

Estudio de

Tendencias informativas

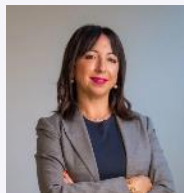
Medios y redes: lo que importa a la sociedad →







Iñaki Ortega
Director General
LLYC Madrid



Amparo García
CEO
Zeus by LLYC



Pilar Bernabé
Delegada del Gobierno en la
Comunitat Valenciana



Sergi Guillot
Director General
de Prensa Ibérica

Estudio de

Tendencias informativas

Medios y redes: lo que importa a la sociedad →



**The Global Risks
Report 2025**
20th Edition
INSIGHT REPORT



FIGURE C

Global risks ranked by severity over the short and long term

"Please estimate the likely impact (severity) of the following risks over a 2-year and 10-year period."

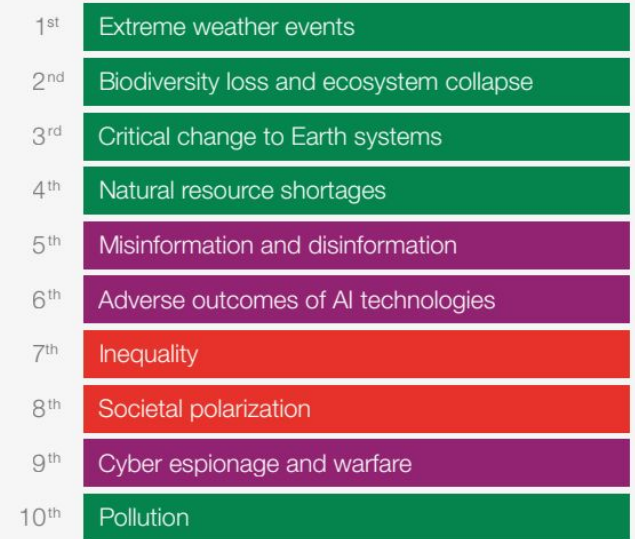
Risk categories

- Economic
- Environmental
- Geopolitical
- Societal
- Technological

2 years



10 years



Source

World Economic Forum Global Risks Perception Survey 2024-2025.

Vertebrar España





Estudio de

Tendencias informativas

Medios y redes: lo que importa a la sociedad →





José Luis Rodríguez
Director Deep
Learning de LLYC

Prensa Ibérica publica su **3er Estudio de Tendencias Informativas, Medios y redes: lo que importa a la sociedad** en colaboración con LLYC



El análisis cubre un año completo: de **julio de 2023 a junio de 2024**.



Se identifican tendencias que conforman las **principales preocupaciones** de los españoles.



Se examinan **preferencias informativas y perfiles sociodemográficos**.



LLYC LLYC enriquece el estudio con su **experiencia en IA semántica y análisis de datos de la conversación social**.

PERIODO ESTUDIADO: 1 JULIO 2023 - 30 JUNIO 2024

Metodología

Los datos de Prensa Ibérica



Los datos de las conclusiones de este estudio representan **actividad real de las personas y no sus opiniones** o las declaraciones que hacen al responder a una encuesta.



En los datos procedentes de Prensa Ibérica se **analizan lecturas reales** realizadas por personas que han consumido contenidos publicados en nuestros medios.



En los datos que provienen de redes sociales, se analizan **publicaciones reales contrastadas y efectivamente publicadas** por personas u organizaciones.

PERIODO ESTUDIADO: 1 JULIO 2023 - 30 JUNIO 2024

Metodología

Las noticias y mensajes
se han asignado usando



**Inteligencia
artificial**

En RRSS se aplicó



Técnicas PLN



"Keyword matching"

