

A blue-tinted portrait of two people. On the left is an older woman with short, curly hair, wearing a dark turtleneck and large hoop earrings. On the right is a younger man with dark hair, wearing a light-colored t-shirt. The background is a light blue gradient.

ESTUDIO DE TENDENCIAS INFORMATIVAS

 PRENSA
IBÉRICA

MAYO 2024

Página

03 **Presentación****06** **Resumen ejecutivo****18** **Análisis de tendencias****19** **Deporte****25** **Medioambiente****31** **Sanidad, salud y bienestar****37** **Seguridad Ciudadana****43** **Empresas****49** **Cultura**

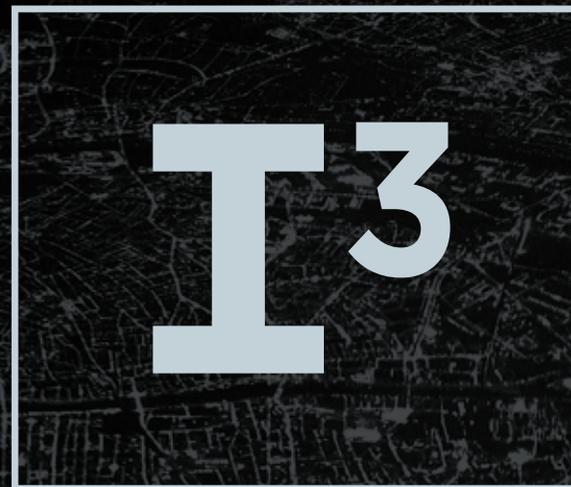
Página

55 **Turismo****61** **Educación****67** **Elecciones****73** **Transporte y movilidad****79** **Música****85** **Pensiones y jubilación****91** **Anexo Metodología****94** **Anexo Tablas**

El Índice de Interés Informativo **I³** de Prensa Ibérica

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 del resto del ecosistema digital del país. Evaluamos dos universos distintos: el de **nuestros lectores** y los del **resto del ecosistema digital**, 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 **I³****, con el que se valoran y clasifican todos los contenidos.





Metodología

PERIODO ESTUDIADO: 1 JULIO - 30 DICIEMBRE DE 2023

Las conclusiones de este estudio son producto del análisis del **comportamiento de más de 91,4 millones de navegadores únicos**, que han accedido a **324.000 contenidos** de Prensa Ibérica desde una dirección de IP España y han visto casi **921 millones de páginas**. Las **12 tendencias informativas** principales identificadas **suman un total de 59,8 millones de navegadores únicos** (la inmensa mayoría han visto contenidos de dos o más tendencias) que **han consultado más de 354 millones de páginas de 136.600 contenidos distintos**. Además, para esta selección de 12 tendencias informativas principales se ha realizado **escucha activa en redes sociales y resto del ecosistema digital** a partir de la cual se han analizado más de **36 millones de menciones**, con un alcance potencial de cada una de las tendencias de **entre 6,8 y 67,5 millones de personas**, acumulando todas las visualizaciones.

- Los datos a partir de los cuáles 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 provenientes de Prensa Ibérica (y Grupo Noticias para el País Vasco) se analizan **lecturas reales realizadas por personas** que han consumido **contenidos reales publicados** en nuestros medios. En los datos que provienen del resto del ecosistema digital, se analizan **publicaciones reales** (menciones, posts, noticias en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews) **efectivamente publicadas por personas u organizaciones**. Solo en el primer caso podría haber una afectación por las decisiones que Prensa Ibérica haya tomado sobre cuánto producir y qué visibilidad dar a las noticias de cada temática, de manera que el impacto que estas decisiones puedan tener en el valor.



Metodología

PERIODO ESTUDIADO: 1 JULIO - 30 DICIEMBRE DE 2023

- Para la asignación de los contenidos a las temáticas se han utilizado mecanismos de Inteligencia Artificial.
- Analizamos 18 temáticas distintas y tras analizar el valor de la métrica Triple I (incluye la actividad en Prensa Ibérica y en el ecosistema digital) en todas ellas, seleccionamos las 12 que son más relevantes para los españoles.
- La penetración de internet en la población española fue del 91%* en el año 2023. Los datos que utiliza este estudio son representativos por tanto de ese altísimo porcentaje de la población.
- La audiencia de Prensa Ibérica es altamente representativa de la población digital española, pero aun así, para afinar en las preferencias y en las tendencias informativas predominantes, añadimos al estudio los datos provenientes de la escucha en el ecosistema digital, que complementan los grupos sociodemográficos y la distribución geográfica que aporta la audiencia de Prensa Ibérica.

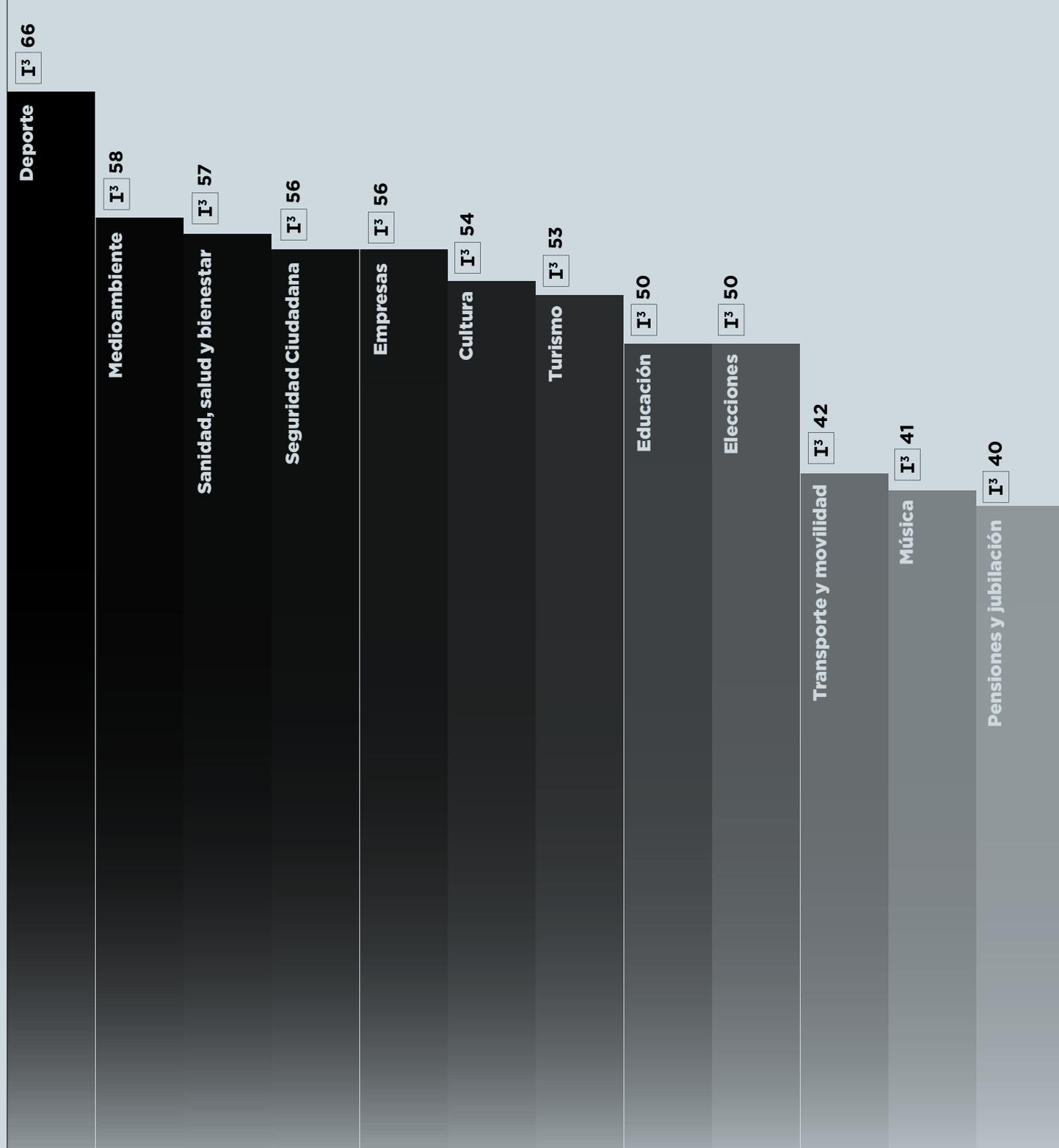
*Fuente: EGM

Resumen ejecutivo



Ranking de tendencias según el Índice de Interés Informativo

I³



El Mundial de fútbol femenino y el beso de Rubiales a una jugadora sacuden a la opinión pública

Un éxito deportivo sin precedentes, como fue el triunfo de España en el **Mundial de fútbol femenino, se vio ensombrecido por la actitud del entonces presidente de la Federación Española de Fútbol, Luis Rubiales, que durante la entrega de la copa y las medallas besó en la boca a la jugadora Jennifer Hermoso, sin su consentimiento, según ella explicó luego.** Ambos hechos sacudieron a la opinión pública española, alentaron el debate sobre la igualdad y el consentimiento ante muchos comportamientos machistas, y llevaron los contenidos deportivos a la cabeza de las tendencias informativas más relevantes del semestre con unos niveles de consumo inéditos para esta temática.

Crece el interés informativo por el medioambiente y la salud

Los contenidos relacionados con el **medioambiente, la salud y el bienestar** cobran más relevancia entre los lectores y se han situado en los puestos de cabeza del índice de Interés Informativo durante el segundo semestre de 2023. Este comportamiento viene a confirmar que **la inmensa mayoría de las 12 tendencias informativas principales tienen que ver con temas relacionados directamente con la calidad de vida de los ciudadanos.**

La música emerge como principal estímulo cultural y de ocio para los españoles

El peso del bloque de contenidos relacionados con la música dentro del ámbito informativo de la cultura quedó de manifiesto en el primer estudio de tendencias y llevó a desagregar esta temática, para darle personalidad propia, en el estudio del segundo semestre de 2023. El resultado es que ambas, **Cultura** (fiestas populares, artes escénicas, cine, museos, exposiciones, libros y literatura) y **Música, se han situado entre las doce tendencias informativas más relevantes de España,** y que la música aparece como el principal estímulo cultural y de ocio para los españoles.

Más preocupación por la movilidad y los temas empresariales

El consumo informativo durante la segunda mitad de 2023 ha situado entre las doce tendencias más relevantes los **contenidos relacionados con el transporte y la movilidad, que en las webs de Prensa Ibérica fueron los que registraron un mayor porcentaje de lectura completa.** Los datos de tráfico del segundo semestre del año han revelado también un mayor interés de la audiencia por los temas vinculados a las empresas, el comercio y la banca, que han pasado de la novena a la quinta posición en el ranking **I³**.



Los intereses económicos pierden peso en favor de la calidad de vida

El ranking de las doce tendencias informativas predominantes en España experimentó **cambios significativos durante la segunda mitad del año**, según revelan los datos correspondientes a este periodo. Una tercera parte de las doce tendencias principales en el primer semestre cayeron a posiciones más bajas y han sido sustituidas por otras que suscitaron mayor interés de los lectores. **De las cuatro tendencias que han perdido relevancia, tres son de naturaleza económica** (Empleo, Vivienda e Impuestos), aunque con **notable repercusión sobre la calidad de vida**; la cuarta es la **Guerra de Ucrania**, que ha ido decayendo en el consumo informativo a medida que se alargaba el conflicto. En su lugar han entrado en el ranking tendencias que abarcan **contenidos menos económicos y más directamente asociados a la calidad de vida**, como **el deporte, la salud, la sanidad, el bienestar, la igualdad, los transportes y la movilidad**, además de los vinculados a la música, que se ha desagregado de la tendencia Cultura, dentro de la cual figuró en el primer Estudio. De este modo, diez de las doce tendencias principales están asociadas ya con la calidad de vida de los ciudadanos.

La incertidumbre del resultado y de la investidura dispara la audiencia sobre las elecciones

La convocatoria anticipada de elecciones generales decidida inesperadamente por el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, tras los malos resultados del PSOE en las municipales y autonómicas disparó la expectación y el consumo informativo relacionado con las elecciones, que se superpuso también con las secuelas de las municipales y autonómicas de mayo y se prolongó después por el largo e incierto proceso de investidura. **El mes de las elecciones (julio) y el de la investidura (noviembre) fueron los que registraron mayor consumo informativo tanto en las webs de Prensa Ibérica como en las redes sociales y el resto del ecosistema digital.** El mayor interés de los ciudadanos por estas elecciones y la expectación por si sería posible investir a un nuevo presidente o habría que volver a las urnas, hizo que hubiera seis veces más contenidos y que la audiencia se disparara multiplicando por seis y por siete el número de navegadores y de páginas vistas, respectivamente.

Audiencia de las principales tendencias informativas en Prensa Ibérica

NOTICIAS PUBLICADAS		
Deporte	40.797	12,59%
Cultura	15.742	4,86%
Música	12.473	3,85%
Elecciones	11.860	3,66%
Empresas	11.174	3,45%
Sanidad, salud y bienestar	9.739	3,00%
Seguridad Ciudadana	9.551	2,95%
Medioambiente	9.182	2,83%
Educación	9.081	2,80%
Turismo	6.760	2,09%
Transporte y movilidad	6.634	2,05%
Pensiones y jubilación	1.485	0,46%

La tendencia Deporte, que además de los contenidos estrictamente deportivos incluye en esta ocasión los relacionados con la polémica por el beso no consentido del entonces presidente de la Federación Española de Fútbol, Luis Rubiales, a la jugadora Jennifer Hermoso durante la entrega de la copa y las medallas, es la que ha generado mayor número de contenidos en las webs de Prensa Ibérica durante el semestre, con más del 12% del total. Los relacionados con actividades culturales (Cultura y Música) suponen casi el 9%; incluso sumados quedan lejos aún de los del ámbito deportivo.

NAVEGADORES ÚNICOS		
Deporte	17.635.275	19,28%
Seguridad Ciudadana	15.430.357	16,87%
Cultura	13.293.446	14,53%
Empresas	13.023.919	14,24%
Medioambiente	11.514.836	12,59%
Sanidad, salud y bienestar	10.467.743	11,44%
Música	10.293.868	11,25%
Elecciones	9.749.005	10,66%
Transporte y movilidad	9.462.190	10,34%
Turismo	8.578.890	9,38%
Educación	7.580.242	8,29%
Pensiones y jubilación	7.542.994	8,24%

Los contenidos relacionados con el deporte no sólo han sido los más numerosos, sino también los que han atraído un mayor número de lectores, con más de 17,6 millones de navegadores únicos, por encima de los de seguridad ciudadana, sucesos y tribunales que lideraron el consumo en el semestre anterior. Los contenidos culturales siguen entre los de mayor consumo, pese a que este semestre se desagregaron los relacionados con la música, que tiene por sí sola gran relevancia informativa. Destaca también el mayor consumo de los temas relacionados con empresa, comercio y banca.

PÁGINAS VISTAS		
Deporte	61.512.266	6,68%
Seguridad Ciudadana	44.875.597	4,87%
Empresas	32.559.701	3,54%
Cultura	30.358.489	3,30%
Elecciones	29.517.457	3,20%
Medioambiente	29.297.031	3,18%
Sanidad, salud y bienestar	25.108.408	2,73%
Música	22.029.352	2,39%
Pensiones y jubilación	21.393.118	2,32%
Transporte y movilidad	20.842.448	2,26%
Turismo	18.807.553	2,04%
Educación	18.015.786	1,96%

El mayor consumo informativo en las webs de Prensa Ibérica se ha concentrado claramente en los contenidos de deportes, con más de 61,5 millones de páginas vistas. En segundo lugar se sitúan los de seguridad ciudadana, sucesos y tribunales, con casi 44,9 millones, aunque la suma de la audiencia de las tendencias de Cultura y Música se situaría por delante, con 52,3 millones, si se hubieran contabilizado juntas como en el primer semestre. También en esta tabla se aprecia la mayor relevancia en la segunda mitad del año de los contenidos sobre empresa, comercio y banca, con 32,5 millones de páginas vistas.



Alcance de las principales tendencias informativas en el resto del ecosistema digital

MENCIONES		
Elecciones	9.498.092	26,06%
Cultura	5.151.086	14,13%
Educación	3.958.558	10,86%
Deporte	3.403.724	9,34%
Medioambiente	2.767.308	7,59%
Sanidad, salud y bienestar	2.534.801	6,96%
Turismo	2.506.448	6,88%
Seguridad Ciudadana	2.207.327	6,06%
Transporte y movilidad	2.034.051	5,58%
Música	1.395.969	3,83%
Empresas	800.315	2,20%
Pensiones y jubilación	186.076	0,51%

En las redes y el resto del ecosistema digital, la mayor intensidad en la conversación social giró en torno a las elecciones, con casi 9,5 millones de menciones, muy por delante de los temas culturales, con o sin la música. Aunque el beso no consentido de Rubiales a Jennifer Hermoso incendió también las redes, las menciones relacionadas con el deporte aparecen en cuarto lugar porque el resto de contenidos deportivos tuvieron mucha menor relevancia en la conversación social.

ALCANCE		
Turismo	67.540.475	19,06%
Educación	63.096.082	17,80%
Empresas	59.628.775	16,83%
Deporte	40.447.078	11,41%
Música	22.421.181	6,33%
Medioambiente	21.637.249	6,11%
Sanidad, salud y bienestar	20.894.674	5,90%
Seguridad Ciudadana	17.722.190	5,00%
Elecciones	12.119.021	3,42%
Pensiones y jubilación	11.924.563	3,36%
Transporte y movilidad	10.121.103	2,86%
Cultura	6.831.276	1,93%

El mayor alcance potencial en las redes de las menciones analizadas es para los temas vinculados al turismo, ligeramente por encima de los relacionados con la educación. También en cuanto al alcance de la temática se confirma la mayor relevancia informativa adquirida por los contenidos sobre empresas, comercio y banca. Tanto el ranking de menciones como el de alcance revelan un cambio en el orden de los intereses informativos predominantes, con respecto al primer semestre.

