

Estudio de

Tendencias informativas

en el Corredor Atlántico Noroeste →





Índice

01 > Introducción

El propósito del estudio. Índice de
Interés informativo. Metodología

02 > Resumen Ejecutivo

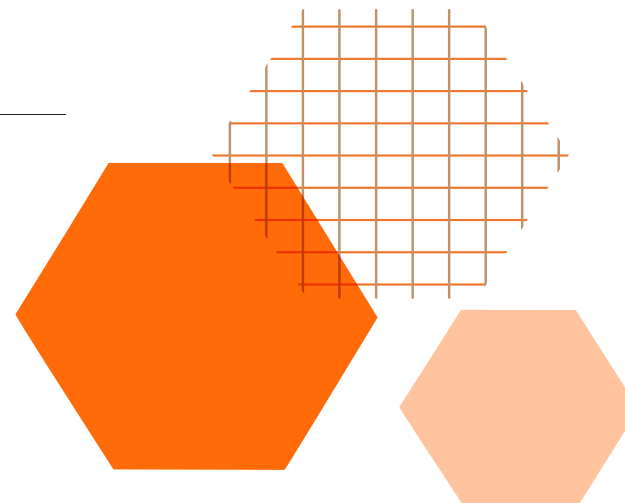
03 > Temáticas

Economía y empleo
Transporte y movilidad

Cambio y climático y Transformación ecológica
Turismo

04 > Anexo Metodología

05 > Anexo Glosario





El propósito de este estudio

Prensa Ibérica presenta su Estudio de Tendencias Informativas para las comunidades el Noroeste de España, que cubre el espectro temporal de un año (desde el 1 de enero hasta 31 de diciembre de 2024) y en el que analizamos tanto las preferencias informativas de los lectores de nuestros 23 diarios de información general —asociando sus intereses informativos relacionados con la zona noroeste con sus perfiles sociodemográficos— como la conversación social sobre los mismos en redes sociales.

Para llevar a cabo este informe, además de la avanzada tecnología propia de análisis de Prensa Ibérica, el estudio ha contado con la participación de LLYC, una consultora global líder en comunicación estratégica, marketing y asuntos públicos, con una amplia experiencia en la escucha de la conversación social, que ha aportado toda su experiencia para enriquecer un análisis que ahora se publica en este

Estudio de Tendencias Informativas en la zona Noroeste.

Gracias a la metodología empleada, que ha sido desarrollada específicamente para este estudio por Prensa Ibérica y LLYC atendiendo al objetivo del mismo, hemos sido capaces de identificar en el periodo analizado las tendencias consolidadas o emergentes que conforman las principales preocupaciones e intereses informativos de la región.

Este estudio se centra en 4 de las temáticas que son relevantes para comprender los desafíos económicos y empresariales de la zona Noroeste.

El Índice de Interés Informativo I^3

Gracias a la plataforma tecnológica de Prensa Ibérica, podemos analizar al minuto todos los datos que nos proporciona nuestra audiencia y los podemos cruzar con los que recogemos de las redes sociales.

Evaluamos dos universos distintos: el de nuestros lectores y el de los usuarios de redes sociales, que a menudo tienen comportamientos similares, pero a veces muestran preferencias muy distintas.

También queremos reflejar estas dos realidades diferenciando las métricas de cada uno de los entornos.

Estas dos capas de datos nos proporcionan, a través de su tratamiento y análisis, un conocimiento excepcional que usamos para saber las inquietudes de los ciudadanos y ciudadanas, y para elaborar contenidos que sintonicen con sus intereses.

Las métricas de tráfico web de nuestras cabeceras y las de *escucha* de las redes sociales las combinamos y presentamos a través de un indicador propio e innovador, el Índice de Interés Informativo, con el que se valoran y clasifican todos los contenidos



Metodología

Las conclusiones de este estudio son producto del análisis del comportamiento de más de 14 millones de navegadores únicos, que han accedido a más de 713.000 contenidos de Prensa Ibérica desde una dirección IP de Galicia, Principado de Asturias y Castilla y León y que han visto casi 140 millones de páginas.

Las 4 tendencias informativas principales analizadas a fondo en este estudio suman un total de 6,2 millones de navegadores únicos, que han visto más de 35 millones de páginas de 139.125 contenidos distintos.

Además, en el análisis de estas 4 tendencias informativas se ha tenido en cuenta también la escucha especializada de las redes sociales, en el que posteriormente se han evaluado cerca de 6 millones de menciones, con un alcance potencial acumulado de 12.403 millones de personas.

Los datos a partir de los que se extraen 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.



Metodología

PERIODO ESTUDIADO: 1 ENERO 2024 - 31 DICIEMBRE 2024

Para la clasificación de los contenidos disponemos desde el inicio de una taxonomía de contenidos que ha sido construida en base a conocimiento experto y que dispone de dos niveles de agregación de contenidos, temáticas (17 temáticas principales diferentes) y 137 subtemáticas.

Las noticias y mensajes se han asignado a cada subtemática utilizando mecanismos de Inteligencia Artificial. Esas subtemáticas se agregan a cada temática principal definida en la taxonomía inicial.

En el ecosistema digital, además, se han aplicado técnicas de procesamiento del lenguaje natural, análisis semántico, morfológico y sintáctico, como el modelo de *Bag of Words* (BoW), con el propósito de alcanzar una cobertura precisa y exhaustiva de la conversación social digital asociada a las distintas categorías mediante *keyword matching*.

En el caso de las noticias de Prensa Ibérica, un mismo contenido ha podido ser asignado como máximo a dos temáticas principales distintas.



Analizamos las 17 temáticas principales y tras calcular el valor de la métrica Triple I (incluye la actividad en Prensa Ibérica y en el ecosistema digital) en todas ellas, hemos seleccionado para un análisis en profundidad 4 de las temáticas más relevantes en la zona Noroeste de España.

Este estudio es representativo del universo de lectores de los diarios de información general digitales de Prensa Ibérica así como del universo de usuarios de Twitter.

Los grupos sociodemográficos y la distribución geográfica que aporta la audiencia de Prensa Ibérica se complementan con los datos provenientes de la escucha en redes sociales.

Con la aportación de los datos de redes se evita el impacto que pueden tener en los resultados las decisiones que Prensa Ibérica haya tomado sobre cuánto producir y qué visibilidad dar a las noticias de cada temática.



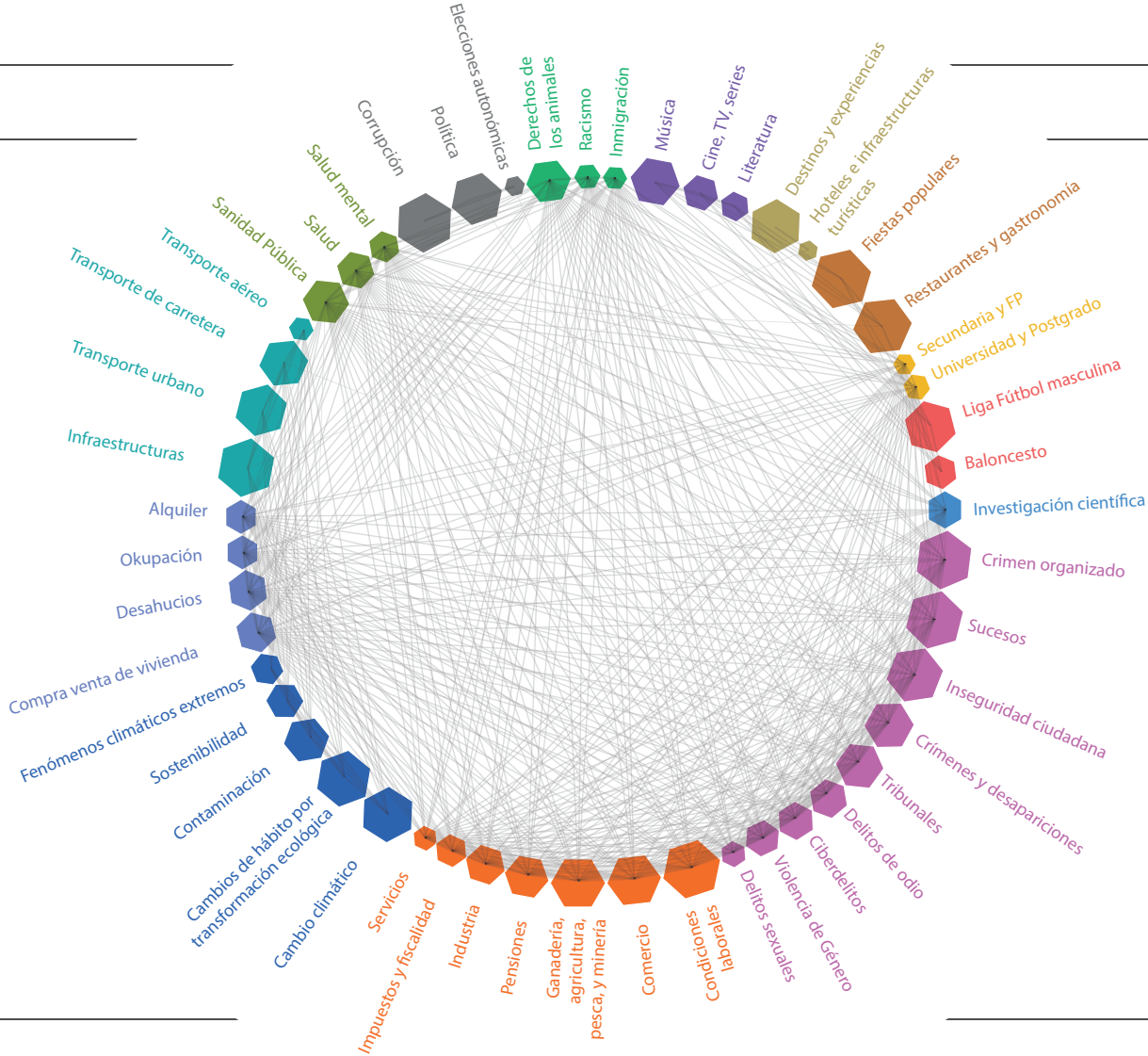
Resumen ejecutivo

¿De qué hablaron en el Corredor Noroeste?