Analizamos



20 temáticas tras calcular
el valor de la métrica **Triple I**

Seleccionamos



**Las 12 más relevantes para
los ciudadanos españoles**



Resumen ejecutivo

Principales
aprendizajes

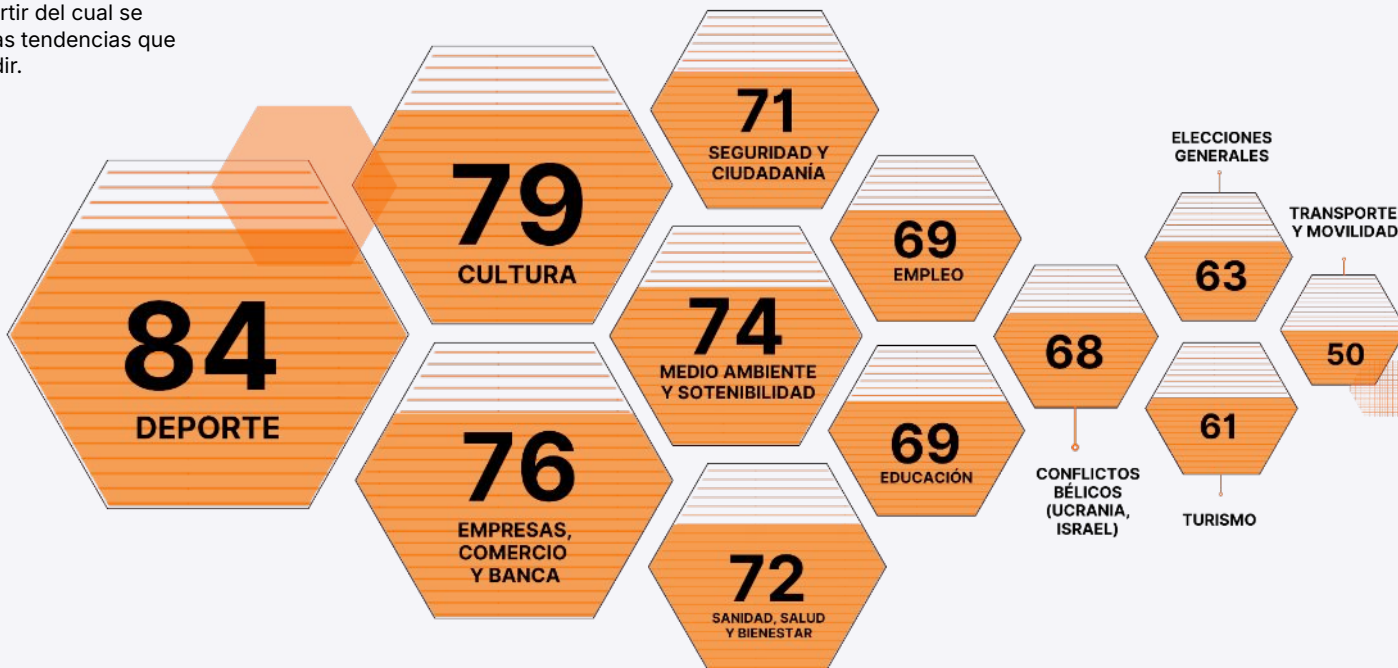


Joan Cañete

Director de la Oficina de
Proyectos Editoriales de
Prensa Ibérica

Ranking I3

Ranking a partir del cual se establecen las tendencias que se van a medir.



Hemos agrupado las tendencias en diferentes esferas que nos permiten hacer una lectura más estratégica.

Bienestar y Progreso:

Sanidad, salud, bienestar, empleo, educación

Impulso Económico:

Empresas, comercio y banca, seguridad ciudadana

Actualidad Global:

Conflictos globales (Ucrania, Gaza), elecciones generales

Entretenimiento:

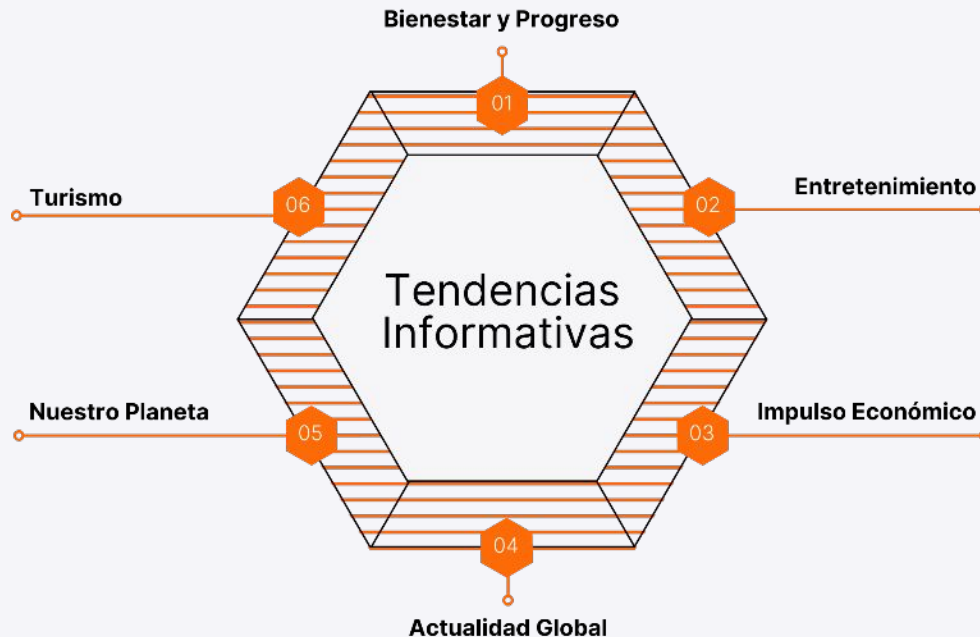
Ocio, cultura, deporte

Nuestro Planeta:

Medioambiente, sostenibilidad, transporte y movilidad

Turismo:

Cultura y patrimonio, sostenibilidad y seguridad, pisos turísticos, empleo, destinos y experiencias, política y gestión, economía, hoteles e infraestructura turística, masificación turística y turismofobia, gastronomía



Bienestar y Progreso

Sanidad, salud, bienestar
Empleo
Educación

El consumo de noticias y la conversación social, muestran el interés y la denuncia de las malas condiciones laborales o de las **desigualdades** en el acceso a una salud y educación de calidad, así como la demanda de políticas públicas que garanticen la igualdad.



Bienestar y Progreso

Educación

¿Dónde se gasta el dinero público?

El gran debate gira sobre la comparación de recursos, gestión y calidad de la enseñanza entre la escuela pública y la privada en cada comunidad autónoma.

El sistema repercute en la familia

Las principales conversaciones se dan entorno a la comunidad educativa y la organización familiar: desde los horarios de entrada y salida, hasta la educación sexual y el veto parental.

Empleo

Condiciones laborales, motor de consumo

Los sueldos, horarios y resto de condiciones laborales son el motor de consumo informativo y de conversación social.

Foco en la vida de las personas

Al conversar, discutir y leer sobre empleo el foco se centra en la vida de las personas, cuyos proyectos no pueden llevarse a cabo sin un trabajo que se percibe como uno de los ejes del bienestar social.

Sanidad, salud y bienestar

Impacto de las decisiones políticas

Esta temática muestra como ninguna el impacto de las decisiones políticas y la gestión pública en la vida de las personas.

