e sostenibilità si è potuto comprendere quanto questi mezzi siano importanti e molto utili nella diffusione della conoscenza di qualsiasi argomento e anche quanto possano essere utili a studenti ed insegnanti nel momento di apprendere e donare conoscenza. L'obiettivo che spero di aver trasmesso tramite questo elaborato è quello di far capire che non possiamo solamente essere meri ricettori di ciò che ci viene propinato e che accade intorno a noi, ma che dobbiamo poter comprendere, conoscere e riformulare ciò che leggiamo e ascoltiamo e per fare questo dobbiamo poter avere un nostro pensiero, che potrà svilupparsi solo tramite la curiosità e la conoscenza.

Bibliografía

- Duran Escribano P. y Gómez Ortiz M. J., *Criterios de selección de un corpus lingüístico específico para el estudio de la metáfora en la ciencia*, Madrid, España: Universidad Politécnica de Madrid
- García, X.L. y López, M.O. (2007) *Bitácoras: La consolidación de la voz del ciudadano*. La Coruña, León, España: Netbiblo.
- Manuel, C.G.J. y Cervera, J. (2006) *La Blogosfera Hispana: Pioneros de la Cultura Digital*. Madrid, España: Fundación France Telecom España.
- Manuel, N.V.J. (2008) *Blogs y medios: Las claves de una relación de interés mutuo*. Buenos Aires, Argentina: LibrosEnRed.
- Martínez, S. y Solano, E. (2010) *Blogs, bloggers, blogósfera. Una revisión multidisciplinaria*. Lomas de Santa Fe, México: Universidad Iberoamericana
- Morán, J.M. y Crespo, S.P. (2007) *Nuevas Tecnologías, nuevos empleos y nuevas organizaciones: Estudio promovido por la Fundación Telefónica y la Fundación Francisco Largo Caballero*. Barcelona, España: Ariel.
- Muñoz, V. (2013) *Construcción de un corpus de artículos de semi divulgación: aspectos teóricos y metodológicos*, Río Cuarto, Argentina: Universidad Nacional de Río Cuarto
- Orihuela, J.L. y Cambronero, A. (2006) *La Revolución de los blogs: Cuando Las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente*. Madrid, España: La Esfera de los Libros.
- Pitkowski, E. F. y Gamarra J. V. (2009) *El uso de los corpus lingüísticos como herramienta pedagógica para la enseñanza y aprendizaje de ELE*, Montréal, Canada: Section d'études hispaniques Université de Montréal,
- Rojas, O.I. et al. (2007) *Blogs: La conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Pozuelo de Alarcón (Madrid), España: Esic.
- Segura, J. (2016) *Econblog*. Madrid, España: Estratega Financiero.

Sinclair, J. (1991) *Corpus, concordance, Collocation*. Oxford, United Kingdom: Oxford Univ. Press.

Torruella, J. y Llisterra J., *Diseño de corpus textuales y orales*, Barcelona, España: Universitat Autònoma de Barcelona

Vargas Sierra, C., *Diseño de un corpus especializado con fines terminográficos*, Alicante, España: Universidad de Alicante

Sitografía

Athreya, K., *Kartik B. Athreya, Federal Reserve Bank of Richmond*. Disponible en: <https://www.richmondfed.org/research/people/athreya#e13e7770a030420ba45a9660ebee0943> (Consultado: 08 de mayo de 2023).

Arizpe, G., *Estratégica Archives, Área*. Disponible en: <http://www.area.com.mx/estrategica/> (Consultado: 20 de abril de 2023).

Barcala, M., *Palabras Binarias, Tipos de corpus*. Disponible en: <https://www.palabrasbinarias.com/articles/2022-05-26-tipos-de-corpus/> (Consultado: 16 de mayo de 2023).

Cowen, T., *Marginal REVOLUTION*. Disponible en: <https://marginalrevolution.com/> (Consultado: 10 de mayo de 2023).

Delgado, S. *et al.*, *economía, finanzas, empresa y economía doméstica*. Disponible en: <https://www.elblogsalmon.com/> (Consultado: 10 de mayo de 2023).