Principales temas de conversación en 2024 en el Corredor Atlántico Noroeste ordenados según el índice I3 y las interrelaciones entre ellos

- Cambio climático y transformación ecológica
- Ciencia
- Cultura
- Deporte
- Economía y empleo
- Educación
- Igualdad y derechos
- Ocio
- Política
- Sanidad
- Seguridad ciudadana
- Transporte y movilidad
- Turismo
- Vivienda

Infografía: Ricard Gràcia





Índice

1

El sector
primario como
un foco clave
del desarrollo
económico

2

Interés por un
modelo turístico
en expansión
alejado del sol y
playa

3

El nuevo mapa
del transporte
mira al corredor
Atlántico

4

El 'fin del
aislamiento'
surge como un
relato
emergente

5

La vivienda, un
ejemplo de
contrastes
dentro del
territorio

6

La biodiversidad
como motor de
nuevas formas
de economía

7

El papel
estratégico del
Arco Atlántico
en la economía
y la logística

8

El desafío
demográfico,
un reto
fundamental
de futuro

9

El Camino de
Santiago como
símbolo
transversal de la
zona noroeste

10

La industria de
defensa, motor
estratégico para
España

1 El sector primario como un foco clave del desarrollo económico

El sector primario despierta un marcado interés informativo y social en el Noroeste. En lo que respecta a la actividad ganadera, la atención gira en torno a la evolución normativa, los apoyos económicos, los reajustes empresariales, precios, ayudas y estrategias de sostenibilidad. Destacan los picos de atención por los daños causados por el lobo. A su vez, existe un debate creciente ante la entrada de alimentos importados y una conversación positiva por innovaciones respetuosas con el medio ambiente. En el campo,

El apoyo a ganaderos y agricultores marca el interés informativo junto a la agroindustria y la pesca

las demandas se han convertido en un foco de polarización en plataformas sociales, donde se entrelazan con discursos políticos. Destacan las noticias de manifestaciones en defensa del mundo rural, con reclamos por condiciones laborales dignas y una política agraria que armonice con los objetivos de sostenibilidad. Se valora al sector agroindustrial como pilar del desarrollo territorial y se cuestiona el alcance de las decisiones comunitarias europeas frente a la capacidad de respuesta local. Y el ámbito pesquero, especialmente en Galicia, cobra visibilidad a raíz de la pérdida de competitividad, el cierre de minoristas, la merma del consumo y las restricciones comunitarias.



2 Interés por un modelo turístico en expansión alejado del sol y playa

Frente al predominio del modelo turístico mediterráneo y de sol y playa, el interés por el noroeste peninsular se consolida como una alternativa basada en la experiencia, el valor cultural y el contacto con la naturaleza.

Este hecho ha atraído el interés de los lectores, especialmente en lo que se refiere al crecimiento sostenido del turismo en los últimos años en Asturias, Galicia y Castilla y León. Las noticias más leídas ejemplifican esta tendencia con referencias a rutas patrimoniales (como el Camino de Santiago o los itinerarios románicos y

prerrománicos), a enclaves naturales y a eventos culturales o gastronómicos con fuerte arraigo local. También se detecta en el auge del termalismo y el turismo de salud, que está recobrando protagonismo en enclaves como Cuntis, Ourense o el norte de Lugo.

No obstante, especialmente en la conversación se plantea que esta oportunidad de desarrollo también plantea el reto de mantener el equilibrio entre crecimiento económico, protección del entorno y cohesión social, evitando errores de otros modelos turísticos.

Las tres comunidades del Noroeste registran un crecimiento sostenido del turismo



3 El nuevo mapa del transporte mira al corredor Atlántico

El interés informativo relacionado con la mejora del nuevo mapa del transporte y las comunicaciones en el Noroeste desde la inauguración de la nueva conexión ferroviaria es patente. Especial atención genera la alta velocidad como pieza fundamental en la articulación del territorio, la actividad económica y la cohesión social. También se consumen las noticias de servicios: precios, retrasos, etcétera. En Galicia, generan interés las noticias sobre la lentitud del avance.

A la conversación sobre la apuesta por el transporte ferroviario se suma la que trata sobre la circulación vial. Las

noticias sobre las carreteras captan un gran protagonismo, sobre todo las de reaperturas de tramos, obras e interrupciones del tráfico, con sus repercusiones logísticas y económicas. En lo que respecta a infraestructuras portuarias y aeroportuarias, ganan visibilidad los contenidos de nuevas rutas y episodios llamativos relacionados con cruceros, operativos de rescate y maniobras en puertos.

Los contenidos de la alta velocidad y las carreteras ganan visibilidad como vehículo de cohesión social





4 El 'fin del aislamiento' surge como un relato emergente

El interés informativo y la conversación social muestran la transformación de la visión histórica de Asturias, Galicia y Castilla y León como periferias marcadas por el declive industrial, el envejecimiento demográfico y una desconexión estructural respecto a los principales ejes de crecimiento del país. El interés por la mejora de las infraestructuras de transporte —con la expansión de la alta velocidad y la modernización de las conexiones viarias y portuarias— y por la redefinición de su posición en el mapa económico y logístico peninsular así lo muestra. Este impulso, sumado al auge del teletrabajo, la digitalización y el atractivo turístico del entorno natural, se refleja en noticias que

hablan de la atracción de nuevos perfiles profesionales y el retorno de población joven que antes emigraba a lo que se suma la creciente sensibilidad frente al cambio climático. El 'fin del aislamiento' no solo remite a la mejora física de las conexiones, sino a una renovación del relato que se tiñe de matices positivos. También se da la conversación que advierte sobre el peligro de caer en los errores de desarrollo que se cometieron en otros lugares.

La conversación y el interés informativo comienza a teñirse de matices positivos que rompen una tendencia de décadas

5 La vivienda, un ejemplo de contrastes dentro del territorio

La conversación muestra interés por la vivienda en áreas costeras de Galicia y Asturias, Vigo, enclaves turísticos y ciudades intermedias con crecimiento dado que son zonas con un mercado tensionado. Las noticias sobre la subida de precios –tanto de compra como de alquiler–, la conversión de viviendas en alojamientos turísticos, la presión de nuevos residentes de rentas medias-altas procedentes de otras regiones y del parque inmobiliario envejecido con poca oferta disponible en condiciones dignas son algunos de los temas de demanda informativa.

Frente a esta situación, los contenidos sobre ciertas comarcas de Castilla y León o del interior asturiano y gallego ponen el foco en la abundante vivienda vacía.

De la conversación fluye una demanda, especialmente entre jóvenes y sectores con menor capacidad adquisitiva, de políticas que atiendan la revitalización del mundo rural y la protección de los mercados urbanos más presionados con un urbanismo sostenible, rehabilitación energética y más vivienda pública que frene la especulación.

El sector inmobiliario genera un contenido que va del mercado tensionado a la vivienda vacía del interior, y la conversación demanda políticas más sostenibles





6 La biodiversidad como motor de nuevas formas de economía

Los lectores responden con interés a las informaciones que describen el noroeste peninsular como una zona que mantiene algunos de los ecosistemas mejor conservados de la Península, con una biodiversidad notable, una red amplia de espacios naturales protegidos y una relación histórica entre las comunidades locales y su entorno que ha favorecido modelos de gestión relativamente sostenibles. Esta riqueza natural aparece en las

El entorno se ha convertido en un reclamo para el turismo y para proyectos relacionados con la bioeconomía y energías renovables

noticias como un valor distintivo frente a otros territorios más urbanizados o degradados y el interés informativo muestra cómo este entorno se ha convertido en un potente atractivo turístico y en un reclamo para proyectos vinculados a la bioeconomía, la investigación ambiental o las energías renovables.

Sin embargo, esta ventaja ecológica, como se observa en la conversación, también entra en tensión con las dinámicas de crecimiento del turismo y el riesgo de masificación de parajes emblemáticos, la presión sobre recursos hídricos y forestales, y la falta de mecanismos efectivos para el control del impacto ambiental.

7

El papel estratégico del Arco Atlántico en la economía, el turismo y la logística

El interés informativo refleja cómo Asturias y Galicia proyectan su identidad y su economía hacia el océano Atlántico a través del consumo de informaciones y conversación sobre actividades clave vinculadas al mar que en muchos casos tienen proyección internacional.

Además, la colaboración transfronteriza con el norte de Portugal en comercio, cultura y transporte refuerza la visión de un Arco Atlántico que avanza en estrategias comunes de

crecimiento verde, movilidad y digitalización.

Las noticias y la conversación relacionada con la cooperación funcional –como las relacionadas con el transporte de mercancías, la agroindustria o el turismo de interior vinculado a rutas jacobitas y culturales– muestran un modelo territorial y económico interconectado en el que Castilla y León tiene un papel importante a pesar de que no goza de una salida directa al mar.

Asturias y Galicia proyectan su identidad y su economía hacia el mar y conectan con Castilla y León a través de un modelo de cooperación



8

El desafío demográfico, un reto fundamental de futuro

Los ciudadanos leen con creciente interés noticias que hablan de pueblos que se vacían, aulas que cierran, envejecimiento de la población, falta de oportunidades para los jóvenes y el éxodo hacia otras regiones. La conversación menciona que la vida se complica fuera de las grandes ciudades

La lectura sobre despoblación y envejecimiento sirve de argumento para que en la conversación se asegure que la vida se complica fuera de las grandes ciudades

porque cuesta encontrar trabajo estable, hay menos servicios públicos y se encarece el acceso a la vivienda, sobre todo en zonas turísticas donde el alquiler vacacional desplaza a los residentes. Frente a esta realidad, el ciudadano también percibe un contraste: hay oportunidades que no terminan de aprovecharse. Se habla del potencial del turismo rural, del regreso a lo local, del teletrabajo... pero faltan políticas claras que lo hagan posible. En redes sociales y foros se critica lo que consideran una falta de respuesta efectiva por parte de las administraciones. La preocupación por el futuro se mezcla con un fuerte apego al territorio.





9

El Camino de Santiago como símbolo transversal de la zona noroeste

El Camino de Santiago juega un papel destacado en el interés informativo en las comunidades de Galicia, Asturias y Castilla y León. Han gozado del favor de la atención y el interés de los lectores noticias como las referentes al crecimiento sostenido como destino turístico –con más de 400.000 peregrinos anuales registrados en Santiago de Compostela–; el impacto directo en la revitalización de entornos rurales; el mantenimiento del pequeño comercio; el surgimiento de nuevas iniciativas de empleo local,

especialmente en sectores como la hostelería, la artesanía o los servicios culturales; las inversiones públicas y privadas en infraestructuras –albergues, señalización, transporte comarcal–, y su contribución para establecer a población joven en algunos núcleos rurales. En algunas ocasiones estas informaciones comparten interés con otras relacionadas con el turismo religioso, como las vinculadas a la Semana Santa de Zamora, León y Valladolid.