Modelos de gestión

La Sanidad es un área de competencia autonómica, por lo que se debate sobre los distintos modelos de gestión en las comunidades y el debate se desliza por la pendiente de la polarización.

Entretención

Deporte y Cultura

El deporte y la cultura promueven dinámicas de socialización, de fomento de valores y de construcción de discursos sociales, por lo que forman parte de debates como la **igualdad o la inclusión**.

Las **figuras del star system** del deporte o la cultura tienen una gran capacidad de prescripción social y de generación de conversación.



Entretención

Deporte

Foco en la influencia social

Los debates generados por las figuras trascienden lo meramente competitivo y abren una conversación social sobre temas como la salud mental (Ricky Rubio), el racismo (Vinicius Júnior) y la inclusión de atletas transgénero (Lia Thomas).

Hombres, principales consumidores de noticias

Son los principales consumidores de las noticias y se muestran más activos en la conversación.

Cultura

Entrevistas y obituarios, lo más consumido

La cobertura del star system es de lo más consumido: entrevistas a personajes públicos y obituarios de personas conocidas.

Las fiestas de impacto local capitalizan el interés

Destaca el consumo de información las Fallas, las celebraciones de San Juan en el balcón mediterráneo; la Feria de Abril en Andalucía; las festividades locales en verano; o las procesiones de Semana Santa donde son más populares.

Impulso económico

Empresas, comercio y banca. Seguridad Ciudadana,

Temas muy cercanos a las preocupaciones de la ciudadanía: la economía, la justicia y el deseo de convivencia pacífica.

En esta esfera tiene especial relevancia la **información local**, porque impacta directamente, de forma objetiva o subjetiva, en la vida de una ciudadanía que demanda soluciones concretas a sus problemas económicos o de seguridad.



Impulso económico

Empresas, comercio y banca

El impacto de las decisiones gubernamentales

Se denuncian políticas que se consideran perjudiciales para los productores nacionales.

Descontento social y sus consecuencias, como las manifestaciones de agricultores, las "tractoradas", o las protestas laborales en empresas.

El impacto de lo macro sobre lo micro

Los ciudadanos ponen el foco en la inflación y las hipotecas.

Se evidencia la difícil situación económica de agricultores y ganaderos que luchan por mantener la rentabilidad, aunque, cambiando el prisma, los consumidores valoran que los precios son injustificadamente altos.

Seguridad Ciudadana

La seguridad, desde lo emocional

La seguridad ciudadana es un tema muy sensible para la ciudadanía y que se consume desde una perspectiva emocional, lo que a menudo polariza las reacciones

Interés por el *true crime*

El caso Daniel Sancho generó un debate social intenso y prolongado, relacionado con el creciente interés de la ciudadanía por el *true crime* y por la pertenencia del acusado a una familia conocida.

Actualidad Global

Conflictos Bélicos Elecciones Generales

Predomina una polarización extrema en la conversación, espoleada por una fuerte carga emocional y el altavoz de las redes sociales.



Actualidad Global

Conflictos Bélicos

Desigualdad de interés por género

El interés de los hombres por las noticias de esta temática es muy superior al de las mujeres.

La Guerra de Gaza, interés sostenido en el tiempo

La crudeza del conflicto y el tradicional interés e implicación de España en esta parte del globo hace que la ciudadanía esté más atenta y conectada. Hay un pico de interés en el inicio, octubre del 23, pero el conflicto suscita audiencia y debate a lo largo de los meses.

Elecciones Generales

Interés en investidura, no en los resultados

La principal peculiaridad fue que el debate no se centró tanto en los resultados como en el posterior proceso de investidura

La amnistía concentró la conversación en redes

La negociación de la ley de amnistía se trató, de hecho, como una derivada de la investidura y capitalizó la conversación en redes sociales.

En el entorno de Prensa Ibérica el consumo de informaciones ha sido elevado tanto en lo que se refiere a la amnistía como al proceso de investidura.

Nuestro planeta

Medioambiente y sostenibilidad Transporte y movilidad

Se aprecia el interés por el cambio climático y sus efectos, así como por las posibles soluciones.

Pero la complejidad del proceso así como las desigualdades sociales, sectoriales o territoriales que puede provocar, son el caldo de cultivo de la **polarización** ideológica y las resistencias al cambio que se reflejan en la conversación social.



Medioambiente y sostenibilidad

Consecuencias del cambio climático

Las consecuencias del cambio climático en la salud, la contaminación o los desastres naturales derivados generan gran preocupación a una ciudadanía que es consciente del impacto directo sobre su vida, por lo que reclama medidas por parte de la administración y critica la falta de acción.

La sequía y las olas de calor

Situaciones con impacto directo en la ciudadanía que por sí mismas generan gran interés informativo y conversación social.

Transporte y Movilidad

La movilidad sostenible, en marcha

Existe una percepción positiva de la evolución tecnológica, pero enfrenta resistencias en aspectos como las restricciones al coche o a los vuelos de corta distancia.

El uso del espacio

Afloran los problemas y tensiones por el uso del espacio, por lo que es creciente la demanda de normativa y equilibrio entre las necesidades de peatones, ciclistas, usuarios de patinetes y coches.

Las corrientes subterráneas

De la emigración a la desigualdad.
Temas de interés público **que tienen una presencia transversal**

No son clasificaciones puras, y muchas de ellas tienen subtemas que las interrelacionan entre ellas. Asimismo, existen asuntos de interés público que como tales no aparecen en el estudio en forma de una temática pero que están presentes en muchas de ellas.