Fama, E. y French, K., *The Becker-Posner Blog, Famafrench.dimensionsal.com*. Disponible en: <https://famafrench.dimensionsal.com/interesting-links/the-becker-posner-blog.aspx> (Consultado: 09 de mayo de 2023).

- Galán, J.S., *Precio de Mercado - definición, qué es y Concepto, Economipedia*.
Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/precio-de-mercado.html>
(Consultado: 09 de mayo de 2023).
- Garicano, L. (2013) *Mi última Entrada (Como Editor): Una Reflexión Personal, Nada es Gratis*. Disponible en: <https://nadaesgratis.es/garicano/mi-ultima-entrada-como-editor-una-reflexion-personal> (Consultado: 09 de mayo de 2023).
- Guerri, M. (2023) *¿En qué consiste el sesgo de confirmación?*, *PsicoActiva.com: Psicología, test y ocio Inteligente*. Disponible en:
<https://www.psicoactiva.com/blog/consiste-sesgo-confirmacion/> (Consultado: 07 de mayo de 2023).
- Jaime (2022) *El Diario de Actualidad de Empresas Sociales Y Sostenibles, El Bien Social*. Disponible en: <https://elbiensocial.org/> (Consultado: 17 de mayo de 2023).
- Josu (2004) *Malaprensa*. Disponible en: <http://www.malaprensa.com/> (Consultado: 23 de abril de 2023).
- Krugman, P. (2011) *Our blogs, ourselves, The New York Times*. Disponible en:
https://archive.nytimes.com/krugman.blogs.nytimes.com/2011/10/18/our-blogs-ourselves/?_r=1 (Consultado: 08 de mayo de 2023).
- López, F.A. (2018) *¿Qué es un corpus lingüístico y cuál es su uso?*, Disponible en:
<https://www.weluntranslations.com/post/2018/02/12/-qu%C3%A9-es-un-corpus-ling%C3%BC%C3%ADstico-y-cu%C3%A1l-es-su-uso> (Consultado: 16 de mayo de 2023).
- Martínez, L. (2021) *SESGO retrospectivo: Por Qué Todo parece obvio una vez que ha Sucedido, Psicología y Mente*. Disponible en:
<https://psicologiaymente.com/psicologia/sesgo-retrospectivo> (Consultado: 07 de mayo de 2023).
- Martínez, M.P. (2022) *Blog: Qué Es, Ventajas y pasos para crearlo, WeAreContent*.
Disponible en: <https://www.wearecontent.com/blog/blogging/que-es-un-blog>
(Consultado: 11 de mayo de 2023).

- Merelo, J.J. (2003) ‘Anatomía de una visita, o la parroquia y los turistas’, *Atalaya*. Disponible en: <http://atalaya.blogalia.com/historias/13398> (Consultado: 24 de abril de 2023).
- Miruna (2023) ‘¿Merece la pena crear un blog en 2023?’, *Escuela de blogging*. Disponible en: <https://escueladeblogging.com/merece-la-pena-crear-un-blog/> (Consultado: 23 de abril de 2023).
- Mitchell, A. (2016) *Long-form reading shows signs of life in our Mobile News World, Pew Research Center’s Journalism Project*. Disponible en: <https://www.pewresearch.org/journalism/2016/05/05/long-form-reading-shows-signs-of-life-in-our-mobile-news-world/> (Consultado: 08 de mayo de 2023).
- Morales, F.C., *Paradigma Económico, Economipedia*. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/paradigma-economico.html> (Consultado: 05 de mayo de 2023).
- Pérez, C., *Tipología de corpora*. Disponible en: <http://elies.rediris.es/elies18/232.html> (Consultado: 16 de mayo de 2023).
- Picand, Y., *Warblog: definición de warblog y sinónimos de warblog (español)*. Disponible en: <https://diccionario.sensagent.com/warblog/es-es/> (Consultado: 20 de abril de 2023).
- Rafa Sospedra (2022) *Las Ventajas Definitivas de Crear un blog*. Disponible en: <https://www.rafasospedra.com/las-ventajas-definitivas-de-crear-un-blog/> (Consultado: 11 de mayo de 2023).
- Reyes, M.J.O. (2020) *Corpus lingüísticos, Humanidades Digitales*. Disponible en: <https://humanidades-digitales.pubpub.org/pub/corpus-linguisticos/release/8> (Consultado: 16 de mayo de 2023).
- Segura, J. (2021) *El Impacto Real de los blogs de economía en la investigación, Estratega Financiero*. Disponible en: <https://estrategafinanciero.com/el-impacto-real-de-los-blogs-economicos-en-la-investigacion/> (Consultado: 06 de mayo de 2023).