Al mismo tiempo, la gestión del Camino plantea retos que aparecen especialmente en la conversación en redes, como la presión estacional sobre los recursos naturales, la necesidad de garantizar una experiencia turística sostenible y el impacto del cambio climático sobre caminos históricos (inundaciones, incendios, deterioro de sendas)...

El corredor se convierte en foco informativo por el impacto económico y cultural en la región

La gestión del Camino plantea retos como el impacto del cambio climático

10 La industria de defensa, motor estratégico para España

La industria armamentística y de defensa en Asturias, Galicia y Castilla y León genera en 2024 un interés relevante debido fundamentalmente a su impacto económico y laboral en el territorio. Previo a la situación que se nos presenta este año de rearme en todo el continente europeo, el noroeste español ya se mantenía como un peso estratégico en el ecosistema de defensa hacia el que mirar, siendo un motor de empleo cualificado y especializado, así como de inversión industrial a través de grandes compañías como Santa Bárbara Sistemas, Indra o Navantia. La sociedad también valora especialmente

aquellas historias que visibilizan a empresas locales como protagonistas de estrategias nacionales y europeas, humanizando el relato a través

La sociedad valora al sector por su impacto económico y laboral y por posicionar el territorio en tácticas europeas

de ejemplos concretos. La audiencia percibe este tipo de iniciativas como hitos de posicionamiento estratégico, aumentando la relevancia mediática de estas noticias.

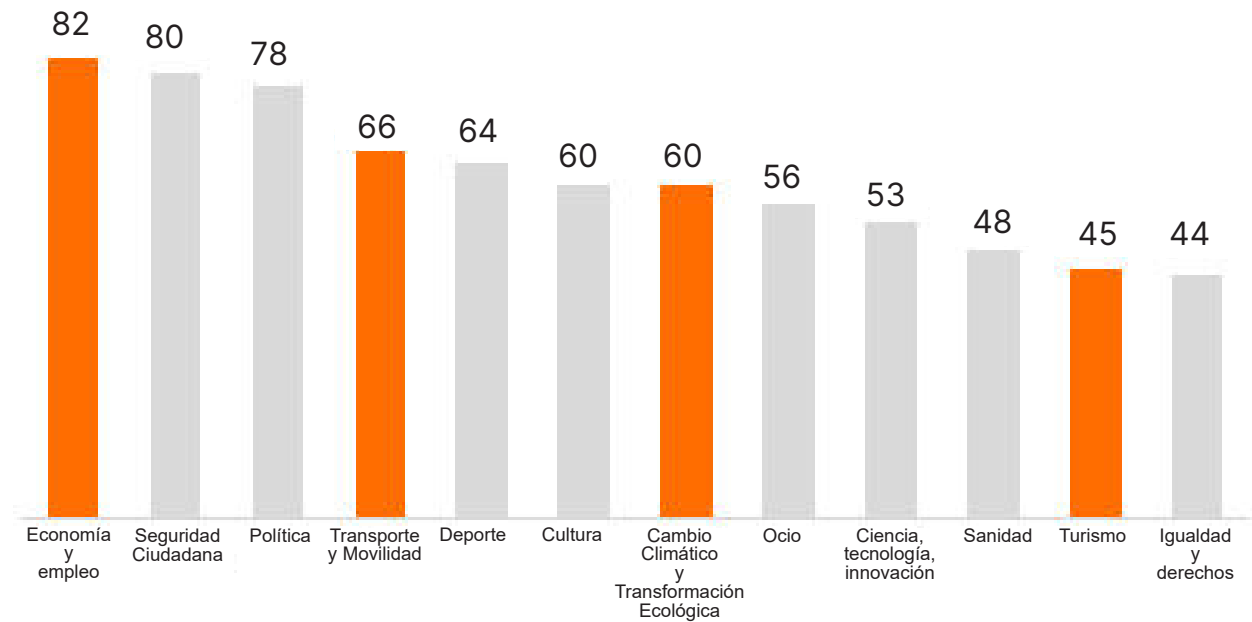




Las tendencias informativas más relevantes para el Corredor Atlántico Noroeste



Presentamos las 12 tendencias informativas principales del Corredor Atlántico Noroeste según el ranking I3.
En este documento se analizan las 4 temáticas más relevantes para comprender los desafíos económicos y empresariales de la región.





Economía y empleo

Los contenidos sobre empleo y condiciones laborales impulsan las audiencias en prensa y redes sociales.

La economía suscita un interés estable a lo largo del año.

Empleo es el primer subtema de esta tendencia en prensa y el segundo en redes sociales, con especial incidencia en la reducción de jornada: la implantación de la semana de 35 horas por una empresa en Milladoiro o el respaldo de Inditex a este modelo han reactivado la discusión sobre su viabilidad, especialmente entre las pymes.

El sector turístico también tiene gran protagonismo en ambos entornos con una mirada específica hacia la generación de empleo y las condiciones laborales: se conversa sobre precariedad, bajos salarios e inestabilidad.

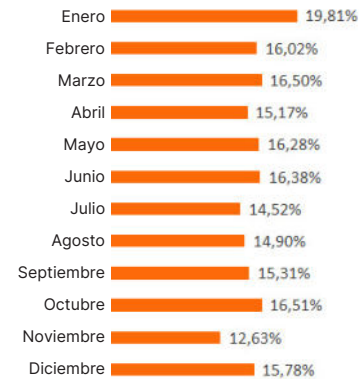
PRENSA



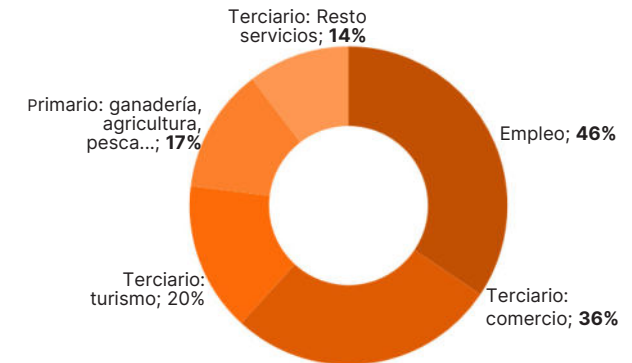
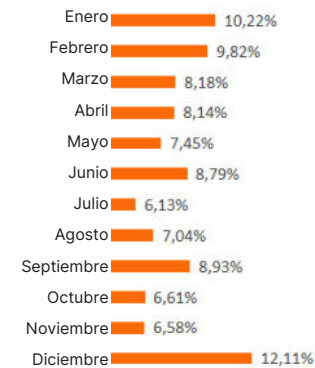
REDES SOCIALES



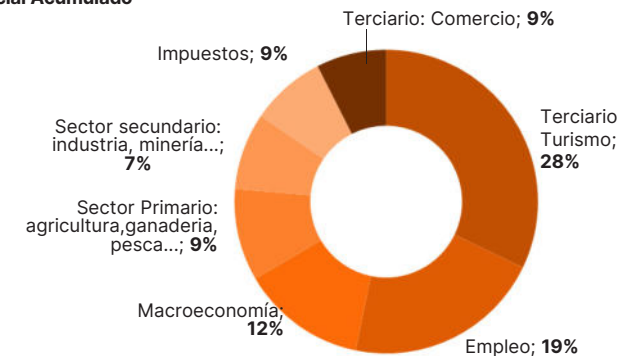
Lo que contamos en Prensa Ibérica: Navegadores Únicos



Lo que escuchamos en RRSS: Alcance Potencial Acumulado



*No pueden sumarse entre sí, son N.U. por cada uno de los subtemas



Los subtemas en el gráfico representan más del 85% del alcance total

La ganadería en el foco: tensión social, precios inciertos y el lobo

El interés por la ganadería está muy presente tanto en las noticias como en la conversación en las tres comunidades. En términos generales, la ciudadanía está atenta a las regulaciones, ayudas y medidas de sostenibilidad. Y en particular, a informaciones que tienen que ver con las dificultades del sector; daños producidos por el lobo o reorganizaciones de negocios. Este tema consigue picos notables de lectura en noticias que están relacionadas, por ejemplo, con sanciones a ganaderos por incumplir normas sanitarias o con los precios de la leche. Asimismo, al ciudadano le interesa el problema de la entrada de productos foráneos, pero también iniciativas sostenibles, como soluciones más eficientes frente a los purines.

01



03



02



La pesca preocupa: menos consumo, cierre de pescaderías y amenaza de identidad

La pesca aparece como contenido demandado, sobre todo en Galicia, por la crisis que vive el sector y la desinversión. El cierre de pescaderías, la caída del consumo, la actualidad de la flota pesquera y las medidas de la UE centran la atención. También los artículos más identitarios, que apelan a símbolos culturales en peligro.

El clamor agrícola crece en la conversación por ser clave del futuro rural

Las reivindicaciones agrarias se polarizan en las conversaciones y en redes se mezclan con críticas políticas. Se mencionan las protestas de agricultores en defensa de sus derechos y se destaca la necesidad de garantizar salarios justos y precios equitativos, así como la importancia de impulsar un modelo agrario acorde con la transición verde. Se reivindica al sector primario y la industria agroalimentaria como claves para el desarrollo económico y social regional, con críticas a la influencia de las políticas agrarias de la Unión Europea frente a las limitaciones de las autonomías.

Entre lo más leído destaca el contenido que revitaliza la economía de los pueblos o crea oportunidades laborales en el sector agroalimentario, y en redes se habla también de cultivos dañados por la fauna salvaje.

Además

La reconversión de pozos tradicionales mineros hacia usos tecnológicos, nuevos horizontes mineros con minerales críticos y controversias legales son algunos proyectos que centran el interés de **la minería**.



03

Un debate social muy centrado en **el empleo**

El empleo, los derechos y las condiciones laborales, como la jornada de 35 horas, son una prioridad en la conversación, con especial interés en las historias personales de casos reales. Esta subcategoría lidera en impacto, con fuerte preocupación social por el bienestar y la información que afecta al bolsillo ciudadano. Artículos orientados a jóvenes y poblaciones específicas mantienen una relevancia alta. Y en redes, lo es el teletrabajo.



04

El **pulso del comercio** engancha a nivel local

La transformación del *retail* sigue interesando, especialmente cuando se trata de cierres o movimientos relevantes. El caso “La cadena de supermercados que venderá sus 29 tiendas” aparece dos veces entre los artículos más vistos por el interés hacia el entorno comercial diario. También destacan las noticias de desarrollo comercial local y los esfuerzos para revitalizar las pequeñas empresas.



05

Amazon en Siero, más allá de lo económico

La llegada de Amazon a Siero ha sido una de las noticias económicas con mayor recorrido en Asturias durante el último año. La reindustrialización logística en un eje tradicionalmente vinculado al sector secundario interesa al lector al ser presentada como un revulsivo para la economía regional por su dimensión y las oportunidades para el empleo, así como para la identidad cultural y social del concejo.