Forman corrientes subterráneas que, juntas, constituyen algunos de los temas principales de conversación, como la gestión de la emigración y la desigualdad, que aparecen en varias temáticas bajo diferentes formas.



La polarización sobrepasa el marco estrictamente político. Se discuten temas locales en clave global

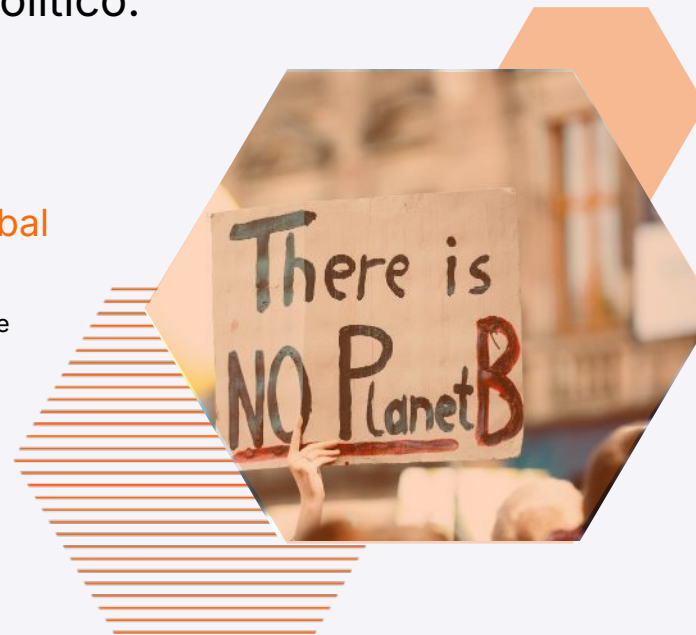
Discusión ideológica sobre transición ecológica o política sanitaria

Sobrepasa el marco estrictamente político y se extiende a otros temas, convertidos en campo de batalla ideológico y partidista **sobre todo en redes sociales.**

El fenómeno opuesto a la localización: **declinar en global fenómenos locales**

Por ejemplo, se da en la conversación sobre la transición ecológica, las políticas educativas y sanitarias, las de empleo...

Acontecimientos de la esfera local y autonómica **se discuten en términos globales** siguiendo el marco mental de la polarización ideológica y partidista.

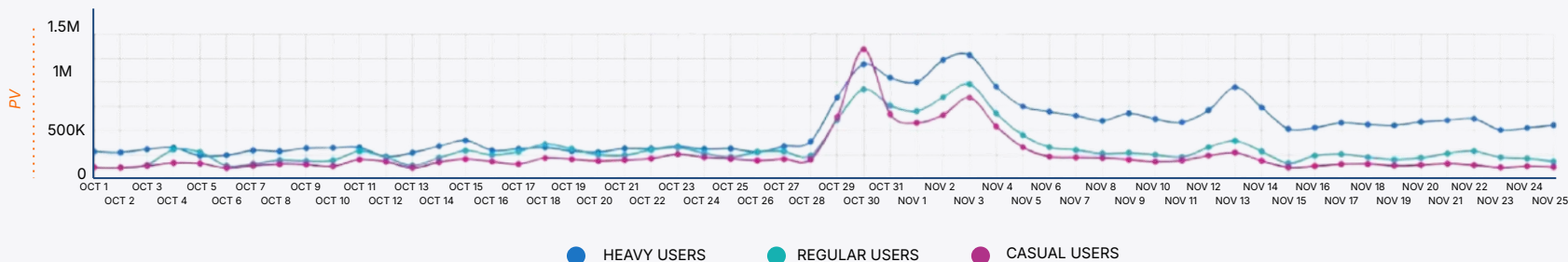


LA DANA

La prensa, en especial la local, refugio para la credibilidad

La prensa en general y en especial, los medios locales tuvieron un papel capital para la comunidad afectada, pero también fueron medios de referencia para las personas de fuera que buscaban información de calidad para entender la situación.

EVOLUCIÓN TIPO DE USUARIO



Datos tipo de navegadores Levante EMT 1 de octubre a 25 de noviembre de 2024.

Fuente: DataLake. Prensa Ibérica

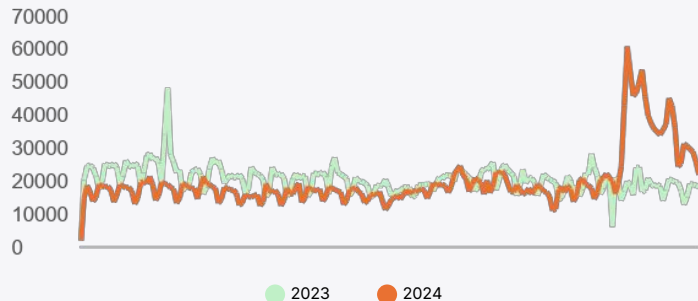
LA DANA

La prensa local: espacio de creación de comunidad

La prensa en general y en especial, los medios locales tuvieron un papel capital para la comunidad afectada, pero también fueron medios de referencia para las personas de fuera que buscaban información de calidad para entender la situación.