Segura, J. (2022) *Importancia de los blogs de economía en la evolución de la disciplina, Estratega Financiero*. Disponible en: <https://estrategafinanciero.com/importancia-de-los-blogs-de-economia-en-la-evolucion-de-la-disciplina/> (Consultado: 06 de mayo de 2023).

Taleb, N. (2017) *Los Cisnes Negros de Taleb, Ignacio G.R. Gavilán*. Disponible en: <http://ignaciogavilan.com/los-cisnes-negros-de-taleb/#:~:text=la%20falacia%20de%20las%20pruebas,no%20han%20llegado%20a%20nosotros> (Consultado: 06 de mayo de 2023).

Tiscar (2022) *Perfil del blogger hispano. III encuesta a bloggers, Perfil del blogger hispano. III Encuesta a Bloggers*. Disponible en: <https://www.tiscar.com/2008/02/perfil-del-blogger-hispano-iii-encuesta.html> (Consultado: 23 de abril de 2023).

Villach, Q.G. (2019) *Sostenibilidad y Desarrollo Sostenible, Sostenible o Sustentable*. Disponible en: <https://sostenibleosustentable.com/es/> (Consultado: 17 de mayo de 2023).

Otras fuentes

Bitácora Tremendo. Disponible en: <http://tremendo.com/bitacora/> (Consultado: 20 de abril de 2023).

Blogia.com. Disponible en: <http://www.blogia.com/> (Consultado: 18 de abril de 2023).

Blogger.com - create a unique and beautiful blog easily. Disponible en: https://www.blogger.com/about/?r=1-null_user (Consultado: 26 de mayo de 2023).

Blogalia. Disponible en: <http://www.blogalia.com/> (Consultado: 18 de abril de 2023).

Corresponsables.com España. Disponible en: <https://www.corresponsables.com/>
(Consultado: 10 de mayo de 2023).

Compromiso RSE. La actualidad de las organizaciones sostenibles. Disponible en:
<https://www.compromisorse.com/> (Consultado: 17 de mayo de 2023).

Create and search a text corpus Sketch Engine. Disponible en:
<https://www.sketchengine.eu/> (Consultado: 22 de mayo de 2023).

Cuaderno: Diccionario de la Lengua Española, 'Diccionario de la lengua española' - Edición del Tricentenario. Disponible en:
<https://dle.rae.es/cuaderno?m=form#5XVHn0t> (Consultado: 26 de mayo de 2023).

Educación Financiera, Fácil Y Entretenida (2023) Economipedia. Disponible en:
<https://economipedia.com/> (Consultado: 10 de mayo de 2023).

Feedback Significados. Disponible en: <https://www.significados.com/feedback/>
(Consultado: 10 de mayo de 2023).

Finance, economics, politics, power (1999) naked capitalism. Disponible en:
<https://www.nakedcapitalism.com/> (Consultado: 10 de mayo de 2023).

Finanzas a las 9 en el país (2021) El País. Disponible en:
https://elpais.com/economia/finanzas_a_las_9/ (Consultado: 17 de mayo de 2023).

Freakonomics - the hidden side of everything. Disponible en: <https://freakonomics.com/>
(Consultado: 10 de mayo de 2023).

Funcasblog. Disponible en: <https://blog.funcas.es/> (Consultado: 17 de mayo de 2023).