06

Focos logísticos como generadores de empleo

Los centros de desarrollo logísticos entran en las conversaciones desde el punto de vista de cercanía y empleo. Es el caso de la cooperativa zamorana Cobadu, el mayor fabricante de piensos en España, o proyectos como la Zona de Actividades Logísticas e Industriales de Asturias (ZALIA) y el clúster logístico gallego, con Vigo como la ciudad con mayor porcentaje de empleo tecnológico en España.

Además

Amancio Ortega interesa por sus inversiones inmobiliarias, su estrategia de expansión internacional y el papel clave que desempeña en la reconfiguración de sectores estratégicos locales, como el inmobiliario y el turístico.

Estrella Galicia construye una narrativa más emocional y cultural, con contenidos que se mueven entre la relevancia social, la identidad regional y la consolidación empresarial.

Jubilaciones y pensiones, una fidelización clave

Este bloque muestra una sensibilidad constante y sostenida, especialmente entre lectores mayores, segmento importante de la población del noroeste. El interés se centra en el deseo de estabilidad y mejora, de ahí el patrón de búsqueda ante políticas cambiantes que crean incertidumbre. Es un contenido de fidelización clave si se dirige a mayores de 60 años. La demanda de contenidos sobre la seguridad social y el futuro de las pensiones sigue siendo alto.

06



08



La economía de los cuidados, una tendencia emergente

La lectura demanda un discurso emergente que sitúa a la economía de los cuidados y la salud pública como palancas de desarrollo y cohesión, especialmente en un contexto de envejecimiento y dispersión territorial. La competitividad e inversión en infraestructuras hospitalarias interesan por el empleo cualificado.

07



09



Dos polos de intereses centran la industria naval

Mientras el contenido informativo de la industria naval, sobre todo la gallega, interesa por su alta cartera de pedidos y el repunte de contratos de las empresas auxiliares, la conversación se polariza por la precariedad e incertidumbre financiera del sector y de sus trabajadores.

La industria del acero y su sostenibilidad

La industria del acero, con Arcerlor a la cabeza, aparece en la demanda de contenidos con temas variados. En Asturias destaca el interés por una nueva legislación estatal ligada a las ayudas al acero, un sector clave en esta comunidad. Y en Castilla y León, desde la perspectiva de proyectos como el de Arcelor Mittal con hidrógeno verde, promoviendo la sostenibilidad y el empleo.

Además

Uno de los temas que más interés concitan es la **demografía** ligada a la **despoblación**. Sobre todo aquellos proyectos que promueven la repoblación y el tejido productivo rural. Progreso económico y demografía son dos vectores íntimamente vinculados, interdependientes para los ciudadanos.

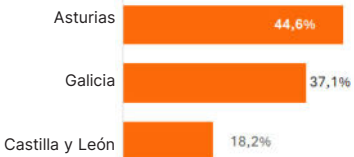
Lo que destaca en las provincias en global

Los ciudadanos revelan una gran sensibilidad hacia la información relativa a la estabilidad económica tanto personal como empresarial. Foco en afectaciones en sectores clave como el agrario y pesquero, donde los empresarios están atentos a regulación y sostenibilidad del negocio. Interés el empleo, condiciones laborales y en regulaciones que afectan a costes laborales o beneficios fiscales. Evolución de los subsidios, pensiones y ayudas públicas.

Lo que destaca en un nivel más local

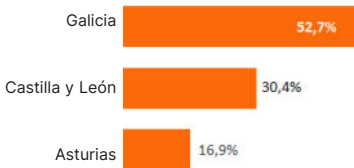
Prensa

% de Navegadores Únicos



Redes Sociales

% personas alcance



Asturias

La industria militar ya suma más de 2.500 empleos en la región y ha experimentado un crecimiento gracias al desembarco de empresas del sector de defensa como Indra y Escribano.

El apoyo a la industria del acero llega con una nueva legislación estatal que permitirá mantener ayudas al acero, mientras que ArcelorMittal atraviesa un periodo de incertidumbre industrial en Asturias.

En infraestructuras, los frecuentes problemas del AVE y la falta de trenes adecuados limitan la conectividad regional y el aprovechamiento de las inversiones ya ejecutadas. Esta situación frena la competitividad de Asturias como nodo logístico y turístico.

Castilla y León

Zamora incrementa de 7 a 11 su número de grandes empresas en solo un año. La cooperativa Cobadu se consolida como el mayor productor de piensos del país, liderando desde Castilla y León una industria agroalimentaria con fuerte capacidad exportadora.

La Junta activa medidas para repoblar y dinamizar el entorno rural, como ayudas de 2.000 euros a familias que se trasladen a pueblos y 3.000 euros a bares rurales para evitar su cierre. Estas iniciativas buscan sostener el consumo y los servicios en zonas despobladas.

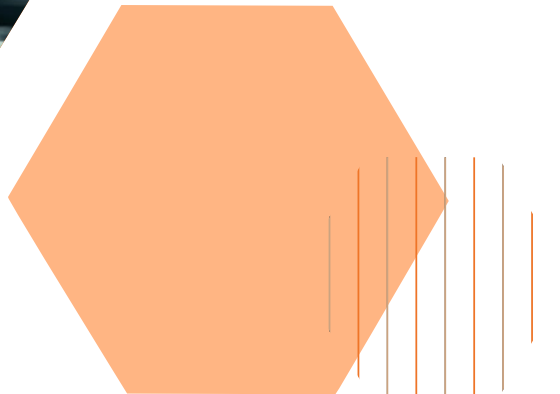
Los ganaderos denuncian un fuerte impacto por la entrada masiva de productos foráneos, especialmente lechazos, lo que debilita la rentabilidad de la producción local.

Galicia

Estrella Galicia ha iniciado la producción en su nueva planta de Morás, clave para escalar en el ranking cervecero nacional. Desde la Xunta se confirma que hay en estudio dos proyectos industriales que podrían suponer 400 millones de euros en inversión y hasta 700 empleos

Sector agroalimentario: protestas y tractoradas de agricultores y ganaderos que reclaman medidas estructurales que aseguren la rentabilidad del campo. Además denuncian la falta de reconocimiento comercial de productos locales como el vino tinto de Barrantes

El naval gallego supera al País Vasco en carga de pedidos y con la mayor demanda desde la pandemia. El sector pesquero mantiene su fuerza internacional con más de 220 buques operando en 30 países, pero se pierden más de un tercio de las pescaderías tradicionales.



Transporte y movilidad

Accidentes en carretera y trenes que no llegan son parte de los contenidos que atrapan a las audiencias

El transporte por carretera es el primer subtema en los dos entornos, prensa y redes sociales, con un eje común: la seguridad vial y los accidentes de tráfico.

En redes, el ferrocarril emerge como un foco de malestar por las deficiencias del servicio, especialmente tras los retrasos del AVE a Asturias y los fallos en trenes nuevos. El deterioro del servicio y la gestión ferroviaria —como en el caso del AVE a Galicia o el soterramiento en Valladolid— alimentan la percepción de un sistema de movilidad ineficiente y politizado.

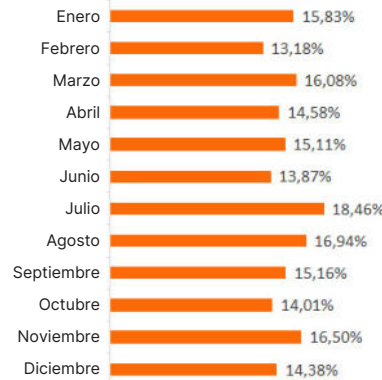
PRENSA



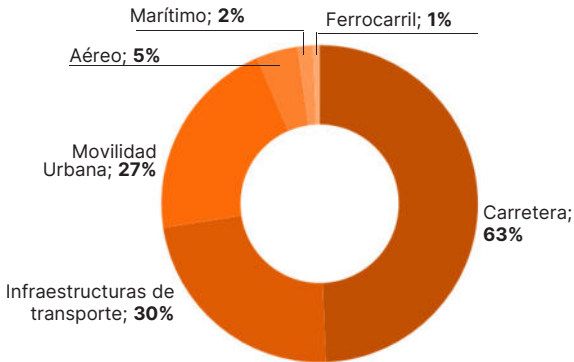
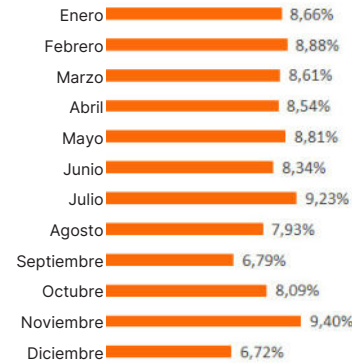
REDES SOCIALES



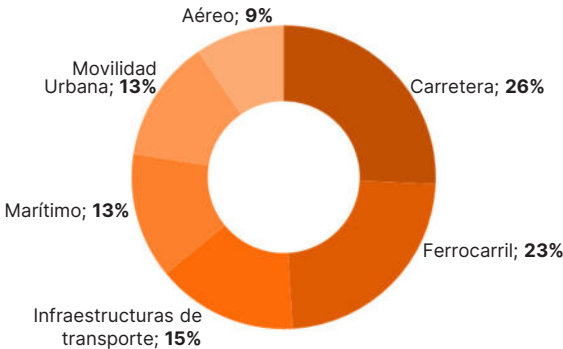
Lo que contamos en Prensa Ibérica: Navegadores Únicos



Lo que escuchamos en RRSS: Alcance Potencial Acumulado



*No pueden sumarse entre sí, son N.U. por cada uno de los subtemas



Los subtemas en el gráfico representan más del 85% del alcance total

Las carreteras encabezan la demanda informativa tanto en medios como en redes

Las carreteras se han convertido en el foco de interés más significativo de esta temática tanto en prensa como en redes. Muy potente es la narrativa relacionada con cierres temporales, retrasos y aperturas de nuevos tramos viales. Estas noticias tienen un fuerte componente territorial, también por los costes empresariales consecuencia de los cortes en las carreteras.

Otra potente mirada va dirigida hacia los accidentes de tráfico. Destaca que la conversación en redes se detenga en aquellos causados por el clima adverso, desprendimientos e imprudencias, y se critique la gestión de emergencias y la falta de prevención ante fenómenos como nevadas o lluvias intensas. Mucho interés generan también las conductas peligrosas, como conducir bajo los efectos del alcohol, y los casos de presunta corrupción en la contratación.