Temáticas por género

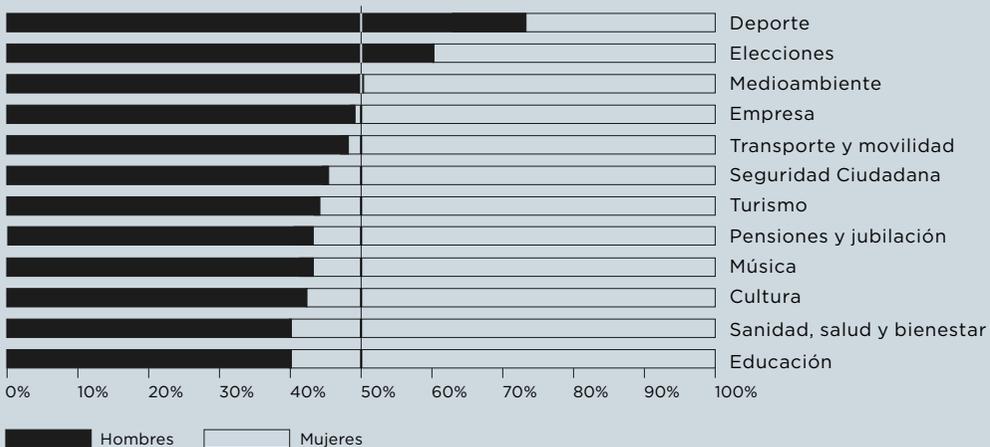
WEBS DE PRENSA IBÉRICA

En el segundo semestre de 2023, en 8 de las 12 tendencias informativas principales del Estudio, la mayor proporción de lectores son mujeres, a diferencia del semestre anterior donde la proporción mayor fueron hombres.

Las mujeres leen en mayor proporción que los hombres sobre temas de educación, sanidad, salud y bienestar, cultura y música. Los hombres, en cambio, son los que más leen los contenidos sobre deportes y elecciones.

COMPARACIÓN % DE LECTORES POR GÉNERO Y TEMÁTICA

Referenciados sobre la media de la población.



Ver tablas completas en anexo | Página 95



Temáticas por género

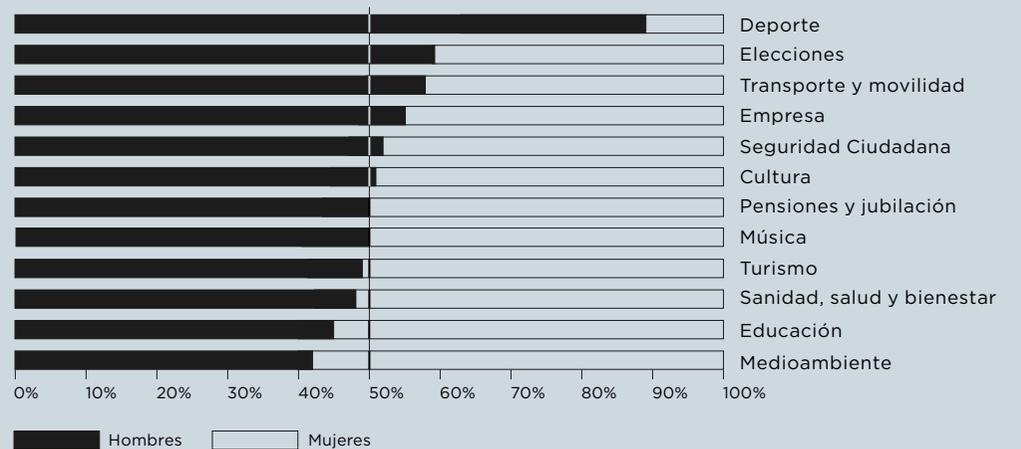
REDES SOCIALES Y RESTO DEL ECOSISTEMA DIGITAL

En las redes y el resto del ecosistema digital, las mujeres han seguido siendo mayoritarias durante el segundo semestre en la conversación social, principalmente en las temáticas de medioambiente, educación, sanidad, salud y bienestar.

Los hombres son también muy mayoritarios en el consumo en redes de los contenidos relacionados con el deporte.

COMPARACIÓN % DE LECTORES POR GÉNERO Y TEMÁTICA

Referenciados sobre la media de la población.



Intereses informativos por edad

WEBS DE PRENSA IBÉRICA

Los contenidos relacionados con el **Deporte y el caso Rubiales** y con la **Seguridad Ciudadana y los Sucesos** encabezan el ranking de consumo en todos los tramos de edad. El **Deporte** fue durante la segunda mitad de 2023 la tendencia de consumo mayoritario en todas las franjas excepto entre los 18 y 24 años y entre 35 y 44 años, donde predominó la de Seguridad, que entre los mayores de 65 años pasa al tercer lugar y cede al segundo a los temas de **Cultura**. La tendencia de **Medioambiente y Cambio Climático** figura en tercer lugar en las preferencias de los lectores entre los 18 y los 44 años, cae al quinto lugar entre los 45 y los 64, y a partir de los 65 figura ya entre los contenidos menos relevantes entre las doce tendencias principales.

El mayor consumo informativo se produce a partir de los 45 años

Con la **Música** se produce un comportamiento similar y se sitúan siempre en cuarto lugar del consumo hasta los 44 años, pero después va perdiendo posiciones en cada tramo de edad hasta situarse en penúltimo lugar de los intereses para los mayores de 65 años; se da también la circunstancia de que la temática informativa ligada a la música está por encima de la de **Cultura** hasta los 44 años, pero a partir de los 45 es al revés y se percibe un mayor consumo de los temas culturales no musicales.





Intereses informativos por edad

REDES SOCIALES Y RESTO DEL ECOSISTEMA DIGITAL

Las métricas del segundo semestre revelan un patrón común de consumo: **hasta los 44 años**, los lectores llegan a los contenidos informativos en mayor medida **a través de las redes sociales**, mientras que **a partir de los 55 lo hacen más directamente a través de las webs de Prensa Ibérica**. En el tramo entre los 45 y los 54 años, los hábitos de consumo son similares y las preferencias están muy igualadas entre los dos entornos, como ocurría también en el primer semestre.

Es también **a partir de los 45 años cuando se registra un mayor consumo informativo** de las doce tendencias principales, con **algo más del 85% del total de navegadores** que accedieron a ellas, mientras que los tramos de edad comprendidos entre los 18 y los 44 años aportan apenas el 15%.

Intereses informativos por Comunidades Autónomas

El Estudio de Tendencias Informativas del segundo semestre de 2023 ha confirmado lo que ya pusieron de manifiesto los datos de la primera mitad del año: que los intereses de la audiencia varían sustancialmente en cada comunidad; no obstante, el comportamiento de los lectores de algunas temáticas ha seguido pautas muy parecidas a los del periodo anterior. Así, los contenidos relacionados con las **Pensiones y la Jubilación** volvieron a ser los que se han situado a la cabeza del consumo en más territorios, ocho en total: **Andalucía, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y León, La Rioja, Madrid, Ceuta y Melilla**, aunque curiosamente figuran en último lugar en otros lugares, como **Galicia, Comunidad Valenciana o Murcia**. En estos dos últimos territorios, **Medioambiente** es la tendencia que ha suscitado mayor interés, mientras que figura en segundo y tercer lugar en Andalucía y Castilla-La Mancha.

El **Deporte**, la tendencia líder del Índice de Interés Informativo **I³** del segundo semestre, solo ha sido la de más seguimiento en **Aragón y Canarias**, pero se sitúa en segunda o tercera posición en Cataluña, Galicia, La Rioja, País Vasco y Ceuta.

La **Música** ha sido la tendencia predominante en **Asturias y Galicia**. Sólo han liderado el interés de los lectores en una comunidad las tendencias de **Turismo (Baleares), Transporte y Movilidad (Cataluña), Educación (Extremadura), Cultura (Navarra) y Empresas (País Vasco)**.

Las **Elecciones Generales**, pese a no liderar el interés de ninguna comunidad autónoma, sí han estado entre las cinco posiciones de más interés en 11 comunidades autónomas y en Ceuta y Melilla.



Principal tendencia por Comunidad Autónoma



Análisis de tendencias

- 01 Deporte**
- 02 Medioambiente**
- 03 Sanidad, salud y bienestar**
- 04 Seguridad Ciudadana**
- 05 Empresas**
- 06 Cultura**
- 07 Turismo**
- 08 Educación**
- 09 Elecciones**
- 10 Transporte y movilidad**
- 11 Música**
- 12 Pensiones y jubilación**



01 El Mundial Femenino de fútbol y el caso Rubiales impulsan la igualdad

Dos **acontecimientos de proyección mundial** y conectados entre sí han situado los **contenidos relacionados con el ámbito deportivo** en el primer lugar en las tendencias informativas del segundo semestre de 2023. Se trata de la victoria de la selección española en el Mundial de fútbol femenino y el 'caso Rubiales', que se desencadenó cuando el entonces presidente de la Federación Española de Fútbol besó en la boca, sin su consentimiento, a la jugadora Jennifer Hermoso durante el acto de entrega de la Copa del Mundo y las medallas al equipo español. Esta acción de Rubiales, cuya repercusión eclipsó el histórico triunfo deportivo, originó también un movimiento de repulsa que impulsó y reforzó los movimientos a favor de la igualdad, especialmente en el mundo del deporte

En total, los contenidos relacionados con el deporte han registrado **más de 17 millones de navegadores únicos**, con unos **61,5 millones de páginas vistas** en los medios de Prensa Ibérica. En el resto del ecosistema digital, han tenido **3,4 millones de menciones** y un alcance de casi **40,5 millones de personas**.

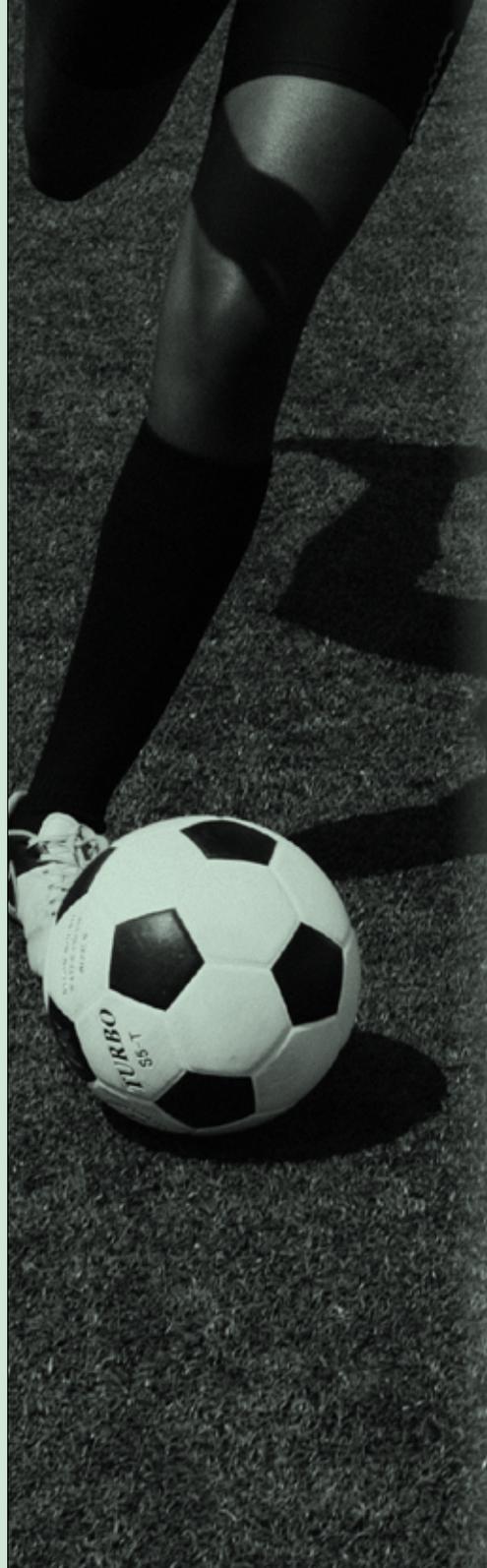
Todos estos contenidos han sido consumidos por un público **mayoritariamente masculino** y situado en las franjas de edad de entre **45 y 54 años** y entre los **25 y 34 años**. Los territorios en los que se aprecia mayor interés por estas temáticas son **Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía**.

Otro Mundial de fútbol, el primer Wimbledon de Alcaraz y el caso Negreira

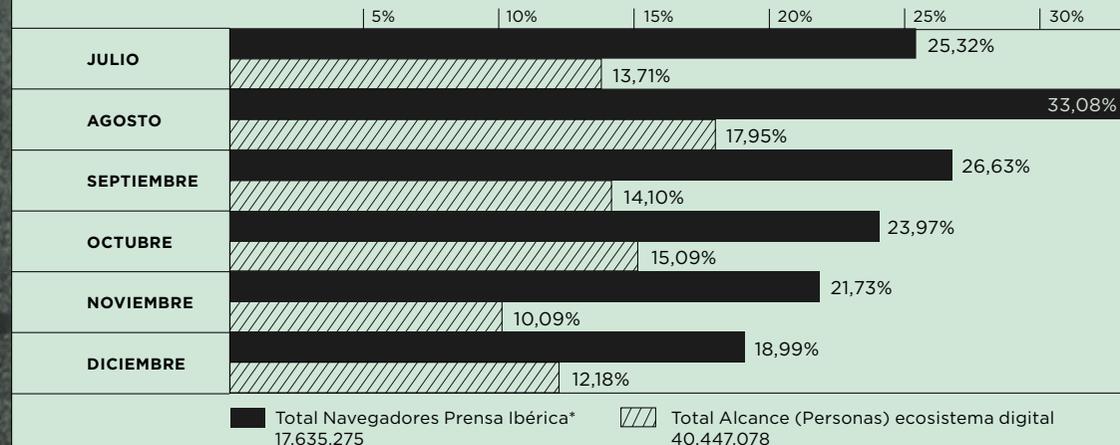
La histórica victoria de la selección en el **Mundial** de fútbol femenino de Australia y Nueva Zelanda, unido a la triste circunstancia de **la muerte del padre de una de las jugadoras, Olga Carmona**, poco antes de la final fueron los contenidos más leídos hasta la explosión del caso Rubiales, cuyos ecos se extendieron hasta octubre. Más allá del Mundial y de todo lo que le rodeó, **el triunfo de Carlos Alcaraz en Wimbledon**, el **caso Negreira**, el **mercado de fichajes** o las **irregularidades laborales en las obras del Camp Nou** despertaron también un interés significativo de los lectores.

Agosto, el mes en que se desarrolló la fase final del Mundial, fue el que concentró los mayores niveles de audiencia de los contenidos deportivos, además de acumular el mayor porcentaje de menciones y alcance en las redes sociales y en el resto del ecosistema digital. En septiembre se mantuvo aún muy alto el interés informativo.

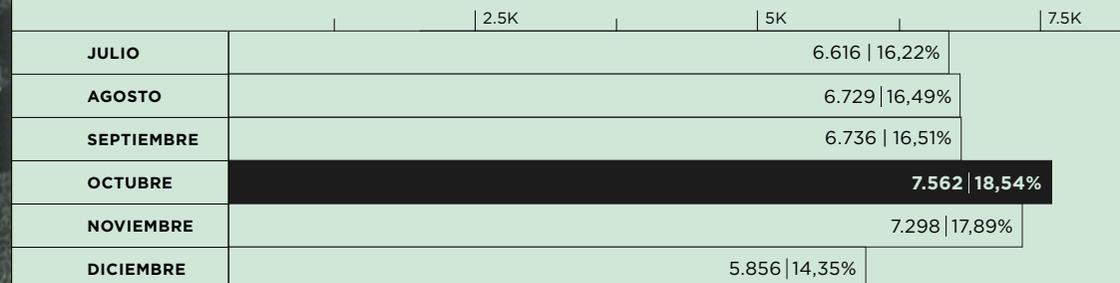
Octubre fue, en cambio, el segundo mes del semestre con mayor alcance de los temas deportivos en las redes, al sumarse aún la estela del Mundial y el caso Rubiales con el anuncio de que **España, Portugal y Marruecos serán las sedes del Mundial de fútbol masculino del año 2030**.



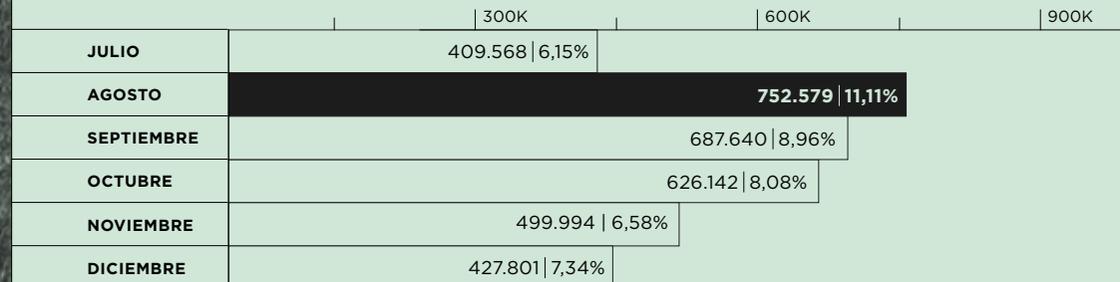
AUDIENCIA



PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 66

Deporte

PRENSA IBÉRICA	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	40.8K CONTENIDOS	12.60%
	17.6M NAVEGADORES ÚNICOS	19.28%
	61.5M PÁGINAS VISTAS	6.68%
ECOSISTEMA DIGITAL	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	3.4M MENCIONES	9.34%
	40.4M PERSONAS DE ALCANCE	11.63%

Métricas totales analizadas para el Estudio de Tendencias Informativas

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 36.443.775 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.





Edad y género

Tanto en las métricas de Prensa Ibérica como en la monitorización del resto del ecosistema digital, se aprecia claramente que los contenidos relacionados con el deporte suscitan claramente más interés entre los hombres que entre las mujeres. De hecho, con respecto a la población total que ha consumido alguna de las doce tendencias, el deporte es la tendencia que suscita mayor interés entre los hombres y menor interés entre las mujeres.