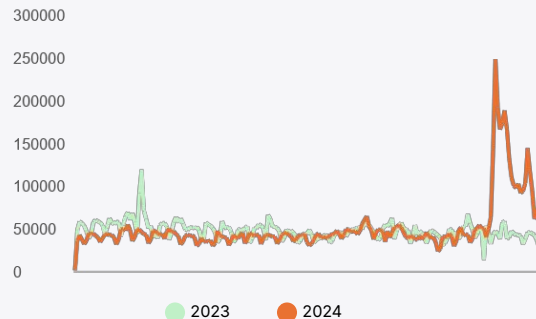
NAVEGADORES ÚNICOS HOME LEVANTE - EMT

Datos Levante EMT 1 de octubre a 25 de noviembre de 2024. IP Valencia
Fuente: DataLake. Prensa Ibérica



PV HOME LEVANTE - EMT

Datos Levante EMT 1 de octubre a 25 de noviembre de 2024. IP Valencia
Fuente: DataLake. Prensa Ibérica

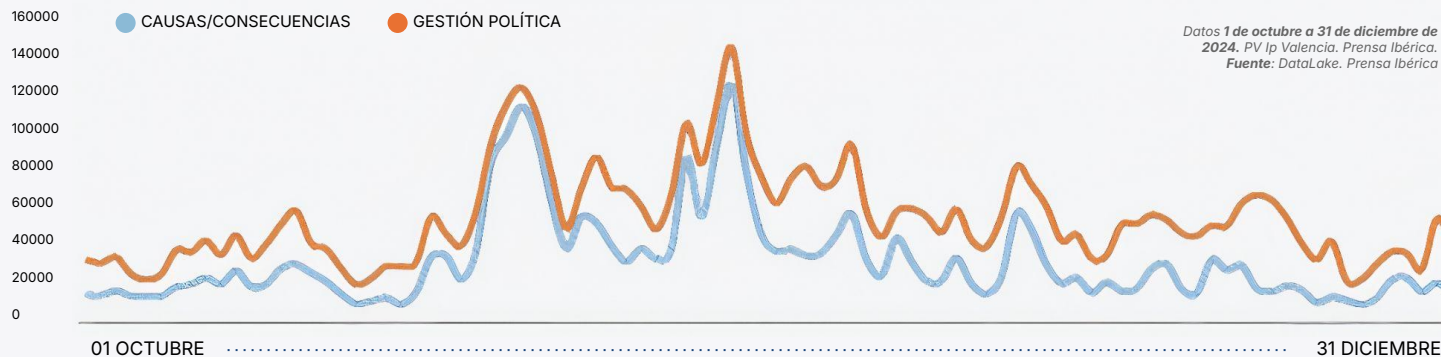


LA DANA

Las informaciones que generaron mayor interés.

Los tipos de noticias con mejor rendimiento en términos de volumen son:

- 01. Noticias de la gestión de la tragedia
- 02. Información de servicios (meteorología, infraestructuras, transporte público...)
- 03. Testimonios e historias personales (Obituarios y/o perfiles de víctimas)
- 04. Artículos explicativos de las causas y consecuencias del fenómeno meteorológico



LA DANA

Redes Sociales, la tragedia en tiempo real

La audiencia se moviliza sobre todo por **cuatro tipos de contenidos**:



VIDEOS



TESTIMONIOS



POLARIZACIÓN
POLÍTICA
(GESTIÓN DE LA TRAGEDIA)



FAKE NEWS



Turismo

Análisis en
profundidad
del turismo
en España



Bárbara Guillén
Directora de
estrategia de
Negocio de
LLYC Europa



PRINCIPALES APRENDIZAJES

Turismo



Cultura y Patrimonio

La autenticidad de la experiencia cultural, en jaque

La necesidad de conservar el patrimonio y las tradiciones



Prioridad del **atractivo turístico** en detrimento de la **autenticidad cultural**



Tradiciones se convierten en cebos para atraer turistas, **perdiendo esencia y valor**



Percepción alterada de los visitantes sobre la **autenticidad de la experiencia**



Impacto negativo en la preservación de las **tradiciones autóctonas**





Los comportamientos irrespetuosos y una sensación de sobreexplotación de los recursos locales generan un distanciamiento emocional entre turistas y ciudadanos

El reto del turismo sostenible para garantizar la convivencia y los recursos



La llegada de grandes cifras de visitantes puede provocar **conflictos** entre locales y turistas



La saturación de viajeros genera un **distanciamiento** de los turistas y los ciudadanos



Sostenibilidad y seguridad

La polémica sobre la inmigración se cuela en el debate sobre el Turismo



Tensión sobre la gestión de la llegada de inmigrantes ilegales en zonas turísticas



Preocupación por que la **imagen turística del país se vea comprometida**

El aumento de la inseguridad en áreas clave para el turismo refleja un problema estructural más amplio de inseguridad generalizada



Pisos Turísticos

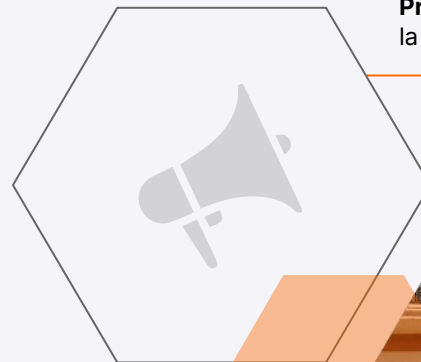
La sociedad comienza a movilizarse contra un modelo que se ve como depredador