01



02

Notable seguimiento de la inversión pública en infraestructuras y su impacto global

En conjunto, tanto en prensa como en redes se detecta un creciente interés por el contenido que hace referencia al impacto económico, laboral y social del sistema de transporte. La ciudadanía realiza un notable seguimiento de las noticias sobre inversiones públicas para los proyectos de infraestructuras de transporte en general y soluciones urbanas en particular, incluyendo avances, finalizaciones y gestiones políticas. Interesan el impacto de estas actuaciones en la movilidad local y los hitos administrativos.

Además

Durante los meses de verano, la movilidad y el transporte es el tema estrella de las conversaciones, con picos de interés informativo no solo coincidiendo con la operación salida, sino con saturaciones de tráfico y colapso de infraestructuras locales generadas en zonas costeras y espacios naturales por el auge del turismo.



El AVE y la vertebración ferroviaria del territorio

Un año después de la apertura de la variante, el AVE es visto en la conversación como un elemento clave de la vertebración de la región, no solo en términos de transporte sino como motor económico, turístico e incluso social. Entre las noticias que más interés han generado aparecen las que tratan de planificación, con frecuencias de líneas y precios, si bien las que hablan de los problemas del servicio tienden a llamar mucho la atención y suelen viralizarse en redes, donde los usuarios expresan su crispación por retrasos e incidencias.

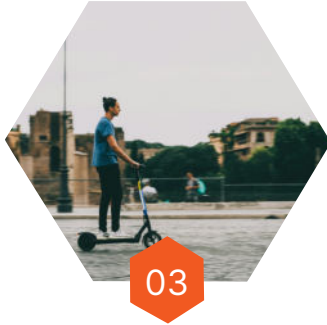


El corredor Atlántico como motor de expectativas

El corredor Atlántico despierta gran interés sobre todo en Asturias y Castilla y León por los contenidos que lo perfilan como una infraestructura clave para el desarrollo económico, centrando el debate en los retrasos y las presiones de instituciones y empresarios. En Galicia al no terminar de concretarse como una oportunidad real, la información más leída va dirigida a la frustración del tejido empresarial y político.

Además

Las noticias sobre los problemas derivados del **Feve y el Fevemocho** ya no atraen la atención, tan solo el anuncio del Gobierno de una inversión de 65 millones para mejorar tres tramos de la antigua Feve en Castilla y León figura entre las más leídas.



Movilidad urbana: lo práctico y lo cercano

Tras las infraestructuras y carreteras destaca la movilidad urbana como subtemática con más atractivo en tres aspectos: los conflictos en el transporte público y la saturación del servicio, la regulación de bicicletas y vehículos alternativos y los colapsos urbanos y fallos estructurales en grandes ciudades. En las conversaciones hay interés también por las noticias sobre las medidas para mejorar la movilidad urbana, como es la instalación de radares u otras de gestión del tráfico, la instalación de carriles bici o nuevos proyectos de transporte público.

Aeropuertos y puertos: del despegue de nuevos destinos al drama en alta mar

Los nuevos destinos de vuelos, campañas promocionales de aerolíneas regionales y ampliaciones de oferta turística son los temas, que más interés generan en la temática de aeropuertos y puertos, con una demanda informativa de contenidos positivos y enfocados en la mejora de la conectividad. En puertos, la atención también se centra en torno a cruceros atracados por emergencias, rescates a pequeñas embarcaciones o maniobras espectaculares. Otra narrativa relevante destaca los esfuerzos de Salvamento Marítimo.



Interés por las normas de tráfico, seguros e impuestos

Titulares relacionados con la DGT, multas, nuevos dispositivos obligatorios o radares aparecen de forma recurrente entre los más leídos. Esto sugiere un alto interés en la regulación del transporte, con posibles implicaciones para el sector logístico, transporte de mercancías y movilidad empresarial. En redes, la conversación se orienta a la seguridad vial, con énfasis en los riesgos derivados de fenómenos climáticos extremos y la falta de prevención institucional. También se leen temas de seguros, impuestos y regulaciones en la movilidad urbana centradas en la necesidad de políticas públicas que garanticen seguridad.

Además

La sostenibilidad en la mejora de la circulación y el transporte sin comprometer el entorno es otro punto atractivo para el ciudadano. En redes se destacan los desafíos medioambientales, las restricciones por contaminación del aire y la necesidad de reducir siniestralidad urbana mediante una planificación más inclusiva y eficiente.

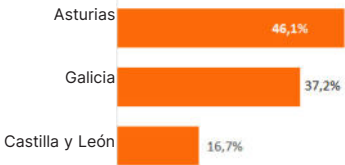
Lo que destaca en las provincias en global

La información y conversación acerca del transporte por carretera domina en las 3 comunidades: hay un interés claro en las noticias sobre accidentes de tráfico. Pero la audiencia también se preocupa por las infraestructuras, especialmente en zonas rurales o de conexión interregional, y por los costes empresariales derivados de los cortes u otras intervenciones en las carreteras.

Lo que destaca en un nivel más local

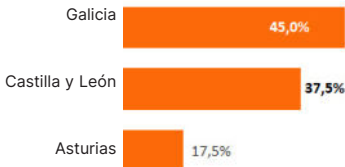
Prensa

% de Navegadores Únicos



Redes Sociales

% personas alcance



Asturias

Reconfiguración estratégica de la infraestructura ferroviaria gracias a la variante de Pajares y el despliegue de los nuevos trenes Avril.

El Corredor Atlántico despierta gran interés: infraestructura clave para el desarrollo económico asturiano, avanza despacio y los actores institucionales y empresariales presionan para lograr inversiones que mejoren la velocidad del proyecto.

El auge del turismo provoca tensiones en la red vial de zonas costeras y espacios naturales, con episodios de congestión y deterioro de la calidad de vida local. En redes, se critica el impacto de los cruceros y la afluencia de turistas en destinos sensibles.

Castilla y León

Zamora, enfrenta una situación crítica en sus principales accesos viarios, con múltiples obras simultáneas que ralentizan la movilidad regional y afectan la competitividad.

Las obras en la estación de Chamartín provocan una reducción de trenes en Zamora durante dos meses mientras el Gobierno aprueba una inversión de 65 millones para mejorar tres tramos de la antigua Feve.

Expectación y preocupación por el desenlace del proyecto Corredor Ruta de la Plata que se considera vital para la vertebración del territorio, con la conexión del tráfico de mercancías del Norte de España a los puertos del sur, especialmente Algeciras. .

Galicia

La llegada del AVE a nuevas ciudades gallegas no ha logrado disipar el malestar de usuarios y colectivos empresariales, que denuncian retrasos, falta de frecuencias y desconexión con redes clave como la de Portugal.

El Corredor Atlántico sigue sin concretarse como una oportunidad real para Galicia. La comunidad ha quedado excluida por segundo año consecutivo de los fondos europeos, generando frustración entre el tejido empresarial y político, que exige un cambio de ritmo y mayor voluntad política.

Debate sobre los peajes de la AP-9, que seguirán vigentes hasta 2045, a diferencia de otras regiones que ya disfrutaban de gratuidad en sus principales vías. Esto refuerza la sensación de agravio territorial. interurbano.

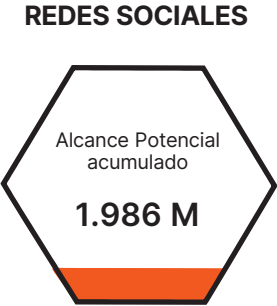
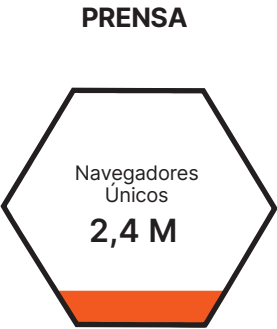


Cambio climático y Transformación ecológica

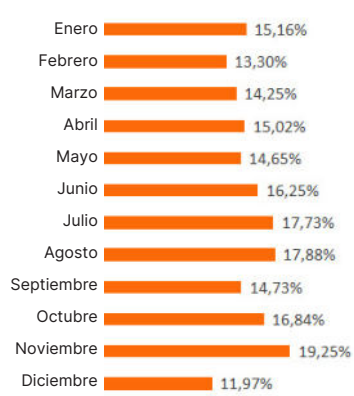
La Dana de Valencia hace de noviembre el mes del año con mayor audiencia en prensa y redes sociales.

La DANA y su impacto en la Comunidad Valenciana, genera un alto interés; a la preocupación por lo sucedido allí se añade el interés por saber si hay posibilidad de que eventos similares afecten al noroeste peninsular y, en ese caso, qué tipo de medidas habría que tomar para evitar el daño.

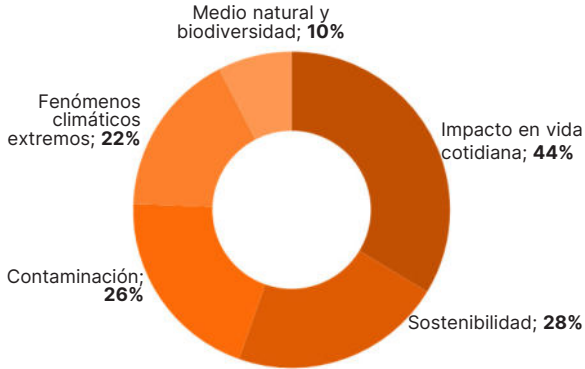
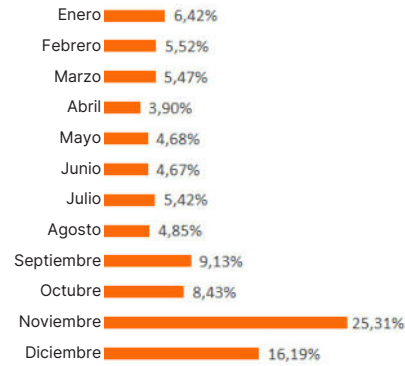
En un análisis más global en prensa el subtema con mayor volumen de navegadores ha sido el impacto en la vida cotidiana del cambio climático (reciclaje, prohibiciones, etc). En cambio en las redes sociales la discusión se centra en mayor manera en temas relacionados con la sostenibilidad.