GÉNERO

Prensa Ibérica

HOMBRES 73% 27% **MUJERES**

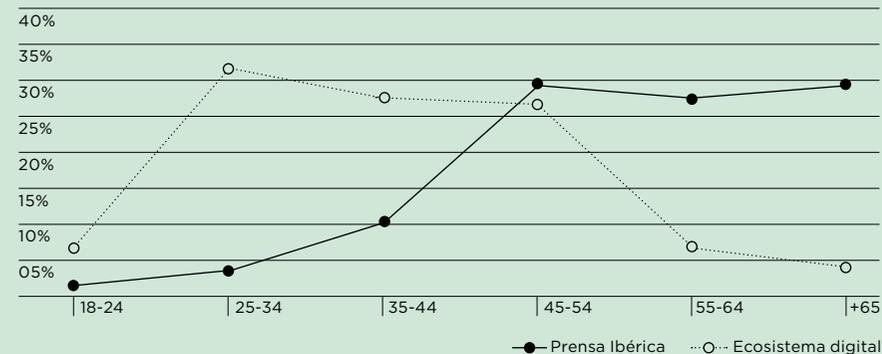
Ecosistema digital

HOMBRES 89% 11% **MUJERES**

Deporte es una de las tendencias de patrón polarizado en cuanto a canal de consumo. Es decir, los perfiles más jóvenes consumen este contenido principalmente en el ecosistema digital, y los midsenior y senior (45+) parecen elegir principalmente los medios tradicionales. En ambos entornos (webs de Prensa Ibérica y resto del ecosistema digital), Deporte es la tendencia que más lectores de entre 25 y 34 años concentra. También es la segunda en audiencia en la franja de 18 a 24 años. En las webs de Prensa Ibérica, además, también es la segunda tendencia con mayor audiencia en el rango 35-44 años.

EDAD

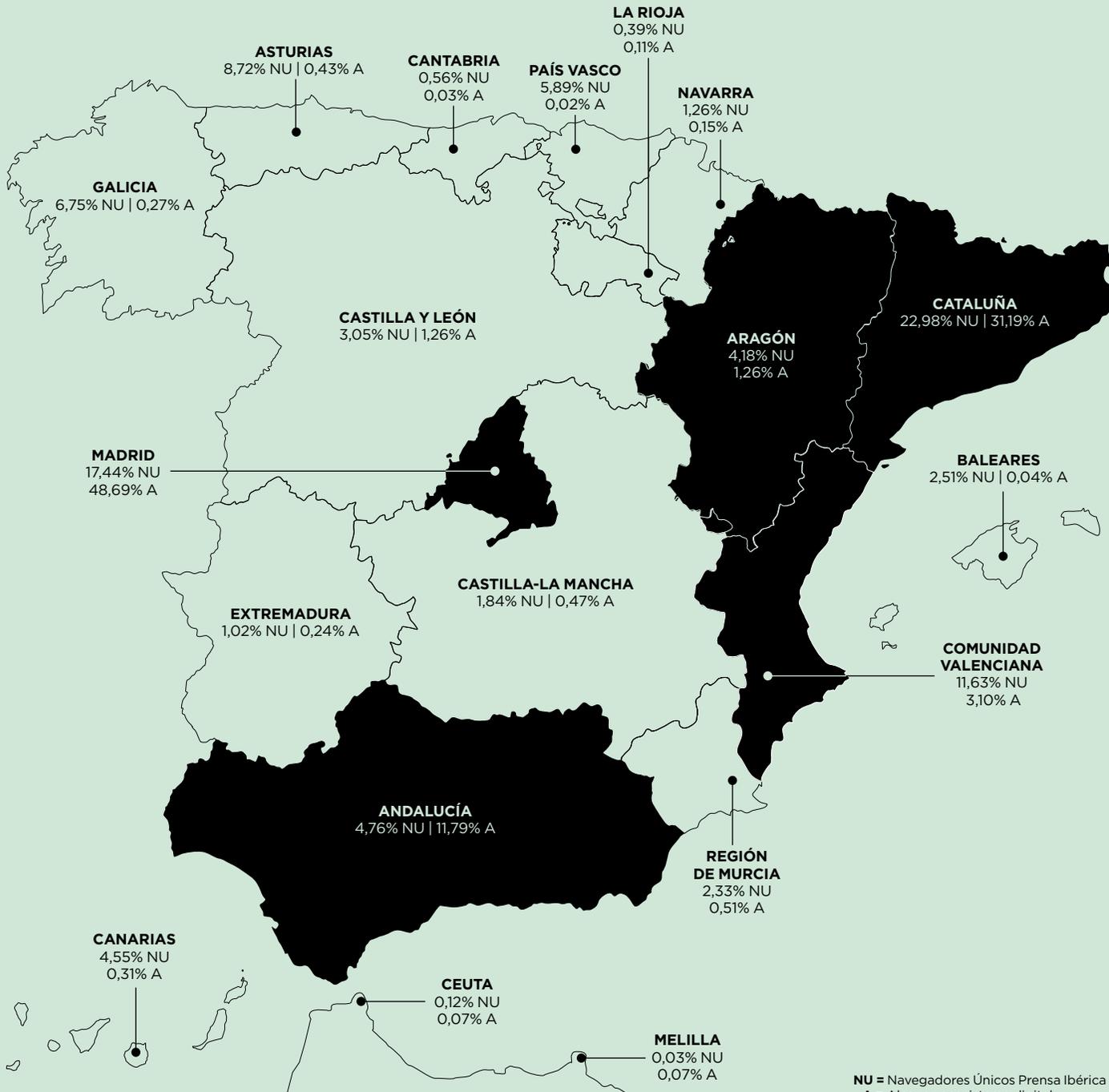
Distribución por edad deporte VS origen



OTROS INTERESES

A los lectores de Deporte les han interesado, además, contenidos relacionados con actualidad internacional, especialmente informaciones acerca de la guerra de Gaza y el terremoto de Marruecos.

Consumo por CC.AA



NU = Navegadores Únicos Prensa Ibérica
A = Alcance ecosistema digital

Algunos temas de conversación CC.AA

PRENSA IBÉRICA Y ECOSISTEMA DIGITAL

SE HABLE DE...

ORIGEN DE CONVERSACIÓN

MADRID

- Fallecimiento del padre de la jugadora de fútbol femenino, Olga Carmona.
- Real Madrid lanzará una oferta a Kylian Mbappé, una vez que el jugador pueda negociar como agente libre.
- Nombramiento de la nueva presidenta de la Federación Española de Baloncesto, Elisa Aguilar.

CATALUÑA

- FC Barcelona envía oferta de cesión con opción de compra por João Cancelo.
- Conversaciones alrededor de la lona en Barcelona como homenaje a Aitana Bonmatí por su Balón de Oro.
- Caso Luis Rubiales.
- Barcelona, capital de los deportes extremos con la celebración del 15 aniversario del Extreme Barcelona.

@sport
@elperiodico

ANDALUCÍA

- La Junta de Andalucía anunció una inversión de 20M€ en el estadio La Cartuja, para convertirlo en un estadio nacional a semejanza de Wembley en Inglaterra.
- El acuerdo de Sergio Ramos para regresar al Sevilla.
- La participación del Sevilla en la Supercopa de Europa, al perder durante los penales.
- Durante el partido de Liga de España entre Granada y Athletic Club, un aficionado del cuadro nazarí falleció debido a un paro cardíaco.
- La eliminación del Granada de la Copa del Rey.

COMUNIDAD VALENCIANA

- Partido entre Valencia y el Barça; el nuevo "modus operandi" de Xavi, y la ausencia de Gabriel Paulista y Javi Guerra.
- David Silva anuncia su retiro del fútbol, aficionados del Valencia lo recuerdan.
- Edinson Cavani se desvincula del Valencia y se acerca a Boca Juniors.
- Muere un joven de 26 años mientras jugaba al fútbol en Castellón.

ARAGÓN

- El PSOE de Aragón pide al presidente de la Federación Aragonesa de Fútbol que solicite la dimisión de Rubiales por su comportamiento "inapropiado".
- Aragón transfiere 20 millones para crear la sociedad del nuevo estadio de fútbol de La Romareda.
- Impulso del fútbol femenino: esta temporada habrá 36 equipos nuevos de mujeres y niñas en la Comunidad.
- Conversaciones alrededor del equipo de la ACB Casademont Zaragoza.

@periodicoaragon

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

El fútbol ha sido **el subtema que ha congregado mayor porcentaje de audiencia: más allá de actualidad de relativa a las competiciones en diferentes categorías**, también han destacado temas como las irregularidades en las condiciones laborales de los obreros que están trabajando en la renovación del Camp Nou o los contenidos relacionados con el caso Negreira y su asociación al Barça. En segunda posición se coloca **el fútbol femenino: España gana su primer mundial en solo 3 participaciones, muere el padre de Olga Carmona y explota el Caso Rubiales**. En tercer lugar, se encuentra **el baloncesto** donde las informaciones relativas al **Mundial de Baloncesto 2023 y La Liga ACB** han sido protagonistas.

LO QUE CONTAMOS



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

En el caso del ecosistema digital el **fútbol masculino concentra el protagonismo de la conversación**. Destaca especialmente el mercado de fichajes, sobresaliendo en la conversación los rumores de una nueva oferta del Real Madrid a Kylian Mbappé. Además hay un gran seguimiento de la actualidad de las competiciones. El segundo bloque de subtemas con mayor alcance también fue el relacionado con **fútbol femenino: la selección femenina de fútbol se proclama la campeona del mundo**, destitución de Jorge Vilda tras el caso Rubiales e incorporación de Montse Tomé. Futbolistas, RFEF y CSD firman el acuerdo para el impulso del fútbol femenino.

LO QUE ESCUCHAMOS



02

Crece el interés por efectos del cambio climático en el medioambiente

Los contenidos relacionados con el medioambiente, especialmente los referidos al **cambio climático y sus efectos**, despiertan cada vez más interés entre los lectores y así se refleja en esta nueva entrega del estudio de tendencias informativas. En la segunda mitad de 2023 aparece ya como la segunda tendencia más relevante, subiendo así una posición con respecto al lugar que ocupaba en el primer semestre. Las informaciones relativas a los **fenómenos meteorológicos inusuales**, la sucesión de **olas de calor con temperaturas extremas** y su impacto en la salud y el día a día de la población, entre otros, han atraído a más de **11,5 millones de navegadores** que han consultado más de **29 millones de páginas** en las webs de Prensa Ibérica. Estos contenidos también han generado casi **2,8 menciones en redes** y en el resto del ecosistema digital que han alcanzado a más de **21,6 millones de personas**.

Entre los lectores de los contenidos medioambientales destacan los de edades comprendidas **entre los 45 y los 54 años**, claramente mayoritarios tanto en las webs de Prensa Ibérica como en el resto del ecosistema digital analizado. El consumo de las informaciones publicadas por nuestro grupo es muy similar entre hombres y mujeres, pero en redes y en el **resto del ecosistema digital son más las mujeres**. Por territorios, la mayor audiencia de los contenidos de esta temática se registra en **Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana, Andalucía, Asturias y Galicia**, por este orden.

Preocupan las olas de calor y las temperaturas cada vez más extremas

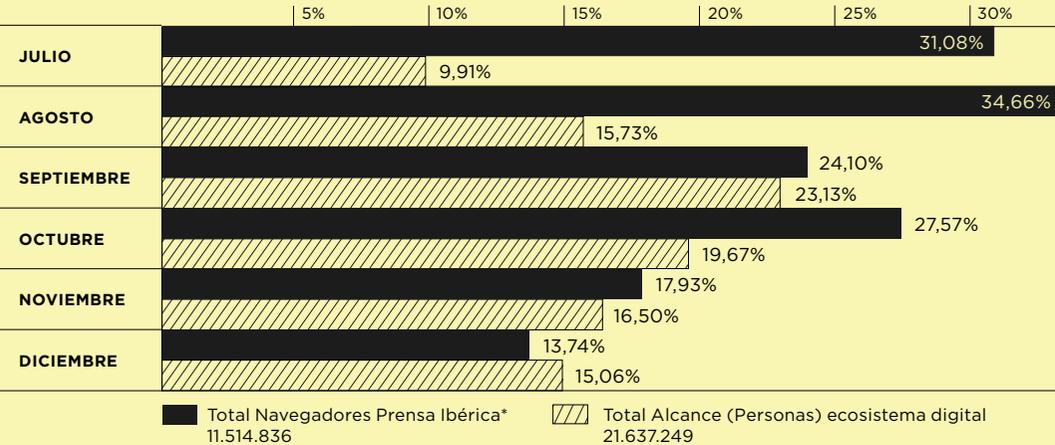
En el conjunto de las webs de Prensa Ibérica, agosto fue el mes del segundo semestre que registró más navegadores en los contenidos relacionados con el medioambiente, seguido de julio. No es casual: **las sucesivas olas de calor con temperaturas cada vez más altas y las consecuencias de las mismas para la población, para la actividad económica, el entorno natural y el paisaje despertaron mucho interés** entre los lectores y fueron los contenidos más leídos en ambos meses en las cabeceras de Prensa Ibérica.

En el resto del ecosistema digital, en septiembre se alcanzaron los mayores registros de los contenidos de medioambiente, tanto en número de menciones como en su alcance.

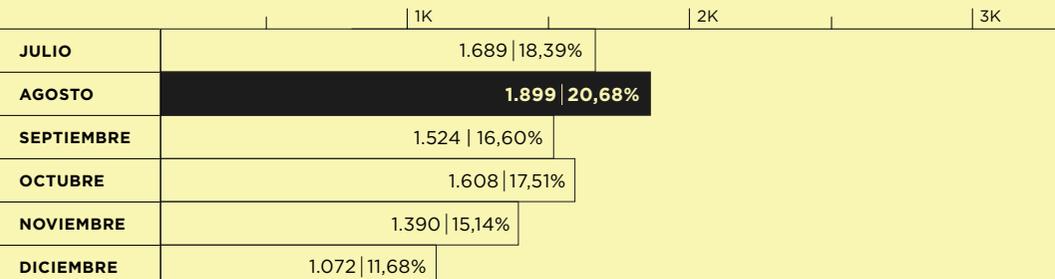
En la conversación social destacó la aprobación de ley de bienestar animal y las nuevas obligaciones que deberán cumplir los dueños de mascotas, con sanciones hasta de 200.000 euros por algunas infracciones. También fue relevante el interés que despertaron las noticias relacionadas con el tráfico ilegal de fauna silvestre, que se ha convertido en un negocio muy lucrativo para algunas redes criminales internacionales.



AUDIENCIA

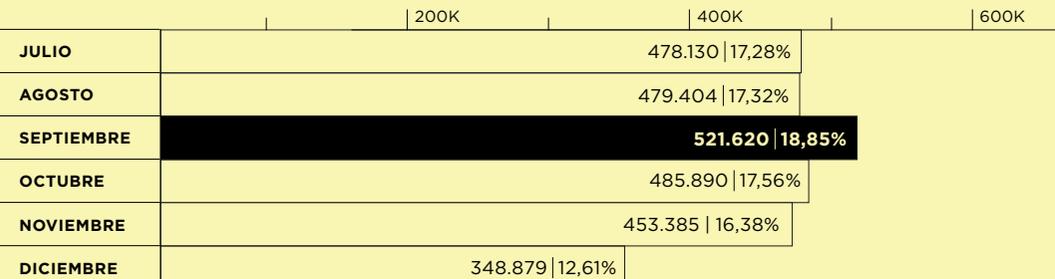


PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



Total contenidos Prensa Ibérica: 9.182

MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



Total menciones ecosistema digital: 2.767.308

*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 58

Medioambiente

**PRENSA
IBÉRICA** Métricas
principales Peso sobre
total analizado

9.1K
CONTENIDOS

2.80%

11.5M
NAVEGADORES ÚNICOS

12.59%

29.3M
PÁGINAS VISTAS

3.18%

**ECOSISTEMA
DIGITAL** Métricas
principales Peso sobre
total analizado

2.7M
MENCIONES

7.59%

21.6M
PERSONAS DE ALCANCE

6.22%

Métricas totales analizadas para el Estudio de Tendencias Informativas

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 36.443.775 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.





Edad y género

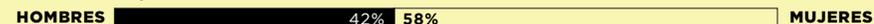
Mientras que en las webs de Prensa Ibérica el consumo de la tendencia medioambiente está muy equilibrado entre hombres y mujeres, en las conversaciones en redes sociales y el resto del ecosistema digital, las mujeres son quienes más consumen este tipo de contenidos, de hecho, es su primera temática de interés entre las 12 tendencias principales.

GÉNERO

Prensa Ibérica



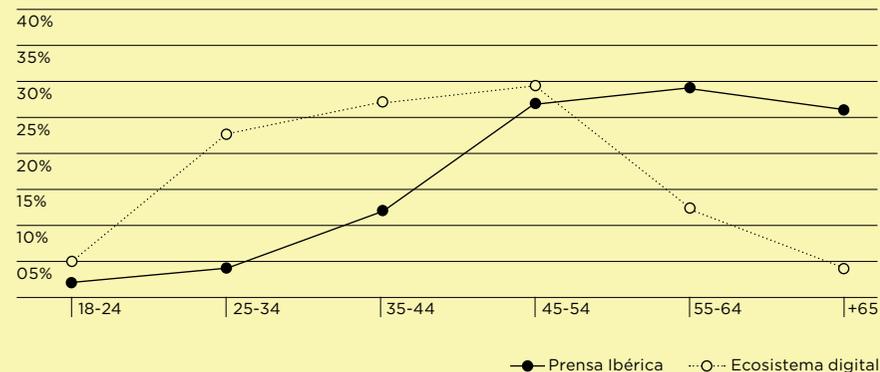
Ecosistema digital



Tanto en el entorno web de Prensa Ibérica como en el del resto del ecosistema digital, los contenidos sobre medioambiente figuran entre los que suscitan mayor interés informativo. En Prensa Ibérica figuran en el top 3 de mayor consumo entre los 18 y los 54 años, y son los más leídos en la franja entre los 45 y los 54, mientras que en el resto del ecosistema digital el interés es mayor en el tramo entre los 25 y los 45 años.