Home (2022) BlogLines.com. Disponible en: <http://bloglines.com/> (Consultado: 22 de abril de 2023).

Economistas Frente a la crisis, Economistas Frente a la Crisis. Disponible en:
<https://economistasfrentealacrisis.com/> (Consultado: 10 de mayo de 2023).

La falacia narrativa: Qué es y cómo se relaciona con la superstición (2022) *Psicología y Mente*. Disponible en: <https://psicologiaymente.com/psicologia/falacia-narrativa> (Consultado: 06 de mayo de 2023).

La historia del blog: Una línea de tiempo completa (2023) *ibdi.it*. Disponible en: <https://ibdi.it/es/la-historia-del-blog-a-history-complete/> (Consultado: 08 de mayo de 2023).

La RSE Global, Diario Responsable. Disponible en: <https://diarioresponsable.com/> (Consultado: 17 de mayo de 2023).

Malos tiempos para el periodismo a fondo, Civio. Disponible en: <https://civio.es/periodismo-a-fondo/> (Consultado: 25 de mayo de 2023).

Nada es Gratis. Disponible en: <https://nadaesgratis.es/> (Consultado: 09 de mayo de 2023).

Noticias sobre Desarrollo sustentable, Economía Sustentable. Disponible en: <https://economiasustentable.com/> (Consultado: 17 de mayo de 2023).

Politikon. Disponible en: <https://politikon.es/> (Consultado: 10 de mayo de 2023).

Slashdot effect - definición y sinónimos de slashdot effect en el diccionario inglés. Disponible en: <https://educalingo.com/es/dic-en/slashdot-effect> (Consultado: 24 de abril de 2023).

Spam, ¿Qué es el Spam y cómo se puede evitar? - Ryte Wiki. Disponible en: <https://es.ryte.com/wiki/Spam#:~:text=El%20spam%20puede%20definirse%20como,spam%20en%20las%20redes%20sociales.24> (Consultado: 24 de abril de 2023).

The becker-posner blog. Disponible en: <https://www.becker-posner-blog.com/> (Consultado: 09 de mayo de 2023).

The page of only weblogs. Disponible en: <http://www.jjg.net/retired/portal/tpoowl.html> (Consultado: 19 de abril de 2023).

Trolls en internet y tipos de trolling (2021) Grupo Atico34. Disponible en:
https://protecciondatos-lopd.com/empresas/trolls-internet-tipos-trolling/#Que_es_un_Troll_en_Internet_Concepto (Consultado: 24 de abril de 2023).

Welcome to the Historical Archives, Index of /History. Disponible en:
<http://www.w3.org/History/> (Consultado: 19 de abril de 2023).

Ringraziamenti

Al termine di questo elaborato, mi è d'obbligo ringraziare tutte le persone che mi hanno sostenuto durante il mio percorso universitario e di scrittura della tesi che avete appena letto.

Per prima cosa, vorrei ringraziare il mio relatore Polo Anna, per i suoi preziosi consigli e per la sua disponibilità. Grazie per avermi fornito spunti fondamentali nella stesura di questo lavoro e per avermi indirizzato nei momenti di indecisione.

Non posso non ringraziare le persone che hanno avuto più influenza nel mio percorso educativo: i miei genitori e mio fratello. Mamma, papà e Marco: grazie per avermi aiutato a superare i momenti più difficili, senza di voi non avrei mai potuto arrivare a questo importante traguardo!

Alle mie amiche di sempre – Arianna e Francesca-, il mio porto sicuro dove rifugiarmi quando il mare è in tempesta: grazie per volermi bene per quella che sono e per essere sempre al mio fianco.

A tutti i parenti e gli amici che non ho potuto nominare personalmente in questo elaborato e a tutti quelli che hanno incrociato la loro vita con la mia, lasciandomi qualcosa di buono. Grazie per essere stati miei complici, ognuno a suo modo, in questo percorso intenso ed entusiasmante, nel bene e nel male. Sono così tanti i ricordi che mi passano per la testa che è impossibile trovare le parole giuste per onorarli.

Grazie per aver reso questo traguardo davvero speciale!