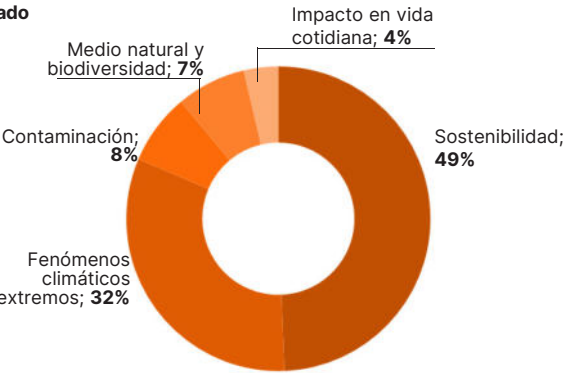
Lo que contamos en Prensa Ibérica: Navegadores Únicos



Lo que escuchamos en RRSS: Alcance Potencial Acumulado



*No pueden sumarse entre sí, son N.U. por cada uno de los subtemas



Los subtemas en el gráfico representan más del 85% del alcance total



Los desafíos cotidianos: del reciclaje al urbanismo

El cambio climático es una temática muy demandada dado que causa cambios en la vida diaria de forma tangible. Las noticias más vistas informan sobre casos de alteraciones en los hábitos de consumo y reciclaje, restricciones ambientales o la introducción accidental de especies exóticas. Otro hilo narrativo de la conversación es la adaptación de servicios públicos, especialmente sanitarios, ante nuevas amenazas medioambientales. Es el caso del Sergas y sus unidades de aislamiento para amenazas tropicales. En redes se habla de la relación entre desarrollo urbanístico y conservación ambiental.

Sostenibilidad bajo la lupa, por un compromiso real

Uno de los ejes estratégicos que más atención atrae es la sostenibilidad. En prensa, los argumentos visualizados giran en torno a la inversión institucional y empresarial, así como las iniciativas medioambientales, que van desde reforestación a proyectos industriales sostenibles. También surge el interés por acciones vinculadas a la eficiencia hídrica, la movilidad sostenible o la gestión de residuos. Y en redes, la conversación se endurece con una mayor exigencia frente a la gestión ambiental por parte de las administraciones y un compromiso real con la Agenda 2030.



¿Y si la DANA de Valencia ocurriera en mi región?

El interés que han despertado las noticias sobre eventos meteorológicos extremos con la DANA hace que en la conversación no se perciban ya como episodios puntuales sino como manifestaciones habituales de una nueva realidad climática. La DANA de Valencia se convierte en foco de interés no solo por su potencial destructivo sino por la preocupación creciente de la capacidad de las infraestructuras locales para responder a estos fenómenos. La polarización política aparece en las redes, con críticas a la gestión de la DANA y a la falta de coordinación y transparencia.

Además

Una noticia que llamó mucho la atención hace referencia a **una próxima 'sequía'** que no será de agua, sino de recursos esenciales ligados al sistema digital, lo que introduce una perspectiva más amplia del concepto de sostenibilidad.

La gestión de la contaminación y sus contradicciones

En esta subcategoría prevalece una narrativa crítica que pone el foco en las contradicciones de la acción pública. Una de las noticias más leídas es el caso en el que el Ministerio de Transportes recomendaba el uso de una planta invasora, mientras que otras instancias del mismo gobierno dedicaban recursos a combatirla. También interesan temas sobre la degradación visible del entorno urbano y natural, como el contenido de la alerta sobre playas gallegas que han sido señaladas negativamente por medios británicos. La información del incendio de un edificio de Valencia revestido con materiales inflamables y la llegada de humo de los incendios de Portugal han sido muy seguidas. Y en redes los es la contaminación marina.



La energía verde se percibe en el noroeste como transformadora, no solo del paisaje

La llamada energía verde aparece en las conversaciones tanto por la transformación profunda del paisaje y de las dinámicas sociales, como por su potencial económico y de empleo. Las noticias de ocupaciones de suelos urbanos y rústicos interesan, sobre todo cuando se centran en compatibilizar desarrollo y cohesión territorial. La innovación de industrias familiares y empresas tanto para adaptarse a tecnologías limpias como para fabricarlas es uno de los temas que también se lee.

El ciudadano se moviliza por la salud de los ecosistemas locales

El ciudadano está atento a los contenidos sobre los ecosistemas autóctonos. Las noticias más leídas tienden a poner en valor el patrimonio natural con tono contemplativo o divulgativo. Un interés que alcanza al turismo de naturaleza y la identidad territorial. También llaman la atención aquellas noticias que advierten sobre la pérdida de biodiversidad, especialmente marina. Por ejemplo, la situación crítica del berberecho en la ría de Noia se convierte en argumento para defender un ecosistema que muestra señales de sobreexplotación o estrés climático. Otro contenido muy leído es la aparición de organismos marinos inusuales en playas por cambios de temperatura del agua o de corrientes oceánicas.

Además

La divulgación científica relacionada con el cambio climático es muy demandada. Uno de los artículos más consultados aborda el posible colapso de la corriente del Atlántico. Y otro es una entrevista a un geólogo que niega la existencia del cambio climático.

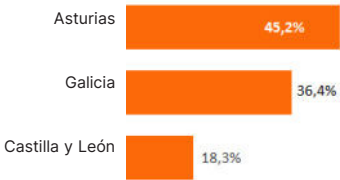
Lo que destaca en las provincias en global

La DANA de Valencia concentró la atención en todas las comunidades en el mes de noviembre. Los contenidos relacionados con la sostenibilidad, como la transformación del sector energético o con el impacto del cambio climático en turismo también generan un interés común.

Lo que destaca en un nivel más local

Prensa

% de Navegadores Únicos



Redes Sociales

% personas alcance



Asturias

Asturias avanza en su transición energética con resultados desiguales: si bien las renovables ya generan buena parte de la electricidad regional ha quedado fuera de los primeros fondos del PERTE para la descarbonización.

Surgen nuevos agentes industriales vinculados a la sostenibilidad, como CCC Energo, que desplegará una red de plantas de biometano desde Gijón, o IDESA, que lidera procesos de reconversión hacia tecnologías limpias.

La lucha contra el cambio climático impulsa nuevas oportunidades de innovación industrial en Asturias, desde el fortalecimiento de ferias de producto ecológico como la feria FAPEA en Llanera, hasta la expansión de fuentes limpias como la biomasa o el biometano.

Castilla y León

Castilla y León impulsa proyectos como el polígono Zamora Norte, declarado proyecto ambiental estratégico. En redes sociales se detecta un creciente interés por las soluciones energéticas sostenibles como motor de desarrollo rural.

En Burgos, se desarrollará la primera calle del mundo pavimentada con residuos de aerogeneradores, un ejemplo pionero de economía circular aplicada a la infraestructura urbana

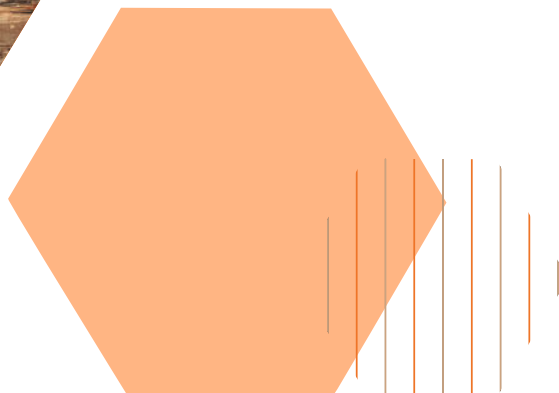
Se abordan retos críticos como la situación del embalse de Ricobayo o la degradación de acuíferos contaminados por nitratos en Zamora, que representan una amenaza para el sector agroganadero y la seguridad hídrica.

Galicia

Proyectos como el nuevo “enchufe” de Redeia para la mayor batería hidroeléctrica de la comunidad y la confirmación de Enagás sobre la viabilidad del hidroducto gallego refuerzan el papel de Galicia en la red nacional de energía limpia.

Se anuncian desarrollos pioneros, como una planta que transformará residuos textiles en muebles o un sistema gallego avanzado para combatir incendios forestales

Vertido masivo de microplásticos en las costas de Barbanza, Noia y Muros, vinculado a una marea de pellets. En redes sociales, se destaca el temor al impacto en las Rías Baixas por los vertidos aunque se valora positivamente la rápida reacción institucional.



Turismo

Julio y agosto, temporada alta también en audiencias y conversación

Turismo es la temática con mayor porcentaje de lectura completada, lo que refleja un fuerte interés ciudadano sobre esta tendencia.

Los contenidos más leídos abordan desde la promoción de destinos y nuevas conexiones —como la ruta aérea entre Santiago y el norte de África— hasta la preocupación por el turismo masivo y su impacto en el entorno. Este fenómeno genera tensiones en regiones como Galicia y Asturias, donde el modelo turístico empieza a ser cuestionado.

PRENSA



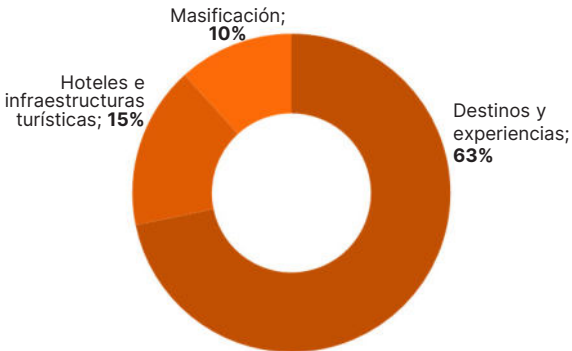
REDES SOCIALES



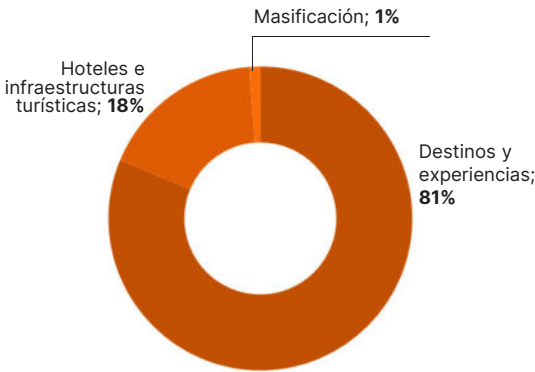
Lo que contamos en Prensa Ibérica: Navegadores Únicos



Lo que escuchamos en RRSS: Alcance Potencial Acumulado



*No pueden sumarse entre sí, son N.U. por cada uno de los subtemas



Los subtemas en el gráfico representan más del 85% del alcance total



Las escapadas relax ganan terreno y copan las demandas informativas del viajero

Los destinos y las experiencias copan las demandas narrativas en lo que respecta al turismo del noroeste, siendo el sector termal y el relacionado con el relax los que más interés generan. Propuestas vinculadas a balnearios, termas naturales y enclaves con propiedades terapéuticas aparecen como las más atractivas, destacando en las conversaciones su capacidad para combinar salud, tradición y paisaje frente a otros destinos más saturados. Además, la mayoría se interesa por el otoño y el invierno para estas escapadas a corta distancia y sin necesidad de gran planificación.