Expulsión de la población residentes
hacia zonas rurales o menos saturadas



La gentrificación **transforma el tejido urbano**



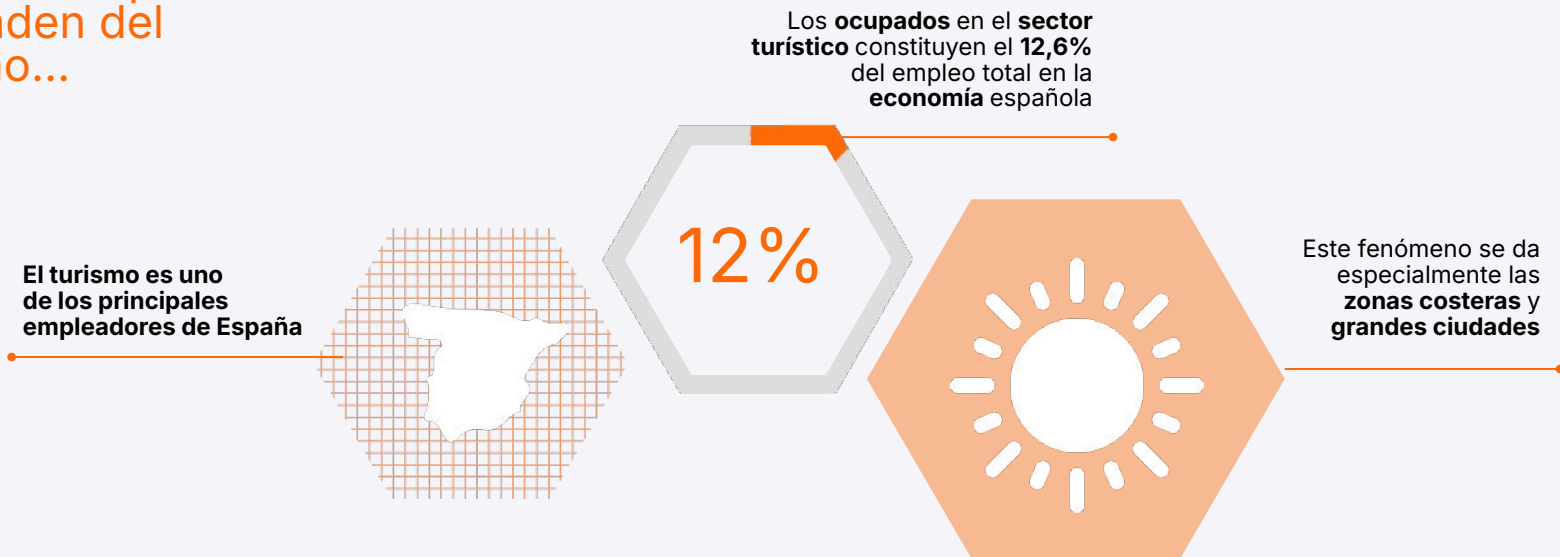
Propuestas de regulación y limitaciones a
la compra de viviendas por no residentes



Empleo



Millones de personas dependen del turismo...



Destinos y experiencias

Madrid y Barcelona entre los principales destinos urbanos del mundo

España es un mercado turístico valorado y competitivo

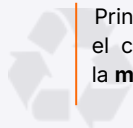
- España es uno de los principales destinos turísticos del mundo

85 M

turistas extranjeros en 2023



Cuando el exceso de turismo transforma la percepción sobre destinos emblemáticos

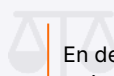


Principal Narrativa:
el creciente interés por
la **movilidad sostenible**

Contribuye también a la
llegada de turistas



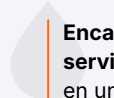
La **masificación** y el
descontrol en
destinos turísticos
generan preocupación



En destinos con exceso de
turistas, se ve alterada **la
experiencia y el equilibrio
ecológico del entorno**



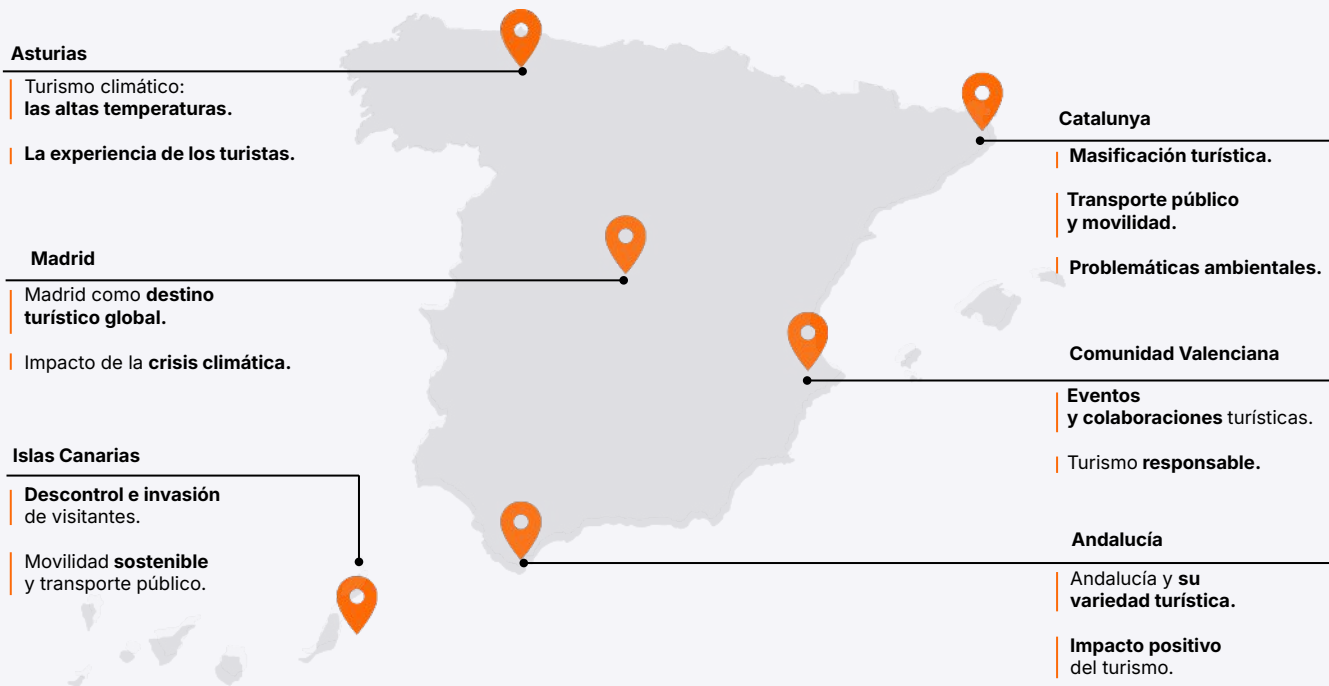
**Degradación de los
recursos naturales o
patrimoniales** y la
**saturación de
infraestructuras**