EDAD

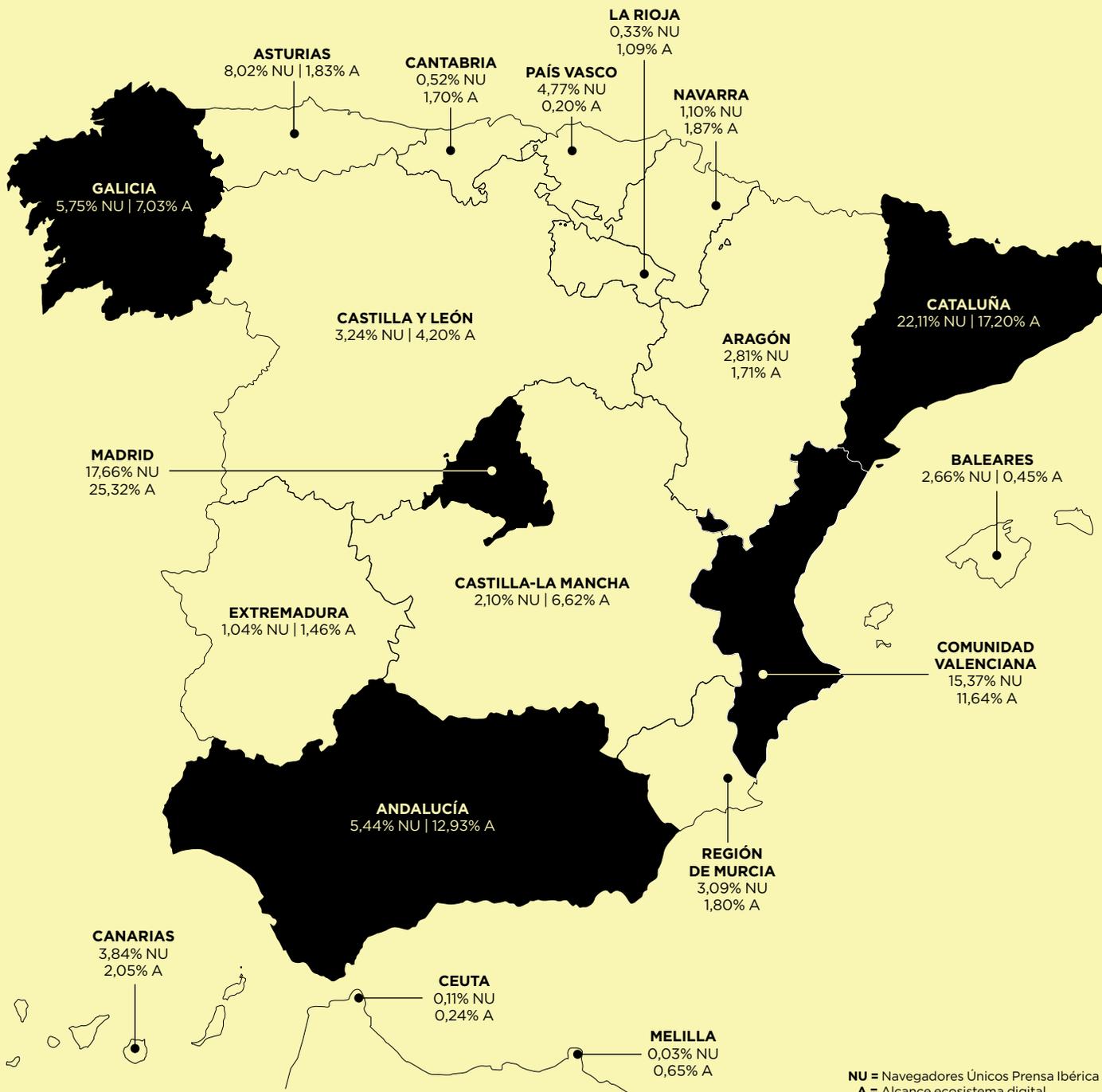
Distribución por edad medioambiente VS origen



OTROS INTERESES

A los lectores de la temática Cambio climático, medioambiente y sostenibilidad también les han interesado durante el segundo semestre de 2023 otros contenidos relacionados con los viajes de playa, con la agricultura, la geografía y la okupación.

Consumo por CC.AA



NU = Navegadores Únicos Prensa Ibérica
A = Alcance ecosistema digital

Algunos temas de conversación CC.AA

PRENSA IBÉRICA Y ECOSISTEMA DIGITAL

SE HABLA DE...	ORIGEN DE CONVERSACIÓN
<p>MADRID</p> <ul style="list-style-type: none"> Las inundaciones por los efectos de la Dana en Madrid y Toledo. Alerta roja por inundaciones en el metro de Madrid. Madrid eleva al Nivel Rojo la alerta por la ola de calor al esperarse temperaturas de más de 40°C. Pancarta de los activistas de Greenpeace en la madrileña Puerta de Alcalá con la cara de los cuatro candidatos electorales coincidiendo con la ola de calor para exigirles su compromiso con el cambio. 	@elperiodico_cas
<p>CATALUÑA</p> <ul style="list-style-type: none"> Plaga de cucarachas principalmente en las ciudades de Barcelona, Valencia, Alicante, Murcia o Málaga. La demanda para exterminarlas crece un 40%. La sequía amenaza con más caídas de árboles en Barcelona. El verano de 2023 ha estado marcado por la sequía, las olas de calor y también por una disminución significativa de la presencia de mariposas en parques y playas del Área Metropolitana de Barcelona. 	@elperiodico_cas
<p>ANDALUCÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> El Presidente Juanma Moreno refiere a Andalucía "tristemente" como uno de los "territorios más expuestos" al cambio climático en el continente europeo. Andalucía asume que el cambio climático empieza ya a modificar la temporada alta turística. Málaga capital igualó su récord histórico de temperatura máxima en la capital con 44,2°C, lo que ha permitido igualar un registro que no se alcanzaba desde hace más de 40 años. Setacor revoluciona la forma de cultivar hongos en España, a la par que pone en valor biomásas vegetales en países en desarrollo. 	La Opinión de Málaga Setacor
<p>COMUNITAT VALENCIANA</p> <ul style="list-style-type: none"> Murcia, Comunidad Valenciana y Baleares perderán miles de turistas por el cambio climático. La Comisión Europea destina 50 millones de euros a 31 proyectos LIFE en España. Un proyecto para adaptar la costa de Gran Canaria al cambio climático y otro sobre energía hidráulica en Valencia. Efectos de la DANA en la Comunidad Valenciana: inundaciones, rescates e incendios por rayos. Alcoy estudiará la forma de eliminar el plástico del césped artificial antes de 2031. 	@diariolaopinion @EIPeriodico_Esp Levante-EMV
<p>GALICIA</p> <ul style="list-style-type: none"> Un informe de la UE sitúa a la comunidad de Galicia entre las regiones con mayor impacto de los fenómenos adversos. Galicia usará la inteligencia artificial para gestionar el agua ante el cambio climático. Incendios en Galicia queman más 230 hectáreas en A Mariña y 240 en Ourense. Primer aviso de multa en Galicia por la Ley de Bienestar Animal: a partir de 500 euros por dejar a su perro atado en la calle. Aparece una cría macho de tiburón peregrino varada en una playa de Galicia. 	@Farodevigo

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

Los **fenómenos climatológicos inusuales** como lluvias torrenciales, tornados, granizo... han sido los que mayor número de navegadores han congregado. La secuencia de **olas de calor** del verano y sus consecuencias tanto para las personas como para el entorno ocupan el segundo lugar en audiencia. El **deterioro de la Flora y Fauna**, especialmente de los ecosistemas marinos en el sur de España, la Ley de Bienestar Animal y **contenidos relacionados especialmente con perros y gatos y la sequía** completan el podio de temas con más navegadores en este entorno.



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

En este entorno el subtema **cambio climático** ha logrado el mayor alcance entre los usuarios: el incremento del uso de fuentes renovables para generar energía, que reduce las emisiones de los gases de efecto invernadero y la preocupación por la aceleración de la crisis climática han sido algunos de los temas destacados de conversación. El segundo bloque con mayor alcance fue el relacionado con la **sequía**: emergencia declarada en Cataluña, impacto en los cultivos y en otros sectores económicos como el turismo. A continuación encontramos las menciones a los **fenómenos climatológicos inusuales** que generaron conversación en torno temporales de lluvia, viento y granizo y las consecuencias en el territorio.



03

La salud y el bienestar importan cada vez más

Los contenidos relacionados con **la salud, la sanidad y el bienestar** han ganado peso en las preferencias de los lectores durante el segundo semestre de 2023 e irrumpen entre las tendencias informativas más relevantes, con **10,4 millones de navegadores únicos** y más de **25 millones de páginas vistas** en las webs de Prensa Ibérica, donde se publicaron **9.700 piezas** vinculadas a este ámbito de interés. En las redes y el resto del ecosistema digital se contabilizaron **2,5 millones de menciones** con un alcance estimado de **20,8 millones de personas**. Las informaciones sobre salud y bienestar están tradicionalmente entre las más consumidas por los lectores, en la medida que proporcionan conocimiento y datos útiles para las personas. Esta percepción se ve avalada ahora por las métricas de este estudio, que revelan también que **los consumidores de esta temática son muy mayoritariamente mujeres**; de hecho, entre todas las tendencias informativas analizadas, **estos contenidos son los que más siguen las mujeres en los diarios de Prensa Ibérica y los terceros en consumo femenino en las redes**.

Por territorios, **Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana, Asturias y Galicia** ocupan los primeros lugares en número de lectores en las webs, mientras que por alcance en el resto del ecosistema digital Andalucía se sitúa en el tercer lugar, desplazando a los posiciones siguientes a la Comunidad Valenciana y Asturias.

Los avances contra el cáncer y el efecto de la exposición de los niños a las pantallas, lo más leído

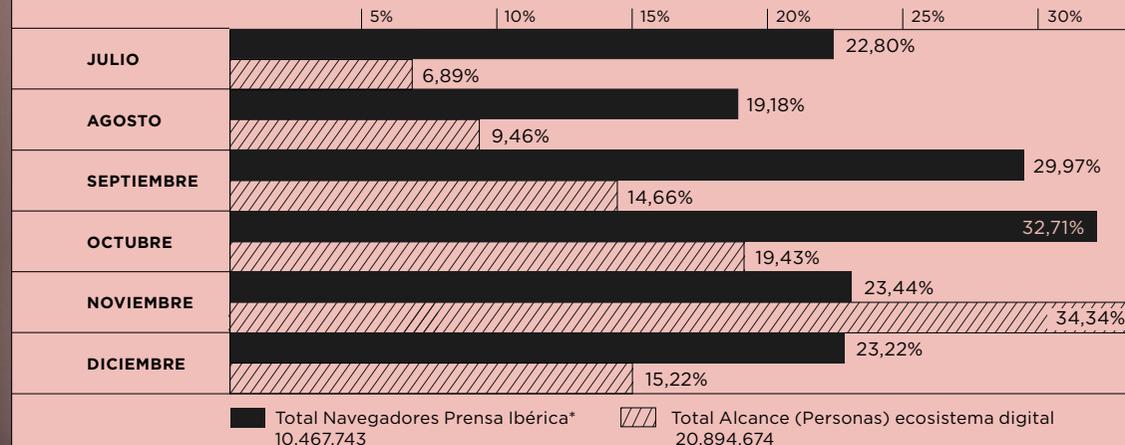
Octubre fue el mes con mayor número de contenidos de esta temática publicados y que generaron más tráfico en las cabeceras de Prensa Ibérica, mientras que el alcance en el resto del ecosistema digital fue mayor en el mes de noviembre.

Las noticias más leídas y de mayor relevancia a lo largo de este periodo han sido sobre los **avances en la investigación y tratamientos contra el cáncer, las relacionadas con los efectos en el desarrollo infantil de la sobreexposición a las pantallas y también las referidas al repunte de los virus respiratorios.**

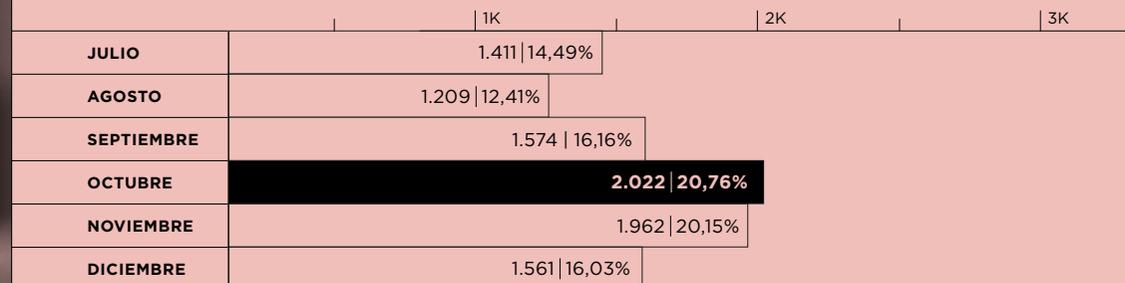
En el resto del ecosistema digital destacan las conversaciones relacionadas con la salud mental, que se produjeron con más intensidad en octubre, coincidiendo con la celebración de su Día Mundial, y noviembre. **También en el entorno de las redes sociales es muy relevante la conversación sobre la lucha contra el cáncer.**



AUDIENCIA

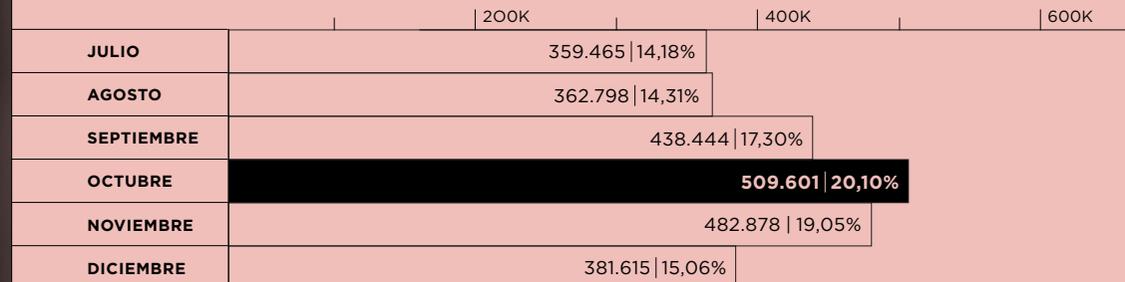


PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



Total contenidos Prensa Ibérica: 9.739

MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



Total menciones ecosistema digital: 2.534.801

*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 57

Sanidad, salud y bienestar

PRENSA IBÉRICA	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	9.7K CONTENIDOS	3.00%
	10.4M NAVEGADORES ÚNICOS	11.44%
	25.1M PÁGINAS VISTAS	2.73%
ECOSISTEMA DIGITAL	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	2.5M MENCIONES	6.96%
	20.8M PERSONAS DE ALCANCE	6.01%

Métricas totales analizadas para el Estudio de Tendencias Informativas

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 36.443.775 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.





Edad y género

Las mujeres son las principales lectoras de los contenidos acerca de salud y bienestar tanto en las webs de Prensa Ibérica como en el resto del ecosistema digital. De hecho, si comparamos el total de tendencias vemos que salud es la temática con mayor consumo de las lectoras de Prensa Ibérica y la 3ª en redes y resto del ecosistema digital.

GÉNERO

Prensa Ibérica

HOMBRES 40% **MUJERES** 60%

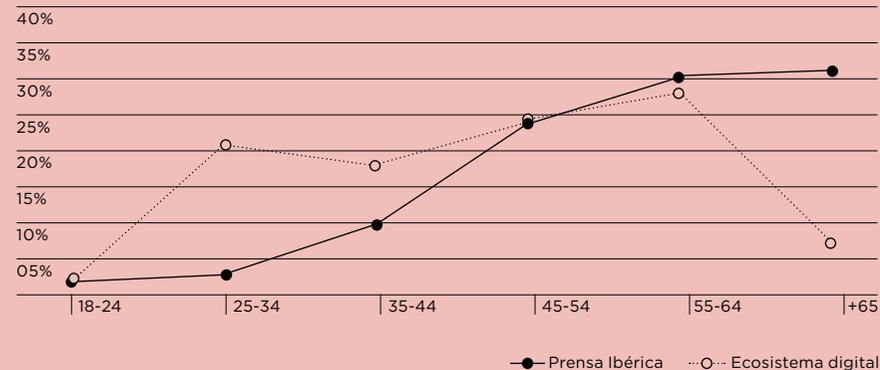
Ecosistema digital

HOMBRES 48% **MUJERES** 52%

En el tramo entre los 25-34 años existe una diferencia notable y el consumo más alto se da fuera del entorno de Prensa Ibérica. Pero entre los 45 y 65 años los dos canales de consumo se utilizan en igual medida. Como ocurre en otras temáticas, en el tramo de edad de los mayores de 65 años, el consumo de estos contenidos se concentra principalmente en los medios tradicionales. En el global de las 12 temáticas, esta tendencia es la más consumida entre los lectores de Prensa Ibérica de más de 65 años. Entre los 55-64 años es la tercera tendencia informativa más consumida en ambos entornos.

EDAD

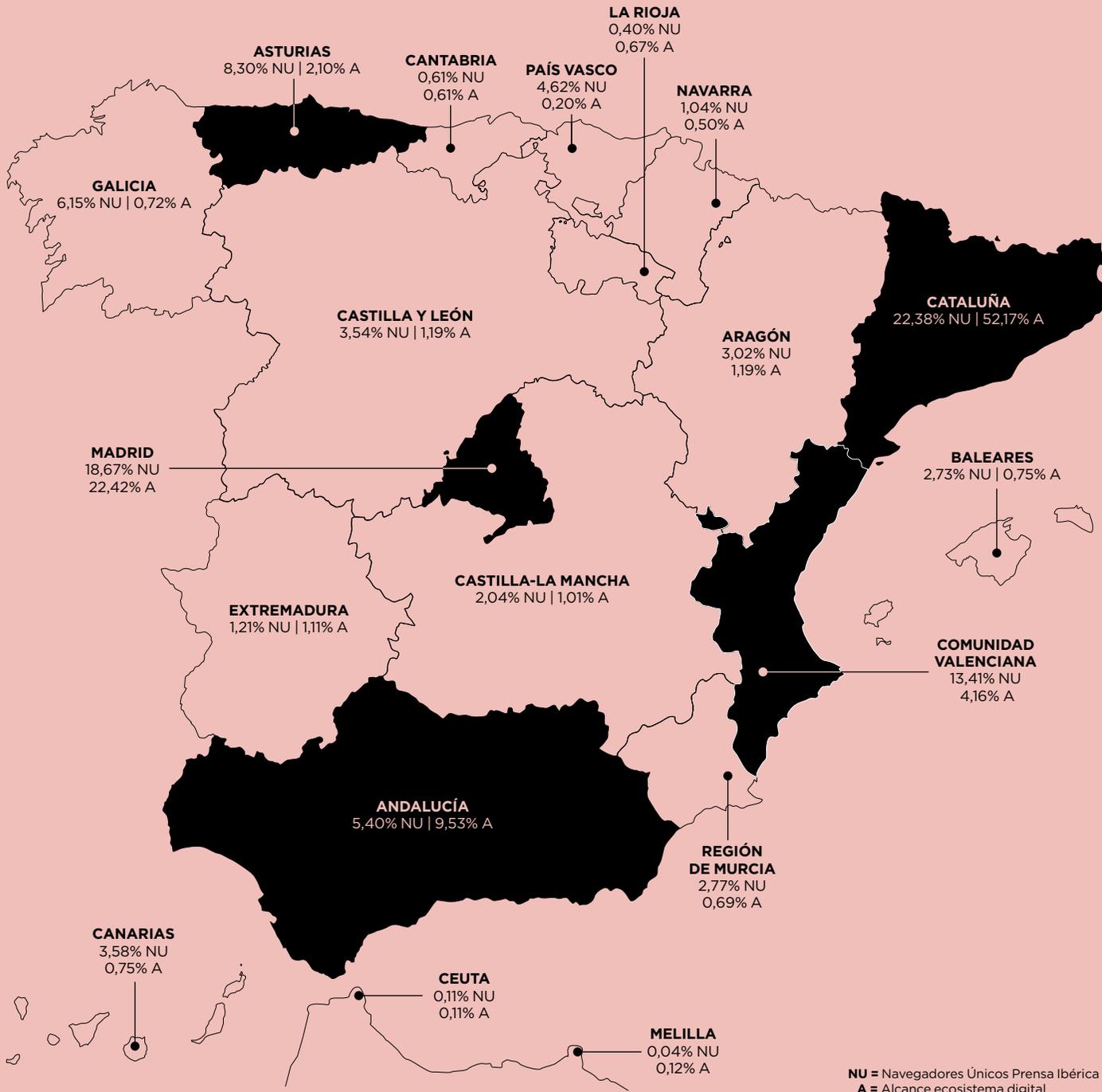
Distribución por edad sanidad, salud y bienestar VS origen



OTROS INTERESES

Contenidos relacionados con: funcionariado, okupación, problemas sociales, educación preescolar y primaria, cuidado de mayores; sectores de seguros, servicios legales e inmobiliario, entre otros.