Redescubrimiento de enclaves singulares con **valor cultural o paisajístico**

El ciudadano busca como turista noticias de destinos poco masificados, con una narrativa basada en el descubrimiento de joyas ocultas. La importancia del patrimonio cultural (ruinas romanas, villas históricas, pueblos con encanto) y de la autenticidad paisajística entra en las conversaciones como reclamo. La palabra "redescubrimiento" es clave para la búsqueda de espacios conocidos pero poco frecuentados, o zonas que ganan relevancia gracias al boca a boca o redes sociales. Destaca el deseo de diferenciación y, en muchos casos, el vínculo emocional con el territorio.

Además

La Navidad de Vigo aparece en las conversaciones como destino turístico, y el interés se centra en el contenido mediático que la eleva a seña de identidad de la ciudad y a reclamo estratégico para eventos nacionales.

El turista sénior lee cada vez más contenidos prácticos para viajar

Uno de los perfiles turísticos que está en auge en el noroeste es el turista sénior, interesado por contenidos de componente práctico sobre el programa del Imsero (cómo acceder, precios, fechas). El turismo rural aparece como contrapeso a las grandes urbes, mostrando experiencias más tranquilas, sostenibles y económicas, especialmente relevantes para el público de mayor edad.

03



El lujo y la exclusividad interesa por su imagen de modernización

La creciente inversión en hoteles de lujo llama la atención tanto por las aperturas como por posicionar al territorio como destino de alto nivel. Las noticias más leídas resaltan la exclusividad, las cifras de inversión, la arquitectura singular o el valor añadido (spa, ubicación, historia). Y se interpreta en la conversación como imagen de modernización del tejido turístico.

04



05



La saturación turística y sus efectos sociales como reflexión de futuro

Las noticias de ocupación excesiva en playas y ciudades son muy leídas y forman parte de la conversación. Interesan aquellas sobre el conflicto social entre residentes y visitantes y la apropiación del espacio público. Pero también las que promueven la reflexión de los límites del éxito turístico y sus efectos secundarios y dan voz a especialistas vulnerables. El ruido en redes sociales supone el 1% de la temática turismo.

Además

Los cruceros aparecen como interesantes por el crecimiento económico que generan, mientras que en redes se habla del reto medioambiental y social que suponen.

La sidra emerge como protagonista indiscutible de la narrativa informativa asturiana tras su reconocimiento internacional, y se percibe en las conversaciones como construcción de orgullo regional

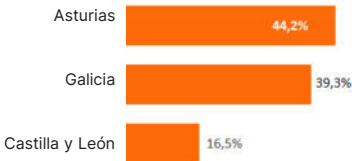
Lo que destaca en las provincias en global

Las inversiones, los nuevos proyectos en la región y las iniciativas de promoción turística despiertan gran interés como palanca de crecimiento turística; También los esfuerzos para equilibrar el crecimiento turístico con la sostenibilidad, como las iniciativas para promover el turismo rural y las actividades al aire libre. La creciente presión turística y la necesidad de acomodar las infraestructuras y servicios es otra de las grandes conversaciones comunes.

Lo que destaca en un nivel más local

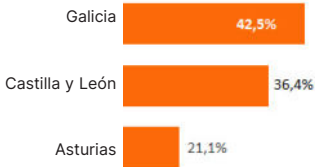
Prensa

% de Navegadores Únicos



Redes Sociales

% personas alcance



Asturias

Asturias se posiciona como refugio climático, con un clima más amable durante los meses de calor extremo, lo que aumenta su atractivo como destino estival sostenible a largo plazo.

El Principado atrae inversión turística privada y diversifica su oferta con propuestas de lujo como el primer hotel cinco estrellas gran lujo del norte de España, turismo de interior y modelos vinculados al patrimonio.

La mejora de la conectividad terrestre y aérea clave para el crecimiento turístico. La apertura de nuevas rutas y la llegada de los trenes Avril con tarifas promocionales están ampliando la capacidad de atracción del destino.

Castilla y León

En el debate sobre las tradiciones como recurso turístico en Riofrío de Aliste se pone en valor el patrimonio inmaterial como elemento diferenciador.

Las iniciativas turísticas en Castilla y León promueven la cohesión territorial a través del turismo cultural. Herramientas como el “pasaporte turístico” refuerzan la conectividad entre destinos patrimoniales y fomentan la movilidad de los visitantes dentro de la comunidad.

La creación de La “Gran Ruta de los Molinos y Lameiros” (GR298) una ruta transfronteriza entre España y Portugal a través de Zamora amplía la proyección internacional del suroeste de la comunidad, fomentando el flujo turístico y reforzando la cooperación territorial.

Galicia

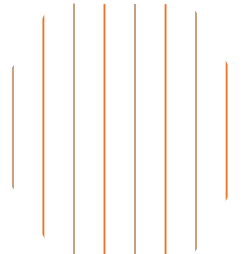
Galicia es un destino turístico con identidad propia, busca diferenciarse a través de experiencias locales y productos autóctonos, con fiestas gastronómicas como la de la empanada o la promoción del fondo marino.

Municipios como Carnota o la Ribeira Sacra apuestan por un modelo alternativo, basado en bajas emisiones, arte local y respeto por los recursos naturales. En redes, se expresa incomodidad ciudadana por la presión turística en entornos pequeños, que genera colapsos en movilidad y servicios básicos.

Se destaca el valor del turismo gastronómico como elemento diferenciador, así como el atractivo de fiestas tradicionales, productos del mar y rutas rurales como en A Estrada o O Grove.



Anexo metodología



Estudio tendencias informativas para el Corredor Atlántico Noroeste

Periodo de Análisis:

1 de enero a 31 de diciembre de 2024

Cálculo del Ranking I3

Para esta parte del estudio únicamente utilizamos información sobre la navegación de los Navegadores de la región del Noroeste Español (Principado de Asturias, Castilla y León, Galicia) así que ese filtro aplica a todos los pasos realizados en él:

Para cada una de las Categorías analizadas buscamos la actividad de navegación y obtenemos las siguientes métricas:

- Número de páginas vistas
- Número de navegadores únicos
- Porcentaje de lectura completada
- Tiempo de lectura

Desde LLYC recibimos para cada una de las Categorías analizadas las métricas

- Número de menciones generadas desde la región Noroeste
- Alcance potencial de las menciones generadas

A partir de esas métricas de consumo en Prensa Ibérica y de repercusión en el resto del ecosistema digital construimos el indicador I3. Para ello, para cada una de las Categorías calculamos:

1. Número de páginas vistas en los contenidos de PI etiquetados como pertenecientes a esa Categoría
2. Porcentaje de lectura completada en los contenidos de PI etiquetados como pertenecientes a esa Categoría
3. Promedio del tiempo de lectura acumulado por cada navegador único en los contenidos de PI etiquetados como pertenecientes a esa Categoría
4. Número de menciones sobre esa Categoría en X
5. Alcance que han tenido las menciones sobre esa Categoría en X

Para cada una de esas Categorías calculamos el ranking (de mayor a menor) que ocupa en cada una de las 5 métricas indicadas:

Calculamos la métrica agregada “Índice de Interés Informativo” (I3) para cada una de las Categorías seleccionadas, como la suma del orden que cada una de ellas ocupa en cada una de las 5 métricas indicadas dividida por 100 (es la máxima nota que podría ocupar una Categoría si fuese la que obtiene la posición más alta en las 5 métricas utilizadas).

Se ha utilizado el mismo método para las 119 subcategorías analizadas con el objetivo de ganar en profundidad del análisis.

Métricas calculadas

Para cada una de las 10 tendencias identificadas calculamos las siguientes métricas en el conjunto del periodo de análisis:

- Número de contenidos distintos asociados a la Categoría publicados en PI
- Número de navegadores únicos que han leído contenidos asociados a la Categoría publicados en PI
- Número de páginas vistas generadas por los contenidos asociados a la Categoría publicados en PI
- Porcentaje de lectura completada en las de páginas vistas generadas por los contenidos asociados a la Categoría publicados en PI
- Tiempo acumulado de lectura de por los contenidos asociados a la Categoría publicados en PI.
- Desglose por provincia del porcentaje de páginas vistas generadas por los contenidos asociados a la Categoría publicados en PI. En el caso de las páginas vistas en los sites de PI se utiliza el código postal que un proveedor externo nos indica a partir de la dirección IP desde la que se consume la página vista.
- Desglose por género y tramo de edad de los navegadores únicos que han consumido contenidos publicados por PI

asociados a la Categoría. El origen de esta información es la instancia de Google Analytics de PI

- Número de perfiles únicos potencialmente alcanzados (Reach) por los diferentes participantes de la conversación social digital en X en cada una de las diferentes categorías
- Número de mensajes e impactos generados en X por los perfiles participantes de la conversación social digital a partir de las keywords asociadas a cada una de las categorías.
- Desglose por provincia del porcentaje de mensajes generados y alcance potencial de usuarios en X asociados a la categoría.
- Desglose del porcentaje de mensajes generados por género y tramo de edad. El origen de esta información proviene de los paneles sociales segmentados por la plataforma de escucha digital Brandwatch.

Para cada una de las tendencias calculamos las siguientes métricas para cada uno de los meses del periodo de análisis:

- Número de contenidos publicados distintos asociados a la Categoría publicados en PI
- Número de contenidos leídos distintos asociados a la Categoría publicados en PI
- Número de navegadores únicos que han leído contenidos asociados a la Categoría publicados en PI
- Número de páginas vistas generadas por los contenidos asociados a la Categoría publicados en PI
- Número de perfiles únicos potencialmente alcanzados mensualmente (Reach mensual) por los diferentes participantes de la conversación social digital en X

- Número de mensajes e impactos generados cada mes en X por los perfiles participantes de la conversación social digital.

En Prensa Ibérica consideramos que la población de referencia 1 está formada por los navegadores de la región que han consumido cualquiera de los contenidos que han sido analizados en el Estudio, es decir, los contenidos clasificados en cualquiera de las Categorías iniciales o en la Categoría “Otros”. Para esa población calculamos las métricas:

- Número de contenidos publicados
- Número de navegadores únicos
- Número de páginas vistas
- Distribución de los navegadores únicos en función de su género. El origen de esta información es la instancia de Google Analytics de PI.
- Distribución de los navegadores únicos en función de su tramo de edad. El origen de esta información es la instancia de Google Analytics de PI.

Consideramos que la población de referencia 2 está formada por los navegadores de la región que han consumido cualquiera de los contenidos clasificados en cualquiera de las 10 Categorías con mayor valor en la métrica I3. Para esa población calculamos las métricas:

- Número de contenidos publicados
- Número de navegadores únicos
- Número de páginas vistas
- Distribución de los navegadores únicos en función de su

género. El origen de esta información es la instancia de Google Analytics de PI.