**Encarecimiento de
servicios básicos** y
en una creciente
**desconexión con la
identidad del lugar**



Destinos y Experiencias CCAA





Política y Gestión

Las entidades locales concentran las críticas

El Reto de los Ayuntamientos en la Gestión Turística


Falta de supervisión sobre la **expansión de pisos turísticos ilegales**

Las **críticas** y las informaciones más leídas se dirigen a **los ayuntamientos**

La gestión deficiente de el **agua** en áreas de alta concentración turística

Gestión insuficiente de recursos y espacios públicos





Economía

Crece la tensión por el conflicto de intereses entre residentes y turistas



Búsqueda del equilibrio entre las **comunidades locales** y **los altos beneficios del sector**



Encarecimiento de la vivienda




Reducción de la oferta de viviendas disponibles para residentes locales



Negocios locales se han visto **desplazados** en zonas turísticas





Hoteles e Infraestructura turística



La expansión y envejecimiento hotelero sin una planificación adecuada, congestiona los recursos.

La falta de innovación lastra la competitividad



El **envejecimiento y la obsolescencia de la infraestructura turística** afectan negativamente a destinos



La **saturación en eventos y temporadas altas** comprometen las infraestructuras y los recursos locales



Masificación Turística y Turismofobia

Turismofobia: Una definición que oculta una realidad compleja



"Turismofobia", la protesta y el malestar social ante la **sobreexplotación turística y sus consecuencias.**



Las protestas en Mallorca o Canarias como foco informativo



El turismo se percibe como **responsable** del incremento del **precio de los alquileres** o la **destrucción** de los paisajes naturales.



Gastronomía

El producto local acapara la atención

La diversidad gastronómica como
reclamo turístico



La **oferta gastronómica española**, que ofrece un **abanico de sabores propios** actúa como **reclamo** a la hora de **atraer turistas** al país



Destacan las informaciones sobre los **productos locales** con **denominación de origen**



La pérdida de identidad debilita la singularización de la oferta

'Foodificación' y estandarización

Oferta gastronómica cada vez menos identitaria y más estandarizada



La 'foodificación' en los destinos vacacionales ha supuesto una **problemática para la restauración** y el **comercio de proximidad**

Escucha activa y datos reales: transformando la conexión con el ciudadano



Iñaki Ortega
Director General
LLYC Madrid

Los ciudadanos actuales presentan comportamientos contradictorios:

Buscan sostenibilidad pero priorizan
comodidad

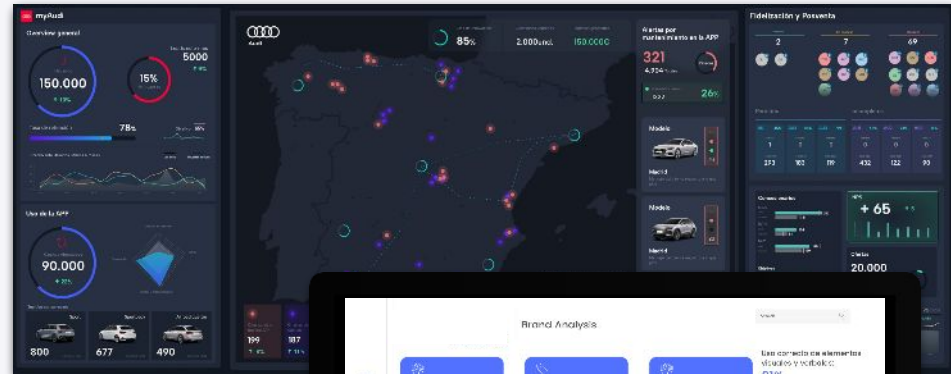
Reclaman privacidad mientras
comparten sus datos online

Siguen movimientos sociales locales
En contra de su ideología política

Comprender al ciudadano moderno **requiere un análisis sofisticado y búsqueda de insight en tiempo real** que incluya conversaciones digitales, noticias y movimientos locales **para anticipar cambios y fortalecer relevancia, diferenciación y legitimidad.**



En LLYC y Prensa Ibérica contamos con las mejores herramientas para **transformar la manera de entender al cliente y su entorno**, convirtiendo los datos en estrategias efectivas que generen impacto.