Consumo por CC.AA



NU = Navegadores Únicos Prensa Ibérica
A = Alcance ecosistema digital

Algunos temas de conversación CC.AA

PRENSA IBÉRICA Y ECOSISTEMA DIGITAL

SE HABLA DE...

ORIGEN DE CONVERSACIÓN

CATALUÑA

- Una investigación hecha en Barcelona abre la vía a crear fármacos que eviten las metástasis del cáncer de mama.
- Una mujer de 76 años, primera ingresada por el virus del Nilo en Barcelona.
- Un estudio identifica en Barcelona 25 virus nuevos en aguas residuales.
- Más de 33.000 mujeres tiñen Barcelona de rosa para reivindicar la lucha contra el cáncer de mama.

@elperiodico
Generalitat de Catalunya

MADRID

- Los españoles destacan a Madrid como la comunidad con la mejor sanidad pública de España.
- Madrid: AMYTS denuncia que 15 centros de salud están en "situación crítica" y 483.774 pacientes sin médico asignado.
- Los médicos de Madrid podrán prescribir actividad física en la Tarjeta Sanitaria Virtual.
- La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, anunció el presupuesto para el 2024 será de 27.500 millones de euros y apuntó a una "inversión histórica" en sanidad.

@diariolaopinion
Colegio de Médicos de Madrid

ANDALUCÍA

- La Junta de Andalucía concertará con la sanidad privada la ejecución de pruebas diagnósticas que alivien las listas de espera de la pública.
- Catalina García (Consejera de Salud Junta Andalucía) reclama a la nueva ministra un Pacto de Estado por la Sanidad.
- Sanidad alerta de varios embutidos vendidos en Andalucía y Baleares contaminados por Listeria.

@diariolaopinion
La Opinión de Málaga
@cordoba

COMUNIDAD VALENCIANA

- Realizan el primer autotrasplante de células madre para combatir la enfermedad en Valencia.
- Sanidad ofertará 4.507 plazas en la OPE 2023, incluidas las "colgadas" de la oposición de Enfermería.
- Los valencianos podrán sacar sus recetas en farmacias de toda la Unión Europea.
- Valencia constata que trabajar cuatro días mejora la salud y reduce el estrés.

@levante_emv

ASTURIAS

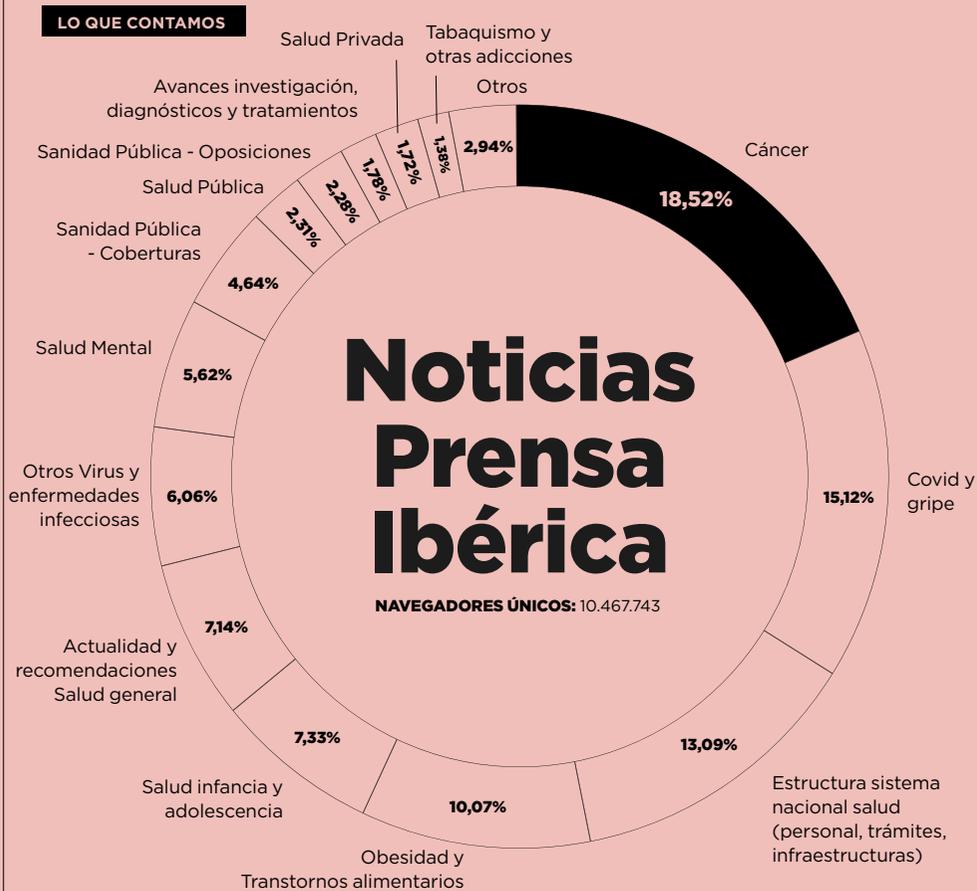
- La Comunidad necesita donantes y más jóvenes.
- Confirmados cuatro casos en dos concejos de Asturias de Enfermedad Hemorrágica.
- Asturias plantea el envío a domicilio de tests para mejorar la detección de cáncer de colon y de cérvix.

La Nueva España Digital

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

Los contenidos relacionados con el **cáncer** y los avances en su tratamiento son los que mayor número de lectores concentran a lo largo del semestre. Las nuevas oleadas de **Covid** de esos meses y las campañas de **vacunación de la gripe** forman el segundo bloque de interés. En tercer lugar aparecen los contenidos relacionados con infraestructuras, equipamientos, servicios o gestión del sistema sanitario público, sobre el que también se leyeron muchas informaciones referidas a la falta de profesionales o a movilizaciones de los sanitarios para reclamar la mejora de sus condiciones laborales. Otras noticias sobre **la obesidad y la salud infantil y de los adolescentes** cierran el top 5 de subtemas sobre la tendencia de salud y bienestar en las webs de Prensa Ibérica.



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

En las redes sociales y el resto del ecosistema digital, también el cáncer fue la temática principal de conversación, destacando especialmente la noticia sobre la muerte de Daniela Costa, actriz de “Al salir de clase”, a los 42 años, víctima de un cáncer de mama. Los contenidos sobre **salud mental tuvieron más peso en el resto del ecosistema digital que en el entorno web de Prensa Ibérica**: en las redes destacó especialmente la conversación sobre el elevado porcentaje de jóvenes españoles que sufren ansiedad o “ansiedad telefónica”. En tercer lugar en interés figura el relacionado con las nuevas olas de **Covid y la incidencia de la gripe**; en este mismo bloque temático figuraba también la concesión del Nobel de Medicina a Katalin Karikó y Drew Weissman por la vacuna de ARN contra la Covid y la polémica entre los autónomos madrileños por la devolución de las ayudas que dio Ayuso durante la pandemia.



04 Interés constante por la seguridad y los sucesos

Los sucesos y los contenidos informativos relacionados con la seguridad se mantienen como uno de los ámbitos de la actualidad que despiertan más interés en la población española. Así lo reflejan los datos de consumo informativo del segundo semestre de 2023 en las webs de Prensa Ibérica y de conversación social en el resto del ecosistema digital; no obstante, en esta segunda mitad del año ya no es la primera en el ranking de las tendencias informativas, aunque sigue estando entre las preferencias claras de los lectores, con **15,4 millones de navegadores únicos**, casi **45 millones de páginas vistas** y **2 millones de menciones** en las redes sociales, que han alcanzado a **17,7 millones de personas** en el resto del ecosistema digital. De la diversa tipología de sucesos, los que concentran la mayor proporción de lectores en las cabeceras de Prensa Ibérica son los **accidentes, especialmente los de tráfico**, seguidos de los casos de **desapariciones y de muertes violentas**.

Hombres y mujeres muestran un interés similar por esta temática, aunque eligen canales distintos para consumirla: las mujeres son mayoría en las webs de los diarios del grupo, mientras que en las redes y en el resto del ecosistema digital son hombres la mayoría de lectores. En la elección del canal de consumo también se aprecia una clara diferencia de comportamiento entre los lectores de menor edad, entre los 18 y los 44 años, que siguen estos temas preferentemente en las redes, y los mayores de 45, que acuden en mayor medida a las ediciones digitales de los diarios. Por territorios, Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana y Asturias son las comunidades donde los contenidos de esta tendencia tienen una mayor audiencia.

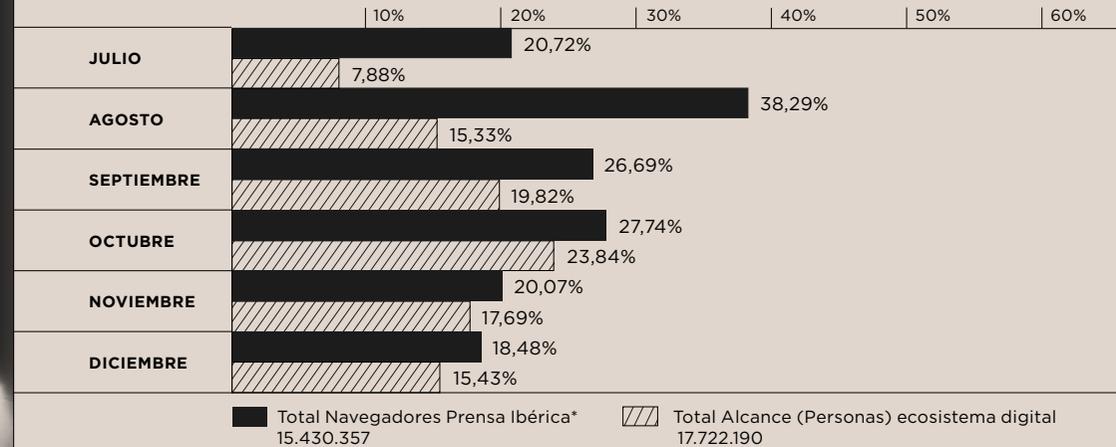
La lacra de los accidentes de tráfico, el caso de Daniel Sancho y las desapariciones

Los múltiples **accidentes de tráfico con víctimas** concentraron más de la mitad de la audiencia de seguridad ciudadana, sucesos y tribunales en los diarios de Prensa Ibérica durante la segunda mitad de 2023; fue, con mucha diferencia, el tema más relevante en este ámbito, seguido por los casos de **desapariciones** y los **crímenes**. En las redes sociales y el resto del ecosistema digital, la conversación y el consumo mayoritario se dirigieron a los casos de **robos y asaltos** y al **seguimiento del caso de Daniel Sancho**, acusado en Tailandia de matar y descuartizar a un amigo suyo, y de la **desaparición del joven futbolista Álvaro Prieto**, cuyo cadáver apareció al cabo de pocos días junto a las vías del tren.

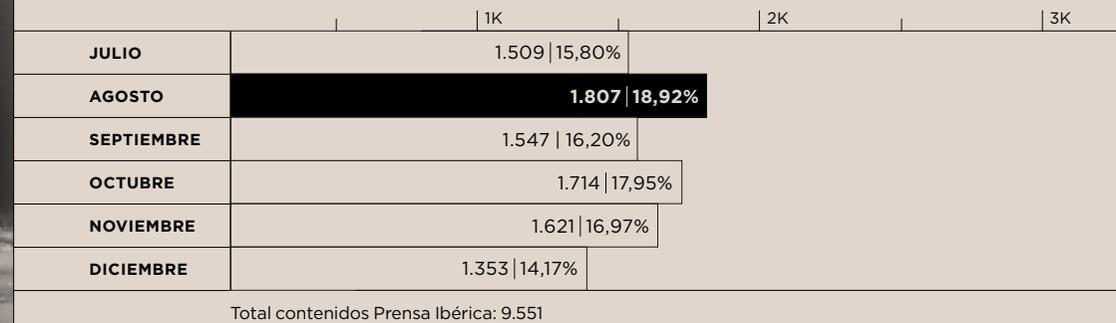
Agosto fue el mes con mayor número de publicaciones y audiencia de los contenidos de esta tendencia informativa, mientras que el mayor número de menciones en redes sociales se registró en octubre, mes en el que se aprecia también mucho interés por los casos de otras personas desaparecidas que se difundieron con el objetivo de movilizar a la población para intentar localizarlas.



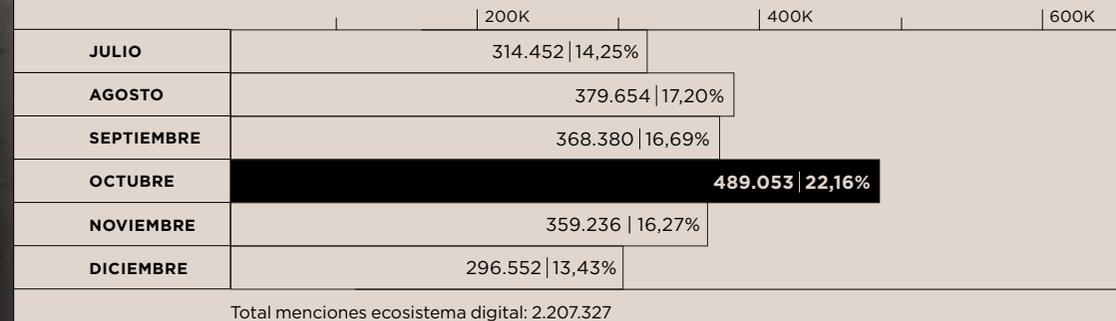
AUDIENCIA



PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 56

Seguridad Ciudadana

PRENSA IBÉRICA	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	9.5K CONTENIDOS	2.90%
	15.4M NAVEGADORES ÚNICOS	16.87%
	44.8M PÁGINAS VISTAS	4.87%
ECOSISTEMA DIGITAL	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	2.2M MENCIONES	6.06%
	17.7M PERSONAS DE ALCANCE	5.09%

Métricas totales analizadas para el Estudio De Tendencias Informativas

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 32.577.986 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.





Edad y género

Esta tendencia interesa tanto a hombres como a mujeres, aunque consumen diferente según el canal: mientras que en el entorno de Prensa Ibérica la mayoría de los lectores de estos contenidos son las mujeres, en el resto del ecosistema digital son mayoría los hombres.

GÉNERO

Prensa Ibérica

HOMBRES 45% **MUJERES** 55%

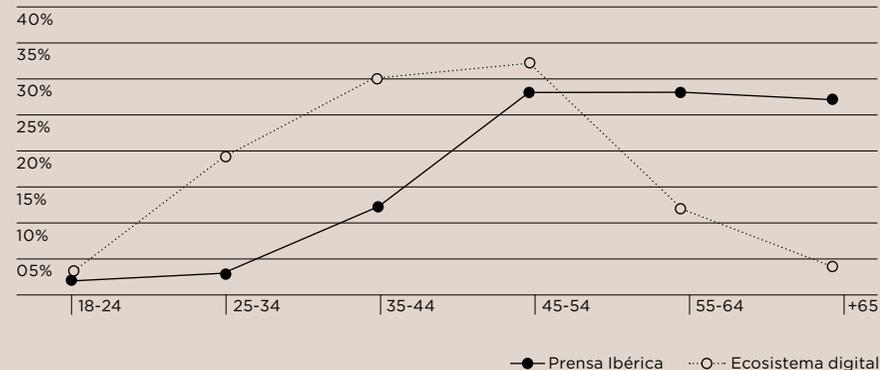
Ecosistema digital

HOMBRES 52% **MUJERES** 48%

Tanto en las webs de Prensa Ibérica como en el resto del ecosistema digital, los lectores entre los 45 y los 54 años son los que en mayor número consumen esta temática. En las franjas entre los 18 y los 24 años y entre los 35 y 44, esta tendencia es la que despierta mayor interés, aunque el consumo no sea tan masivo. En la conversación en redes sociales y en el resto del ecosistema digital, figura como el segundo tema más relevante para los lectores de entre 45 y 54 años.