- Distribución de los navegadores únicos en función de su tramo de edad. El origen de esta información es la instancia de Google Analytics de PI.

Para cada Subcategoría que sea hija de alguna de las Categorías incluidas en el Estudio detallado calculamos las siguientes métricas:

- Número de contenidos publicados
- Número de navegadores únicos
- Número de páginas vistas



Datos de representatividad y margen de error:

En el caso de Prensa Ibérica se ha analizado el comportamiento del universo completo de los navegadores con IP de la región que han consultado algún contenido en alguna de las 23 cabeceras de Prensa Ibérica durante el periodo del estudio.

Tamaño de la muestra representativa X: Brandwatch utiliza el 10% de las menciones de la red social, lo cual es un tamaño común en estudios de muestreo en redes sociales, aunque el margen de confianza podría variar en función de la amplitud de esta muestra en comparación con el total de la conversación. En términos generales, un 10% de la muestra con extrapolación y muestreo sistemático suele tener un margen de confianza aproximado del 95%.

Como añadido, Brandwatch recopila datos históricos ilimitados que incluyen menciones en una muestra representativa del 10% de la red social X.

Esta muestra es extrapolada para obtener una estimación de cobertura completa, complementada con el 100% de los archivos disponibles en Brandwatch.

Para seleccionar esta muestra del 10%, Brandwatch emplea un muestreo sistemático que garantiza resultados estadísticamente representativos de la conversación total.

Calidad de las keywords: La precisión y adecuación de las keywords utilizadas en las consultas afectará directamente la representatividad de los datos. Keywords bien seleccionadas ayudan a capturar más fielmente la conversación relevante,

reduciendo posibles sesgos. De esta forma, el margen de confianza podría mantenerse alto, pero si las keywords están incompletas o mal seleccionadas, el margen de confianza disminuye.

Datos complementarios: El uso del 100% de los archivos de Brandwatch amplía la cobertura, lo cual favorece la precisión, pues permite acceder a más información. Esto contribuiría a mantener o aumentar el nivel de confianza del análisis.

En general, si las keywords son óptimas y el muestreo se aplica sistemáticamente, el margen de confianza podría estimarse en 95% con un margen de error que rondaría el 3-5%. Este es un estándar común en estudios de gran tamaño de muestra y extrapolación.



Taxonomía

Partimos de una de una taxonomía de contenidos que ha sido construida en base a conocimiento experto y que dispone de dos niveles de agregación de contenidos:

- Nivel Categoría, con 17 valores diferentes.

- Nivel Subcategoría (137 valores diferentes).

Cada Sub-categoría es “hija” de una Categoría y cada Categoría es “madre” de varias Subcategorías.

Para la asignación de los contenidos a las Categoría se han utilizado mecanismos de Inteligencia Artificial.

Categoría	Subcategoría
1. Actualidad religión y espiritualidad	Actualidad religión y espiritualidad
2. Cambio climático y transformación ecológica	Sostenibilidad
	Fenómenos climáticos extremos
	Impacto en vida cotidiana
	Contaminación
	Medio natural y biodiversidad
3. Ciencia, tecnología e innovación	Investigación científica
	Redes sociales
	Inteligencia Artificial
	Dispositivos, gadgets electrónicos, y digitalización de la vida diaria
4. Cultura	Cine, TV, series
	Música, conciertos y festivales
	Literatura
	Pintura, escultura, fotografía, exposiciones y museos
	Teatro y otras artes escénicas

Categoría	Subcategoría
5. Deporte	Fútbol masculino: La Liga 1ª y 2ª
	Fútbol - Europa League
	Fútbol - Champions League
	Tenis - ATP Finals
	Baloncesto - ACBW
	Tenis - Roland Garros
	Fútbol naciones: Eurocopa masculina
	Fútbol naciones: Mundial femenino
	Juegos Olímpicos
	Deportes minoritarios y amateur: running, padel...
	Motor - Fórmula 1
	Mundiales de deportes no fútbol
	Deporte femenino
	Ciclismo - Tour de Francia
	Fútbol Liga F
	Fútbol - Nations League masculino
	Fútbol - Nations League femenino
	Tenis - Wimbledon
	Fútbol - Nations League femenino
	SuperBowl
	Tenis - Copa Davis
	Ciclismo - Giro de Italia
	Golf - Masters Augusta
	Tenis - Open Australia
	Tenis - Open USA



Taxonomía

Categoría	Subcategoría
6. Economía y empleo	Empleo: Accidentes laborales, Condiciones laborales, Mercado laboral
	Sector terciario: Turismo
	Sector terciario: Comercio
	Sector primario: ganadería, agricultura, pesca, y minería y explotación forestal
	Impuestos y Fiscalidad
	Pensiones y jubilación
	Sector secundario: Industria, construcción y artesanía
	Sector terciario: Resto (servicios)
	Macroeconomía
	Autónomos y autoempleo
	Demografía, España vaciada, mundo rural, mundo urbano. Natalidad. Pirámide poblacional.
	Emprendedores (Startups, Scaleups...)
	Sector terciario: Economía digital
	Economía circular, economía azul y economía verde

Categoría	Subcategoría
7. Educación	Universidad y Postgrado
	Secundaria y formación profesional
	Guarderías, Infantil y Primaria
	Crianza de los hijos
	Selectividad
8. Igualdad y derechos	Acoso escolar y abusos en el entorno educativo
	Igualdad origen: Inmigración, racismo...
	Derechos de los animales
	Igualdad de género
	Igualdad LGTBI
	Libertad de expresión, cancelación y controversias culturales
	Cultura Woke
	Igualdad renta y nivel socioeconómico
	Derechos reproductivos
	Igualdad religiosa
	Derechos muerte digna



Taxonomía

Categoría	Subcategoría
9. Inmigración	Inmigración
10. Internacional	Guerras y Conflictos bélicos
	Política internacional
	Economía global
	Organizaciones internacionales y Cumbres mundiales: ONU, OTAN, Mercosur, BRICS, OMS, Davos, G8, G20...
	Comercio global
11. Ocio	Restaurantes y gastronomía
	Fiestas populares
	EVideojuegos e e-sports
12. Política	Actualidad política en España
	Casos judiciales políticos
	Partidos políticos en España
	Elecciones autonómicas en España
	Jefatura de estado
	Instituciones europeas
	Poder judicial en España
	Elecciones generales en España
	Elecciones locales en España

Categoría	Subcategoría
13. Sanidad	Sistema nacional de salud y Sanidad Pública
	Especialidades médicas y enfermedades
	Salud mental y bienestar emocional
	Sanidad Privada
14. Seguridad Ciudadana	Resto de delitos
	Fuerzas de seguridad
	Crímenes y desapariciones no mediáticas
	Sistema judicial (Juicios y sentencias no políticos)
	Narcotráfico, mafias, tráfico de personas
	Accidentes y desastres naturales (humanos no tráfico y naturales no vinculados al cambio climático: volcanes, terremotos, incendios...)
	Delitos de odio
	Violencia de Género
	Delitos sexuales
	Abusos a la infancia y menores
	Crímenes y desapariciones mediáticas
	Ciberdelitos

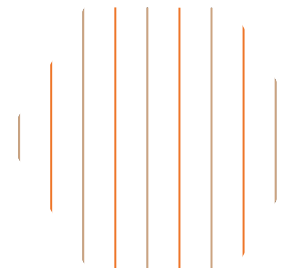


Taxonomía

Categoría	Subcategoría
15. Transporte y Movilidad	Movilidad Urbana: transporte público, espacio público, bicis y patinetes.
	Infraestructuras de transporte y movilidad
	Carretera (Sin infraestructuras)
	Ferrocarril (Sin infraestructuras)
	Aéreo (Sin infraestructuras)
	Marítimo (Sin infraestructuras)
16. Turismo	Destinos y experiencias
	Hoteles e infraestructuras turísticas
	Masificación
17. Vivienda	Mercado Compra Venta
	Desahucios
	Okupación
	Mercado del Alquiler
	Hipotecas: Tipos de interés, euribor
	Vivienda turística
	Gentrificación



Anexo glosario





Glosario de términos

Alcance potencial acumulado	Indica el número potencial de personas que han accedido a las menciones de unos contenidos o una temática en las redes sociales. Aunque la muestra conversacional obtenida de X está segmentada en Andalucía, el alcance de los mensajes generados por perfiles andaluces puede impactar en el resto de España e incluso en otros países. Por ello, las cifras de alcance son tan elevadas.
Cabeceras Prensa Ibérica	Cada una de las publicaciones web de los diarios de información general del grupo Prensa Ibérica.
Consumo	Expresión con la que nos referimos a la lectura de contenidos en el ecosistema digital, atendiendo al número de navegadores únicos y de páginas vistas
Índice de Interés Informativo	Indicador propio creado para este estudio de tendencias informativas que combina y pondera todas las métricas disponibles en las webs de Prensa Ibérica y los datos procedentes del resto del ecosistema digital. Este índice permite ‘puntuar’ y ordenar el grado de relevancia para los lectores de cada información, temática o tendencia.
Ecosistema digital	Universo que engloba todas las plataformas en las que se publican y comparten los contenidos informativos. Incluye páginas web, redes sociales, blogs, foros y otros

Menciones	Temática. Se detectan y contabilizan a través de etiquetas o palabras clave (keywords o hashtags)
Métricas	Conjunto de datos sobre la navegación de los usuarios en una o varias páginas webs. Los que se manejan en este estudio son el número de contenidos publicados, navegadores únicos y páginas vistas, pero otros, como el tiempo de lectura o el porcentaje de lectura completada, se han usado también para componer el índice de Interés Informativo .
Navegadores únicos	Número de dispositivos distintos que visitaron una tendencia, temática o contenido en un periodo determinado. Se contabilizan una sola vez, aunque accedan varias veces a una misma información.
Noticias de Prensa Ibérica	Cualquier contenido informativo publicado en alguna de los periódicos de información general del grupo Prensa Ibérica.
Páginas Vistas	Número de veces que se ha visitado un contenido web o los elementos que contiene. En este estudio se suman todas las visitas a los contenidos de una determinada temática.
Penetración	Porcentaje de navegadores únicos en un determinado territorio que acceden a cada tendencia, temática o contenido

ESTUDIO DE TENDENCIAS INFORMATIVAS EN EL CORREDOR ATLÁNTICO NOROESTE

Prensa Ibérica, LLYC. Mayo 2025