Entender primero para después activar

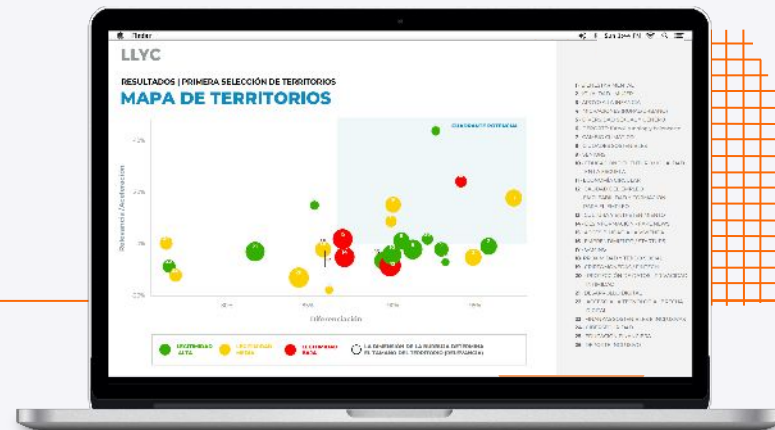
Los datos de Prensa Ibérica



Para ser relevantes, es fundamental escuchar, analizar e interpretar la **actividad real de las personas y no sus opiniones** o las declaraciones que hacen al responder a una encuesta.



Analizamos la conversación social y **lecturas reales** realizadas por personas que han consumido contenidos para comprender la percepción de la marca, **identificar oportunidades estratégicas y detectar tendencias clave** que nos permitan **conectar** con clientes y stakeholders **de manera efectiva**.



NO SOLO RECOLECTAMOS DATOS, DEBEMOS TRANSFORMARLOS EN DATOS ACCIONABLES PARA:

Identificar territorios de conversación clave para conectar con clientes y stakeholders.

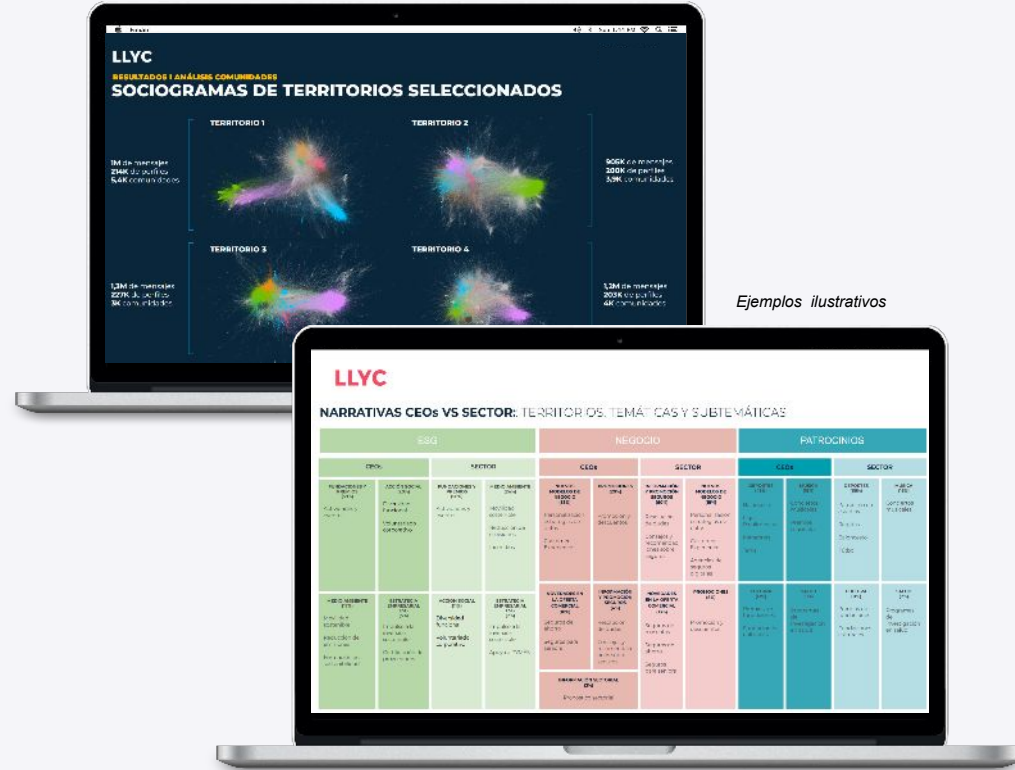
Analizar tendencias y métricas para optimizar el mensaje.

Definir estrategias adaptadas y activar contenido con IA, manteniendo coherencia con la marca.

Capitalizamos territorios de oportunidad para fortalecer el posicionamiento

Con nuestra metodología de Trend Spotting, basada en IA y big data, analizamos:

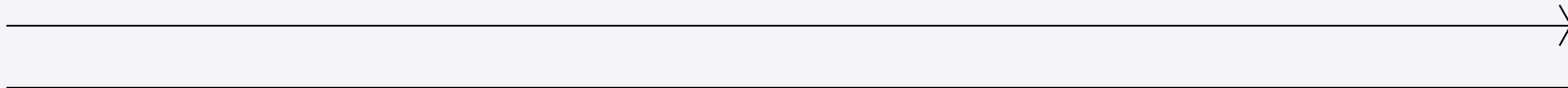
- La relevancia social de la marca.
- Su diferenciación frente a la competencia.
- Su legitimidad en el ecosistema digital.

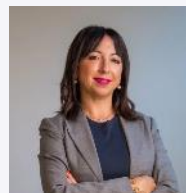


Ejemplos ilustrativos



Transformamos insights en estrategias de alto impacto e identificamos oportunidades para construir relatos que generan una conexión real en las audiencias y stakeholders, asegurando un posicionamiento sólido y sostenible en el mercado.





Amparo García
CEO
Zeus by LLYC

GRACIAS

Estudio de

Tendencias informativas