EDAD

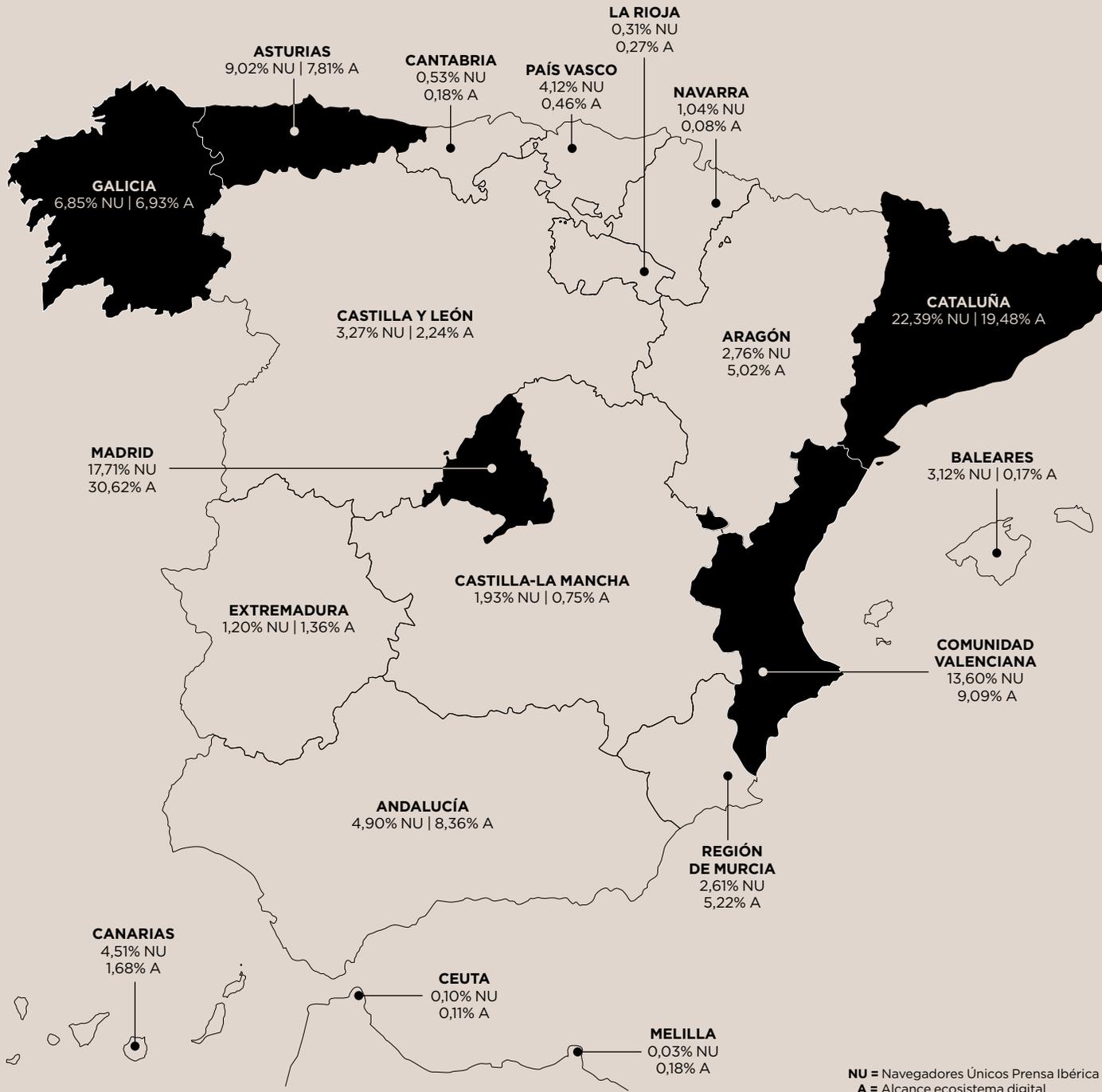
Distribución por edad seguridad ciudadana VS origen



OTROS INTERESES

A los lectores de Seguridad Ciudadana también les han interesado durante este periodo otros contenidos relacionados con la okupación, el transporte público, ocio nocturno, feminismo, servicios legales e inmobiliarios, viajes de playa y hoteles, centros deportivos y piscinas y educación primaria.

Consumo por CC.AA



Algunos temas de conversación CC.AA

PRENSA IBÉRICA Y ECOSISTEMA DIGITAL

SE HABLE DE...

ORIGEN DE CONVERSACIÓN

CATALUÑA

- Los Mossos investigan la muerte violenta de una mujer cuyo cadáver fue localizado el mediodía del viernes en un piso de Barcelona.
- Cicpc de Barcelona utilizará tecnología de última generación para resolver homicidios.
- Daniel Sancho asesina a Edwin Arrieta.

El Periódico

MADRID

- Un helicóptero se estrella en la M-40 de Madrid dejando tres heridos leves.
- Una explosión de gas provoca un incendio en la zona de colegios mayores de Madrid.
- El número de mujeres asesinadas por sus parejas o exparejas ha ascendido a 52 en lo que va de 2023.
- Buscan a una joven de 19 años desaparecida en Madrid y con orden de alejamiento de su expareja.

Diario de Mallorca
La Provincia

COMUNIDAD VALENCIANA

- Hallan el cadáver del ciclista desaparecido en Valencia en pleno temporal.
- Así será la Policía Local de Valencia del futuro gracias a la Inteligencia Artificial.
- En estas dos décadas, han sido asesinados 160 niños y mujeres en territorio valenciano.
- Muere un joven atropellado por un camión que iba marcha atrás en una empresa de Valencia.

Información.es
El Periódico
Levante-EMV

ASTURIAS

- Canteli (Alcalde de Oviedo): "La alta seguridad de Oviedo es también un atractivo para los turistas".
- Encuentran con vida a la joven de 18 años desaparecida en Asturias.
- Encuentran en Portugal a Tamara Kemmer, la peregrina desaparecida hace 15 días en Asturias.
- El increíble temple de un niño de 6 años que iba en el autobús accidentado en Covadonga.

La Nueva España

GALICIA

- Trágico accidente con dos víctimas mortales en Chantada.
- Hallan el cadáver de una mujer desaparecida en un foso de agua de un edificio okupado en Galicia.
- Galicia, de luto por la muerte de dos jóvenes en Marín.

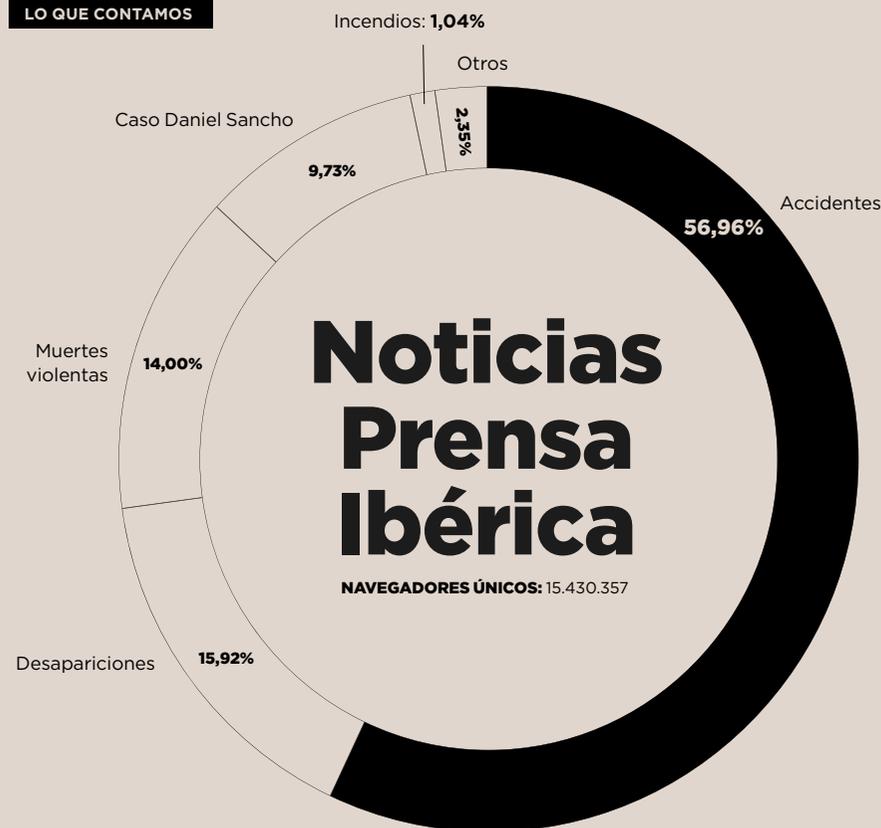
Faro de Vigo

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

Más de la mitad de los lectores han consumido contenidos relacionados con **accidentes**, especialmente los de **tráfico y con víctimas**. Las informaciones sobre el accidente de un autobús en los Lagos de Covadonga, donde hubo casi medio centenar de heridos, han estado entre las más leídas en este periodo. La **desaparición de personas** y los casos de **muerres violentas** se sitúan por detrás de los accidentes en las preferencias de los lectores de Prensa Ibérica, mientras que las noticias relacionadas con el caso de Daniel Sancho se sitúan en el cuarto lugar por volumen de audiencia.

LO QUE CONTAMOS



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

El comportamiento de los lectores en las redes y el resto del ecosistema digital es sustancialmente distinto en esta tendencia. Los casos de **robos y asaltos** han sido los más comentados, especialmente el de Pau Rigo, un jubilado de Mallorca juzgado por matar a un ladrón que entró en su casa para robar y que fue absuelto. En este entorno de las redes sociales, el caso de **Daniel Sancho** tuvo mayor relevancia y se situó en segundo lugar, mientras que el tercer bloque temático de mayor alcance fue el de las **muerres violentas**, en una proporción muy similar a la que registró en los diarios de Prensa Ibérica.

LO QUE ESCUCHAMOS



05

La hostelería, principal tema del ámbito empresarial

Las noticias relacionadas con la **hostelería** fueron las de mayor audiencia y más alcance en el ámbito informativo de la economía, el comercio y la banca durante el segundo semestre, un periodo que abarca precisamente los meses de la temporada alta y de más actividad en el **turismo**, la principal industria del país. El comportamiento de los lectores ha sido muy similar tanto en los diarios de Prensa Ibérica como en el resto del ecosistema digital.

Esta tendencia ha acumulado en los últimos seis meses del año un total de **13 millones de navegadores únicos y alrededor de 31,5 millones de páginas vistas en las webs del grupo**, que han publicado en total más de once mil contenidos relacionadas con esta temática. **En las redes, estos contenidos han tenido más de 800.000 menciones, que han alcanzado a más de 59 millones de personas.** Por género, mujeres y hombres muestran un interés similar por estas cuestiones, aunque manifiestan preferencias ligeramente distintas en cuanto a los canales de consumo. En el comportamiento por edades, el interés por estas temáticas, que está en niveles medios entre los **18 y los 44 años**, comienza a decaer **a partir de los 45.**

El consumo por territorios muestra que la mayor audiencia de estos contenidos se produce en **Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana, Andalucía, País Vasco y Asturias.**

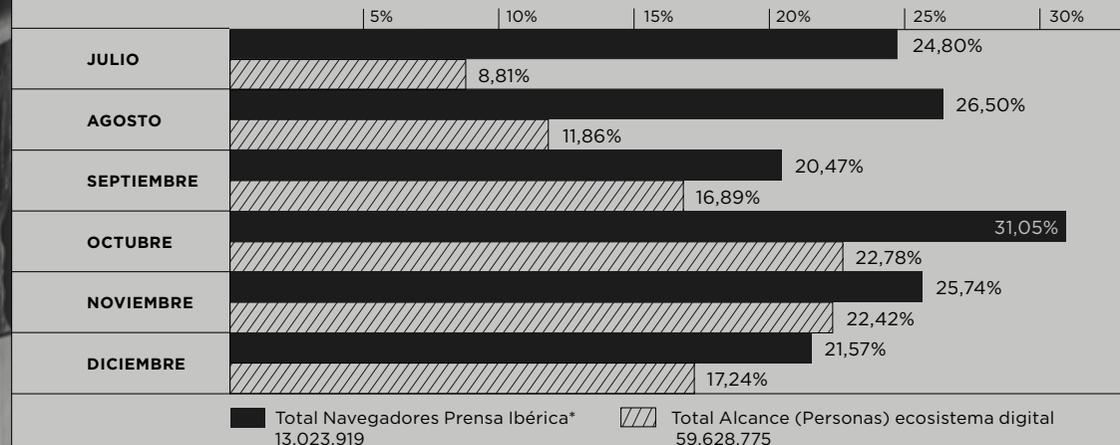
El negocio turístico, las hipotecas, el precio del aceite y la situación de los productores, en el foco informativo

Los mayores registros en el ámbito informativo de economía, comercio y banca se alcanzaron en el último trimestre del año: octubre tuvo el mayor tráfico en las webs de Prensa Ibérica y también el mayor alcance en la conversación social, mientras que en noviembre se contabilizó el mayor número de contenidos publicados durante el semestre. Las noticias que generaron mayor audiencia en los diarios de Prensa Ibérica se referían a la **subida de los precios del aceite y a la situación del sector oliverero**, aperturas de tiendas pertenecientes a grandes cadenas y diversos contenidos relacionados con la **actividad en la hostelería** en diversos lugares de España. En agosto, el segundo mes con más tráfico vinculado a los contenidos de esta tendencia informativa, destacaron las informaciones sobre la **bajada del Euríbor y su impacto sobre las hipotecas**.

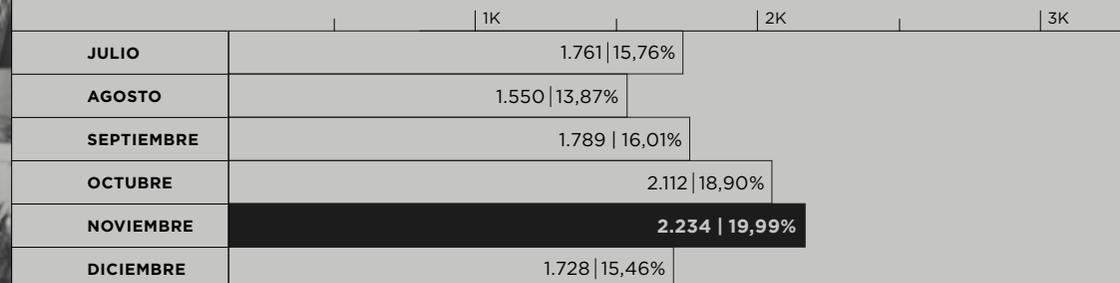
En cuanto a la conversación en redes sociales, **la mayor relevancia la tuvieron cuestiones relacionadas con la hostelería** y con la falta de personal para cubrir muchos puestos en este sector, debido a las condiciones laborales. También destacó en este ámbito la conversación relacionada con el fuerte incremento que han experimentado en los últimos cinco años las compensaciones pagadas por las compañías de seguros para hacer frente a siniestros originados por la lluvia torrencial, el granizo, el viento o la sequía.



AUDIENCIA

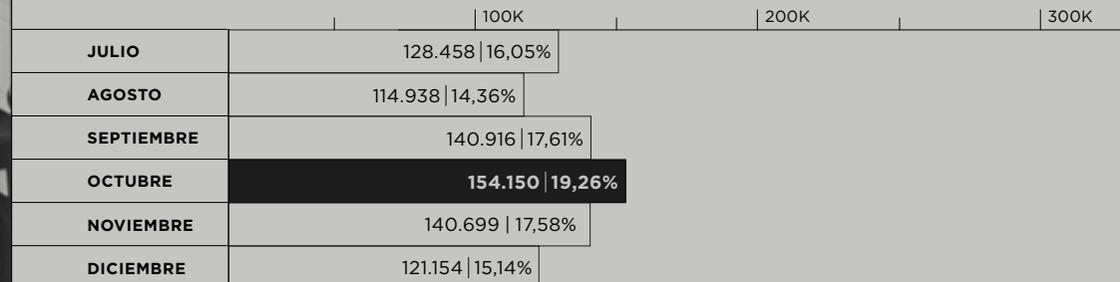


PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



Total contenidos Prensa Ibérica: 11.174

MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



Total menciones ecosistema digital: 800.315

*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 56

Empresas

PRENSA IBÉRICA	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	11.1K CONTENIDOS	3.40%
	13M NAVEGADORES ÚNICOS	14.24%
	32.6M PÁGINAS VISTAS	3.43%
ECOSISTEMA DIGITAL	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	800K MENCIONES	2.20%
	59.6M PERSONAS DE ALCANCE	17.14%
Métricas totales analizadas para el Estudio de Tendencias Informativas		

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 36.443.775 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.





Edad y género

Mientras que en las webs de Prensa Ibérica el interés por los contenidos sobre empresas, comercio y banca está equilibrado entre hombres y mujeres, en el resto del ecosistema digital los hombres participaron más en las conversaciones relacionadas con esta temática, que se sitúa en tercer lugar en el grado de interés entre los lectores de Prensa Ibérica y en el cuarto puesto en el resto del ecosistema digital.

GÉNERO

Prensa Ibérica

HOMBRES 49% 51% **MUJERES**

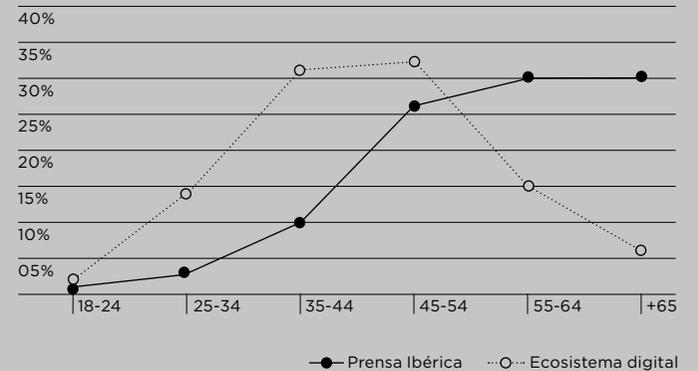
Ecosistema digital

HOMBRES 55% 45% **MUJERES**

Esta tendencia está en el top 5 de las más interesantes sólo para los lectores de Prensa Ibérica de entre 35 y 44 años. En el resto del ecosistema digital, en cambio, esta tendencia es la tercera en consumo entre los usuarios de las franjas de edad comprendidas entre los 35 y los 54 años.

EDAD

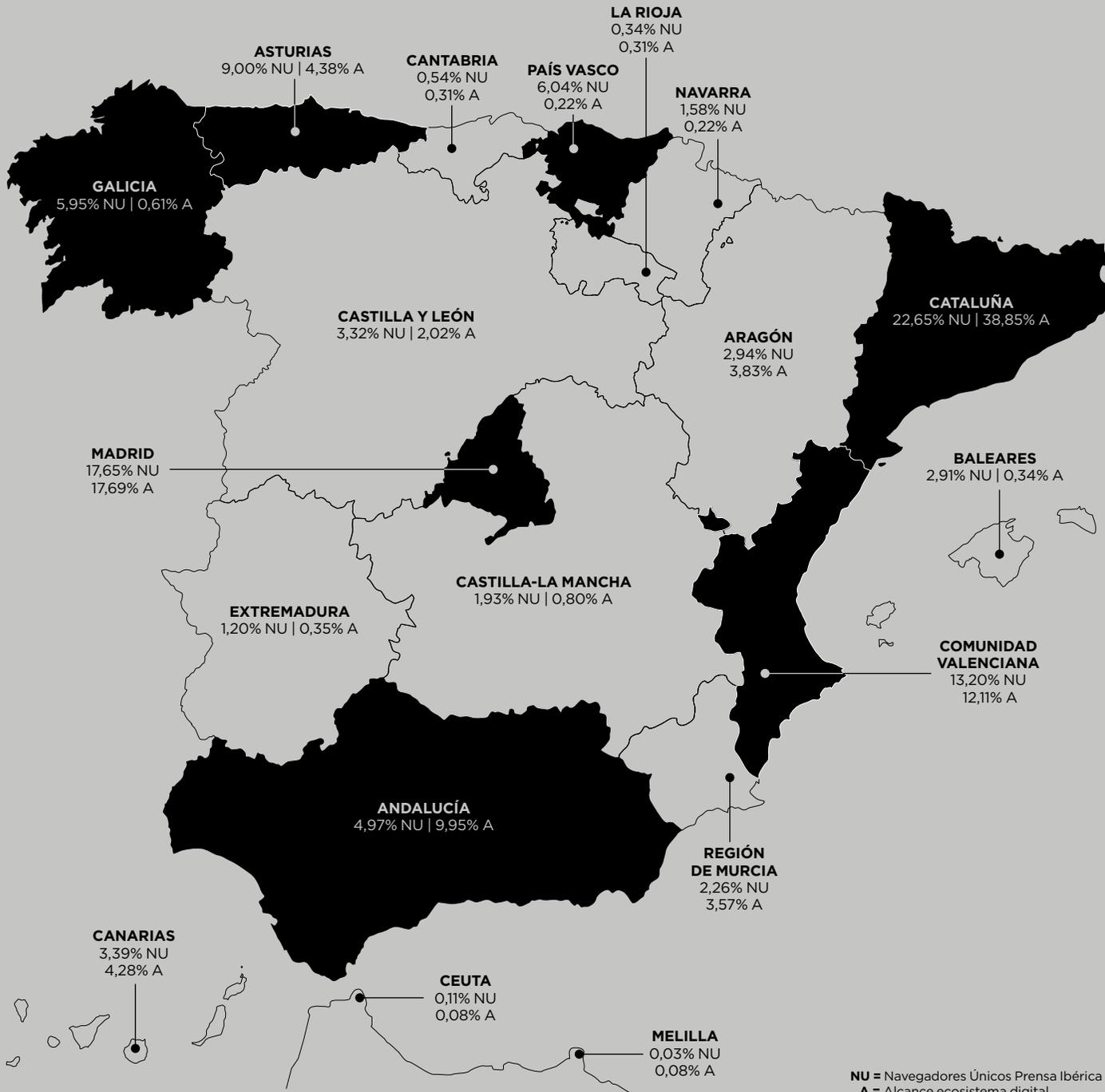
Distribución por edad empresas VS origen



OTROS INTERESES

A los lectores de la temática Empresas, comercio y banca también les han interesado otros contenidos relacionados con la ocupación, los problemas sociales, el turismo rural y el enoturismo y los vinos.

Consumo por CC.AA



NU = Navegadores Únicos Prensa Ibérica
A = Alcance ecosistema digital

Algunos temas de conversación CC.AA

PRENSA IBÉRICA Y ECOSISTEMA DIGITAL

SE HABLA DE...

ORIGEN DE CONVERSACIÓN

CATALUÑA

- Jordi Cruz considera que hostelería en Madrid está mejor que en Barcelona.
- La Caixa y Banco Sabadell, tras el acuerdo PSOE-Junts, no planean regresar a Barcelona. El pacto contempla la negociación de un plan para incentivar que las empresas que se han marchado tras el 1-O regresen a la comunidad.
- La medida optada por un hostelero de BCN, quien busca camareros de más de 50 años.
- Se expone el fenómeno del simp: marcharse de un establecimiento sin pagar por un producto o servicio, principalmente en las terrazas.

PSEO-Junts
@elperiodico
Glovo
Naturgy
Caixa
Banco Sabadell

MADRID

- CCOO y UGT desconvocan la huelga en el sector de la hostelería de la Comunidad de Madrid tras alcanzar un acuerdo con las patronales por el convenio colectivo, que supondrá un incremento salarial del 15% en tres años.
- Los hosteleros tienen hasta el 1 de enero para retirar las estufas de gas que tengan en las terrazas de sus bares por ser altamente contaminantes.
- Madrid, Andalucía y Castilla y León buscan impulsar las hipotecas entre los jóvenes.

@ElPeriodico_Esp
CCOO
UGT
@HosteleriaMad

COMUNIDAD VALENCIANA

- Detienen a un empresario hostelero en Alicante por tener a un joven en situación irregular trabajando "en condiciones de esclavitud".
- La subida de los tipos aumenta un 18% la cancelación de hipotecas en Alicante.
- El Hub Empresa Valencia de Banco Sabadell analiza las perspectivas del comercio de proximidad en la era digital.
- Gutxain, la 'app' para ahorrar dinero comprando en el comercio local de Valencia.

@levante_emv
Gutxain
Banco Sabadell

ANDALUCÍA

- Madrid, Andalucía y Castilla y León buscan impulsar las hipotecas entre los jóvenes.
- La firma de hipotecas en Andalucía sigue en caída libre: cae un 17,5% en octubre.
- IU Andalucía lanza una campaña de apoyo al comercio local en estas fechas tan señaladas, se busca generar más empleo, reducir la huella ecológica y asentar la población al territorio.

IU Andalucía
Caixabank

ASTURIAS

- Los grupos asturianos Trabanco y Paraguas logran el Premio Nacional de Hostelería Asturias.
- El riesgo de impago empresarial en el Principado crece un punto.
- El número de hipotecas constituidas sobre viviendas en Asturias en julio se redujo un 14,51% respecto a 2022.
- La Unión de Comerciantes de Gijón recibe el XVIII Premio Ateneo Jovellanos al Desarrollo Económico e Industrial de Asturias.

@comercioast

PAÍS VASCO

- Iñaki Barredo, consejero de Economía y Fondos Europeos, afirmó que impera "desilusión" en el conjunto de empresas vascas en torno a los fondos europeos.
- Vidrala duplica su beneficio en el primer semestre.

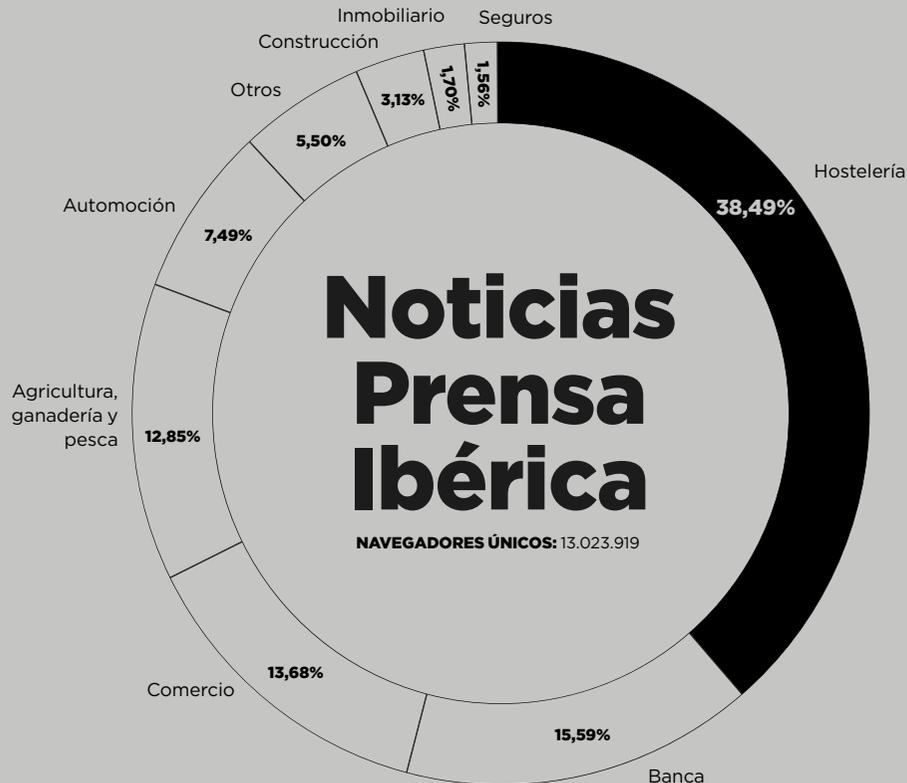
Vidrala

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

En las cabeceras digitales de Prensa Ibérica, la información sobre los temas relacionados con la **hostelería** es la que claramente concentra un mayor número de navegadores únicos, interesados en contenidos de actualidad relacionados con algunas **regulaciones del sector, contrataciones y condiciones laborales del personal o recomendaciones de todo tipo**. En segundo lugar aparecen las informaciones relacionadas con cuestiones bancarias, especialmente por la **evolución del Euríbor y su impacto sobre el coste de las hipotecas**. El tercer bloque por volumen de tráfico tiene que ver con informaciones relacionadas con el comercio y, casi en la misma proporción, se sitúan los contenidos sobre el **sector primario** (agricultura, ganadería y pesca), con gran protagonismo durante el semestre para la **fuerte subida del precio del aceite de oliva** y sus causas.

LO QUE CONTAMOS



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

En redes y en el resto del ecosistema digital los cuatro primeros subtemas con mayor audiencia dentro de esta tendencia informativa **coinciden con los de Prensa Ibérica**, aunque los contenidos relacionados con el comercio y la banca intercambian sus posiciones. La conversación principal se ha dado a partir de temas de hostelería, entre ellos el caso de un **hostelero que criticó las propinas que dejan los españoles**, el **debate sobre el horario de cierre de locales** y el creciente número de **clientes que llegan fuera de los horarios establecidos**. En los temas relacionados con la banca, la conversación fue más intensa con respecto a una **entidad bancaria sancionada por incluir a una anciana en el fichero de deudores**, y sobre otra que **espió la cuenta corriente de una de sus empleadas para así poder despedirla sin indemnizarla**.

LO QUE ESCUCHAMOS



06

Las fiestas populares y la actividad cultural atraen a los lectores

El primer Estudio de Tendencias Informativas, efectuado sobre los datos del primer semestre de 2023, reveló el **enorme interés que muestra la audiencia por las actividades culturales**, entendidas en un sentido amplio que abarca informaciones de actualidad, propuestas y prescripciones de ámbito local, regional y nacional sobre **música, fiestas populares, artes escénicas, literatura, exposiciones y museos**. También se puso de manifiesto el gran peso que los contenidos sobre música tenían dentro de la tendencia de Cultura, razón por la cual se decidió desgajarla y darle entidad propia. Pues bien, descontando el tráfico registrado por los contenidos relacionados con la música (que tienen tratamiento aparte), la temática de ámbito cultural ha bajado posiciones en el Índice de Interés Informativo con respecto a la primera mitad del año, pero sigue situada entre las más relevantes, con **casi 13,3 millones de navegadores únicos** y más de **30,3 millones de páginas vistas** en las webs de Prensa Ibérica. Es además, la **segunda tendencia en número de contenidos publicados (15.700)**, sólo por detrás del deporte. En las redes sociales y el resto del ecosistema digital se han contabilizado **más de 5,1 millones de menciones** que tuvieron un alcance de **6,8 millones de personas**. El bloque temático de **fiestas populares** acapara casi la mitad del tráfico de esta tendencia en las webs de Prensa Ibérica, seguido por los contenidos relacionados con el **cine y la televisión**, que en cambio constituyen el bloque mayoritario en la conversación social en las redes y en el resto del ecosistema digital, donde las fiestas populares tienen menor peso.

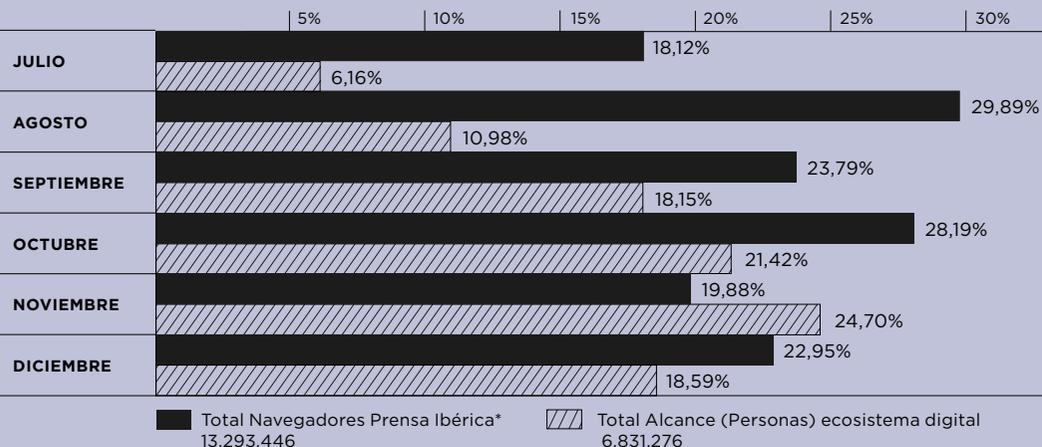
Pasión por las fiestas populares y las series de televisión

El mes de agosto es el que concentra mayor número de fiestas populares en España y, por consiguiente, fue también el que acumuló mayor número de navegadores únicos. Como es lógico en un grupo de prensa con gran penetración local y regional, **las informaciones sobre los principales actos festivos en comarcas, ciudades y pueblos, los incidentes en algunos de ellos o la presencia de personajes populares proporcionaron una abundante audiencia a las cabeceras de Prensa Ibérica.**

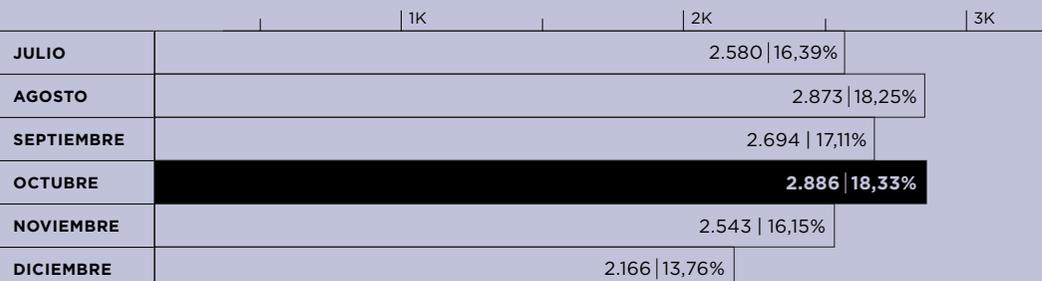
En cambio, en las redes sociales y en el resto del ecosistema digital, el mayor consumo y alcance de los contenidos relacionados con la actividad cultural se registró en noviembre. Entre los temas que generaron más conversación figuran la producción de Netflix **'La Sociedad de la Nieve'**, de **JA Bayona**, seleccionada para representar a España en los **Oscar 2024**; el final de la serie televisiva más longeva del país, **'Cuéntame como pasó'**, de **TVE**; la presencia de **Meryl Streep** en **Oviedo** para recibir uno de los premios **Princesa de Asturias**; los 40 años del estreno de **'El crimen de Cuenca'**, que fue una de las películas más taquilleras de España, o la presentación en Madrid del musical **'El fantasma de la Ópera'**, producido conjuntamente por Antonio Banderas y Andrew Lloyd Weber, y a cuyo preestreno asistieron ambos.



AUDIENCIA

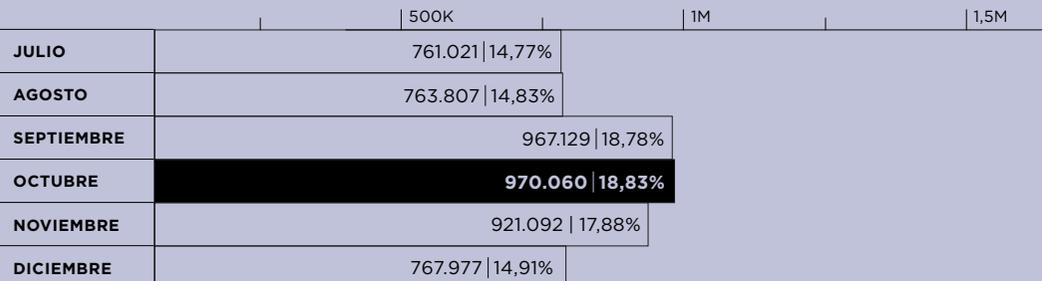


PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



Total contenidos Prensa Ibérica: 15.742

MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



Total menciones ecosistema digital: 5.151.086

*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 54

Cultura

PRENSA IBÉRICA	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	15.7K CONTENIDOS	4.90%
	13.3M NAVEGADORES ÚNICOS	14.53%
	30.3M PÁGINAS VISTAS	3.30%
ECOSISTEMA DIGITAL	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	5.1M MENCIONES	14.13%
	6.8M PERSONAS DE ALCANCE	1.96%

Métricas totales analizadas para el Estudio de Tendencias Informativas

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 36.443.775 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.



Edad y género

Mientras que en las redes y en el resto del ecosistema digital la proporción de consumo de hombres y mujeres está igualado, en las webs de Prensa Ibérica la audiencia de esta temática es mayoritariamente femenina. Cultura es la tercera tendencia con mayor número de lectoras.

GÉNERO

Prensa Ibérica

HOMBRES 42% **MUJERES** 58%

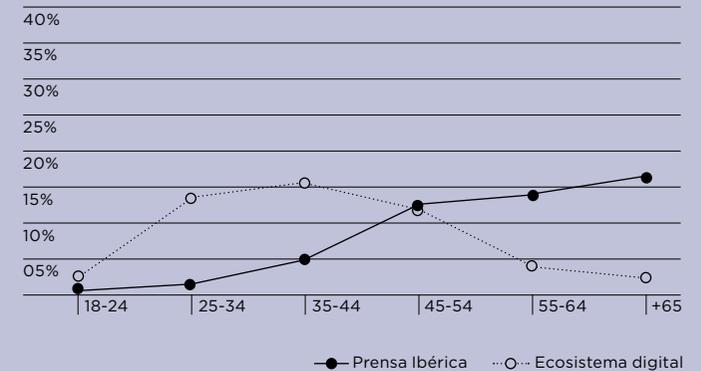
Ecosistema digital

HOMBRES 51% **MUJERES** 49%

Cultura es una de las tendencias más polarizadas en cuanto a canal de consumo: los más jóvenes, muy concentrados en redes y los lectores de más de 45 años más centrados en el consumo director a través de las webs de Prensa Ibérica. En este entorno web los temas de Cultura figuran en el top 5 de sus preferencias en las franjas de 25 a 34 años y de 45 en adelante.

EDAD

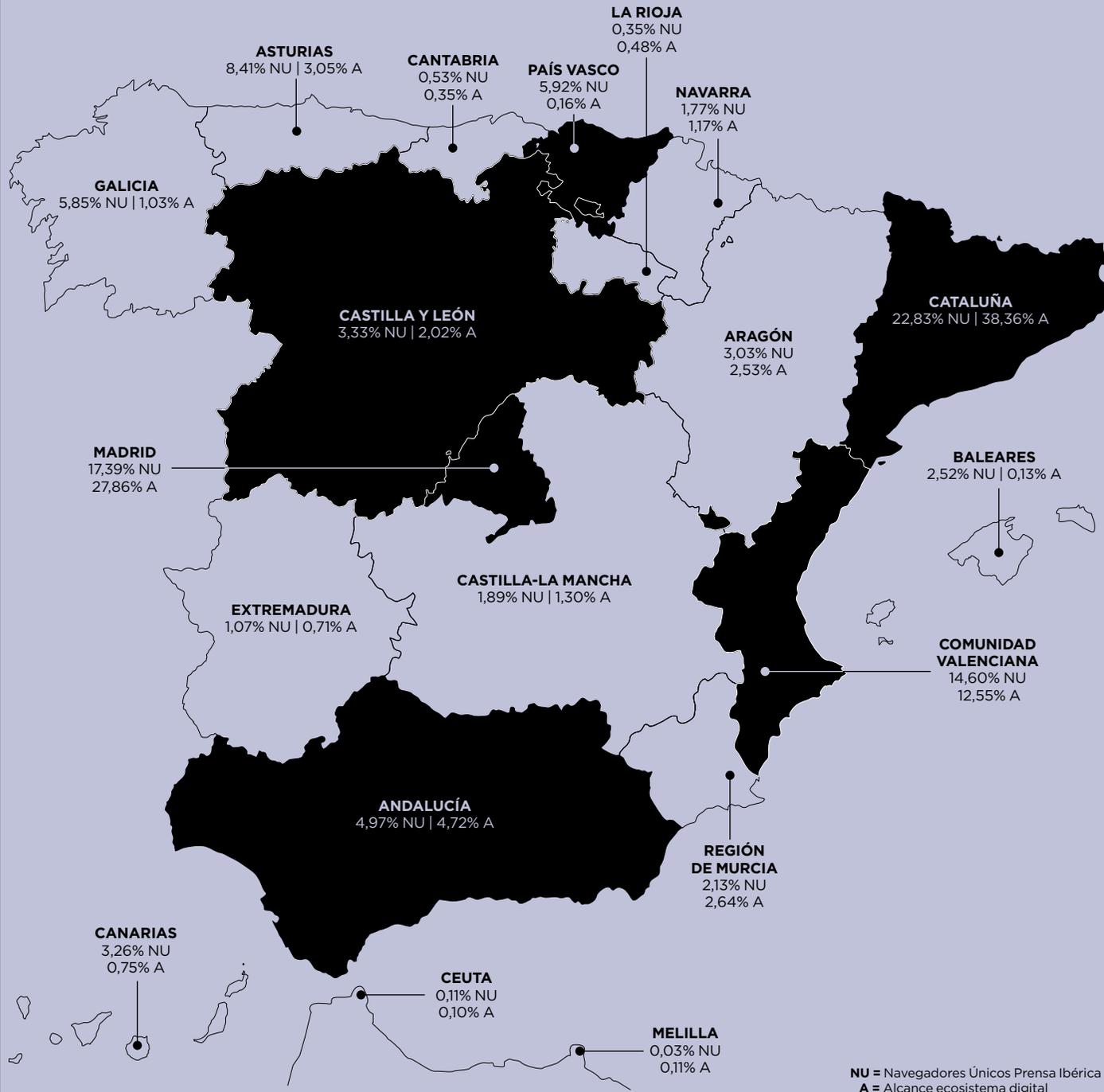
Distribución por edad cultura VS origen



OTROS INTERESES

A los lectores de la temática Cultura también les han interesado durante el segundo semestre de 2023 otros contenidos relacionados con ocio y deporte.

Consumo por CC.AA



NU = Navegadores Únicos Prensa Ibérica
A = Alcance ecosistema digital

Algunos temas de conversación CC.AA

PRENSA IBÉRICA Y ECOSISTEMA DIGITAL

SE HABLA DE...

ORIGEN DE CONVERSACIÓN

CATALUÑA

- Trece años después de las corridas de toros en Cataluña, el debate sobre los festejos taurinos ha vuelto al Parlament de Cataluña.
- Muere Enrique Salaberria, empresario y animador del teatro en Madrid y Barcelona.
- Muerte de uno de los dibujantes más importantes de España, Francisco Ibáñez, a los 87 años. Ha sido la editorial Penguin Random House la que ha comunicado la noticia en redes sociales.
- Mario Casas y su producción "Mi soledad tiene alas".
- Inauguran Festival de Teatro Anzoátegui Te Enamora 2023 en el Casco Histórico de Barcelona.

Parlament de Cataluña
Penguin Random House
Faro de Vigo
El Periódico

MADRID

- Lolita Flores interpreta a "Poncia", monólogo basado en la obra de García Lorca en el Teatro Español en Madrid.
- Muere la actriz Concha Velasco, a los 84 años, en Madrid.
- Presentación del musical "El Fantasma de la Ópera" con la presencia de Antonio Banderas.
- Usaron IA para promocionar la Fera del Libro de Madrid y estalló la polémica.
- Inés Martín Rodrigo y Luis García Montero, Premios de la Crítica de Madrid de novela y poesía.

Feria del Libro de Madrid
El Periódico

COMUNIDAD VALENCIANA

- Arturo Pérez-Reverte presenta en Valencia su última novela "El Problema final".
- Realizarán Festival de Cine Independiente en Valencia. El evento tendrá como invitado internacional a la India.
- Una eldense entre las reconocidas en el Concurso de Pintura de la Federación Valenciana.
- Torreblanca rinde homenaje a la Passió con una exposición.
- Pixar y su teatro digital de marionetas llegan a la ciudad española de Valencia.
- Pueblo Valenciano de Buñol celebra su fiesta más tradicional e internacional, la Tomatina, que de nuevo superó las expectativas de los cerca de 20.000 participantes.
- George H. White, cien años del escritor valenciano que revolucionó la ciencia ficción.

Pixar
Levante-EMV

ANDALUCÍA

- Andalucía fue el escenario de La sociedad de la nieve, de José Antonio Bayona, película que representó a España en la 96ª edición de los Oscars de 2024.
- Muere María Teresa Campos a los 82 años, una de las referentes de la comunicación en las últimas décadas en España. Una trayectoria que le llevó a ser nombrada pregonera de la Feria de Málaga en 2001.
- Muere el periodista y escritor sevillano Antonio Burgos, Hijo Predilecto de Andalucía, a los 80 años.

Netflix

CASTILLA Y LEÓN

- Meryl Streep llega a Oviedo para recibir el premio Princesa de Asturias de las Artes.
- El primer cine con camas llega a España y está en #Asturias: así son las nuevas salas 'vips bed'.
- Muerte de la periodista de 41 años María Bretón.
- Murakami recoge el Premio Princesa de Asturias de Literatura.
- El chef mierense José Andrés recorre España junto a sus hijas para mostrar en una docuserie de HBO sus locales favoritos para comer.

HBO
La Nueva España
Digital

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

En el entorno Prensa Ibérica, el subtema más destacado en esta tendencia han sido las **fiestas populares**, donde aparecen como informaciones de mucha audiencia algunas relacionadas con las fiestas del Pilar y el nombramiento de falleras mayores y algunos festejos taurinos en los que hubo incidentes. En segundo lugar aparece el bloque de **Cine y TV**, en el que destacaron algunas informaciones sobre series televisivas y los obituarios de Itziar Castro, Concha Velasco y Matthew Perry, actor en la serie 'Friends'. El tercer bloque temático fue el de **libros, literatura y comics**, donde destacan entrevistas realizadas a autores como Ian McEwan, Ken Follett, Juan Gómez Jurado o Carmen Posadas con motivo del lanzamiento de nuevas obras.

LO QUE CONTAMOS



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

En cuanto a las redes y el resto del ecosistema digital, los contenidos del bloque de **Cine y TV** son los más relevantes y acaparan más de la mitad de la conversación social, con referencia especial a la muerte de la actriz Itziar Castro. En el bloque de **libros, literatura y comic**, la conversación se centró en torno a Haruki Murakami, Premio Princesa de Asturias en esta última edición, y de Sonsoles Ónega, a raíz de recibir el Premio Planeta 2023 por 'Las hijas de la criada'. La conversación sobre **fiestas populares** es el tercer bloque de interés y giró en torno a celebraciones como la Tomatina de Buñol, los encierros de San Fermín y otros festejos con los toros como protagonistas.

LO QUE ESCUCHAMOS



07

El turismo, fuente de riqueza y objeto de debate

Los contenidos relacionados con todo el **sector turístico** despiertan un alto interés informativo. No en vano se trata de uno de los **motores de la economía española**, que genera una gran riqueza para el país y da empleo, directa o indirectamente a millones de personas. En el segundo semestre de 2023, **el turismo ha escalado posiciones en el Índice de Interés Informativo**, consecuencia, en buena parte, de que los meses de la temporada alta y de mayor actividad en el sector figuran en el periodo analizado y están más presentes en el menú de la actualidad y en la conversación social en las redes. El debate en algunas zonas de España sobre el modo de afrontar algunos efectos indeseados de la afluencia turística ha contribuido a dinamizar también el consumo informativo.

En esta segunda mitad del año, las webs de Prensa Ibérica publicaron más de **6.700 contenidos** de esta temática, consultados por más de **8,5 millones de navegadores únicos** que vieron un total de **18,8 millones de páginas**. En el resto del ecosistema digital, se registraron **2,5 millones de menciones**, con un alcance de **67,5 millones de personas**. Todos estos registros son muy superiores a los contabilizados durante el primer semestre, lo que demuestra la efervescencia en este ámbito durante esta época del año. Las mujeres consumen esta temática más que los hombres y, por edades, lo hacen en mayor medida los jóvenes entre **25 y 34 años y los mayores de 55**. Por territorios, sólo en Baleares el turismo figura entre las cinco primeras tendencias informativas de mayor consumo por parte de la audiencia.

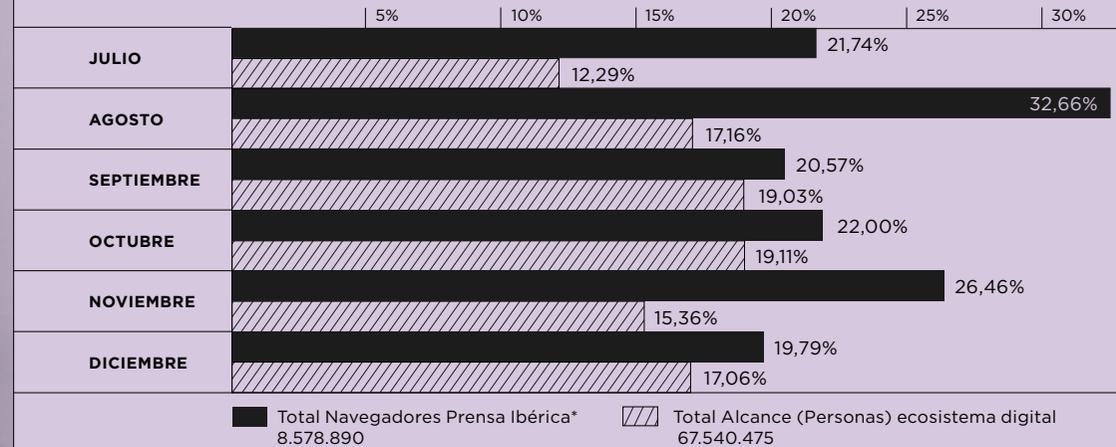
Se mantiene la curiosidad por la oferta turística y se extiende el debate sobre la masificación en algunas zonas

Los contenidos más consumidos durante el semestre en el ámbito del turismo han sido los relacionados con la oferta y los servicios de la hostelería en las distintas zonas de España, tanto en las webs de Prensa Ibérica como en las redes y el resto del ecosistema digital; en ambos entornos el mayor número de publicaciones y el mayor tráfico ligado a esta temática se registró en agosto, precisamente el mes de mayor actividad en el sector turístico. En las cabeceras de Prensa Ibérica las informaciones más leídas tenían que ver con la saturación que se percibe en algunos destinos de éxito de Baleares, Andalucía o la Comunidad Valenciana en los meses de julio y agosto, en plena temporada alta. Este asunto, y el impacto que tiene sobre los residentes, estuvo también muy presente en la conversación a través de las redes sociales. También aparecen entre lo más leído algunas piezas sobre la conveniencia de desestacionalizar la afluencia turística y prolongar así la temporada.

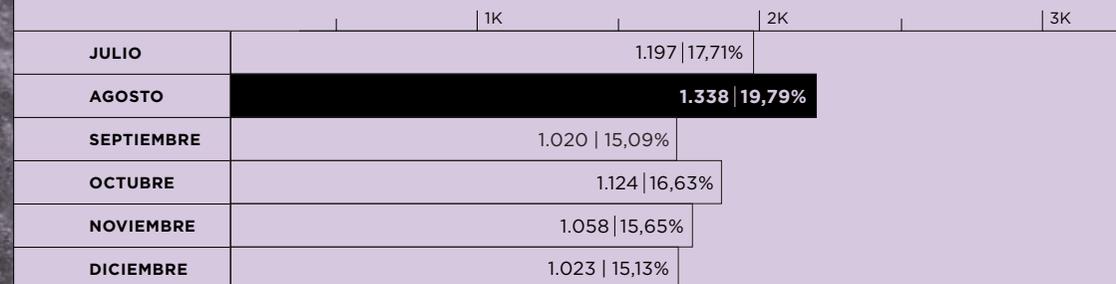
En la conversación social, donde los temas de mayor alcance se registraron en octubre y septiembre, por este orden, también tuvo relevancia la elección por parte de la Organización Mundial del Turismo de los mejores pueblos turísticos y la inclusión de tres españoles en la lista.



AUDIENCIA

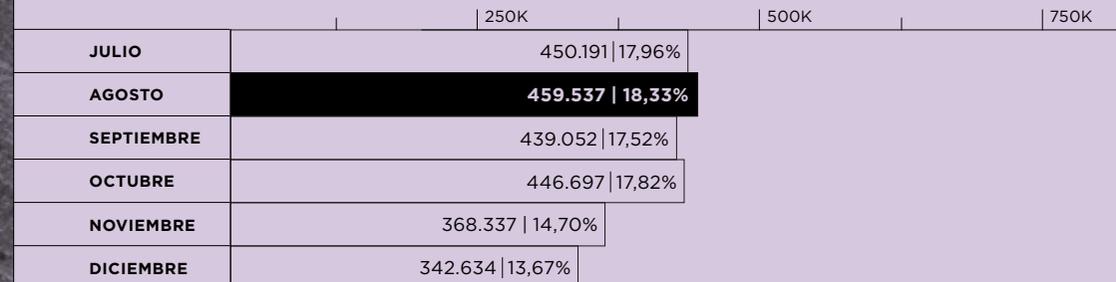


PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



Total contenidos Prensa Ibérica: 6.760

MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



Total menciones ecosistema digital: 2.506.448

*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 53

Turismo

PRENSA IBÉRICA	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	6.7K CONTENIDOS	2.10%
	8.5M NAVEGADORES ÚNICOS	9.38%
	18.8M PÁGINAS VISTAS	2.04%
ECOSISTEMA DIGITAL	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	2.5M MENCIONES	6.88%
	67.5M PERSONAS DE ALCANCE	19.42%
Métricas totales analizadas para el Estudio de Tendencias Informativas		

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 36.443.775 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.





Edad y género

Destaca el interés predominantemente femenino en las webs de Prensa Ibérica. Respecto al total de las 12 tendencias, es la sexta en las preferencias de las mujeres, mientras que en el resto del ecosistema digital es la cuarta y está más equilibrado el reparto de consumo por género.

GÉNERO

Prensa Ibérica

HOMBRES 44% **MUJERES** 56%

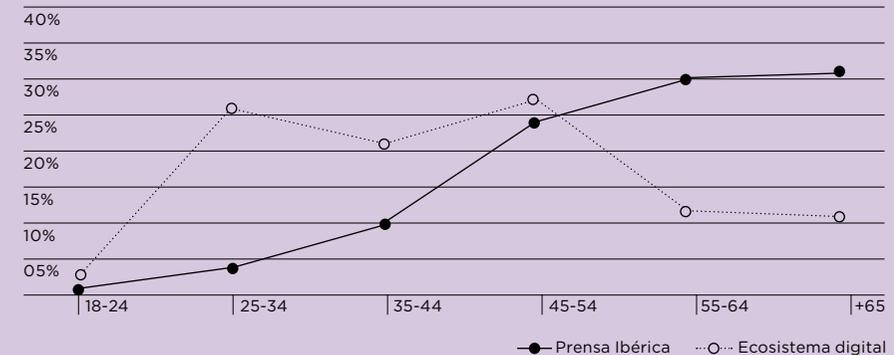
Ecosistema digital

HOMBRES 49% **MUJERES** 51%

Por rangos de edad, en las webs de Prensa Ibérica los principales consumidores de los contenidos sobre turismo son los mayores de 65 años, probablemente por su interés en los viajes de turismo social del Imsero, que movilizan cada año a cientos de miles de jubilados. Con respecto al conjunto de las personas que han consumido alguna de las 12 tendencias informativas principales, los lectores de Prensa Ibérica de 25 a 34 años muestran un interés mayor (14%) por los temas turísticos respecto a los lectores de otras franjas de edad. En la conversación en redes y el resto del ecosistema digital, la franja de más participación está entre los 45 y 54 años, seguida por la de 25 a 34 años.

EDAD

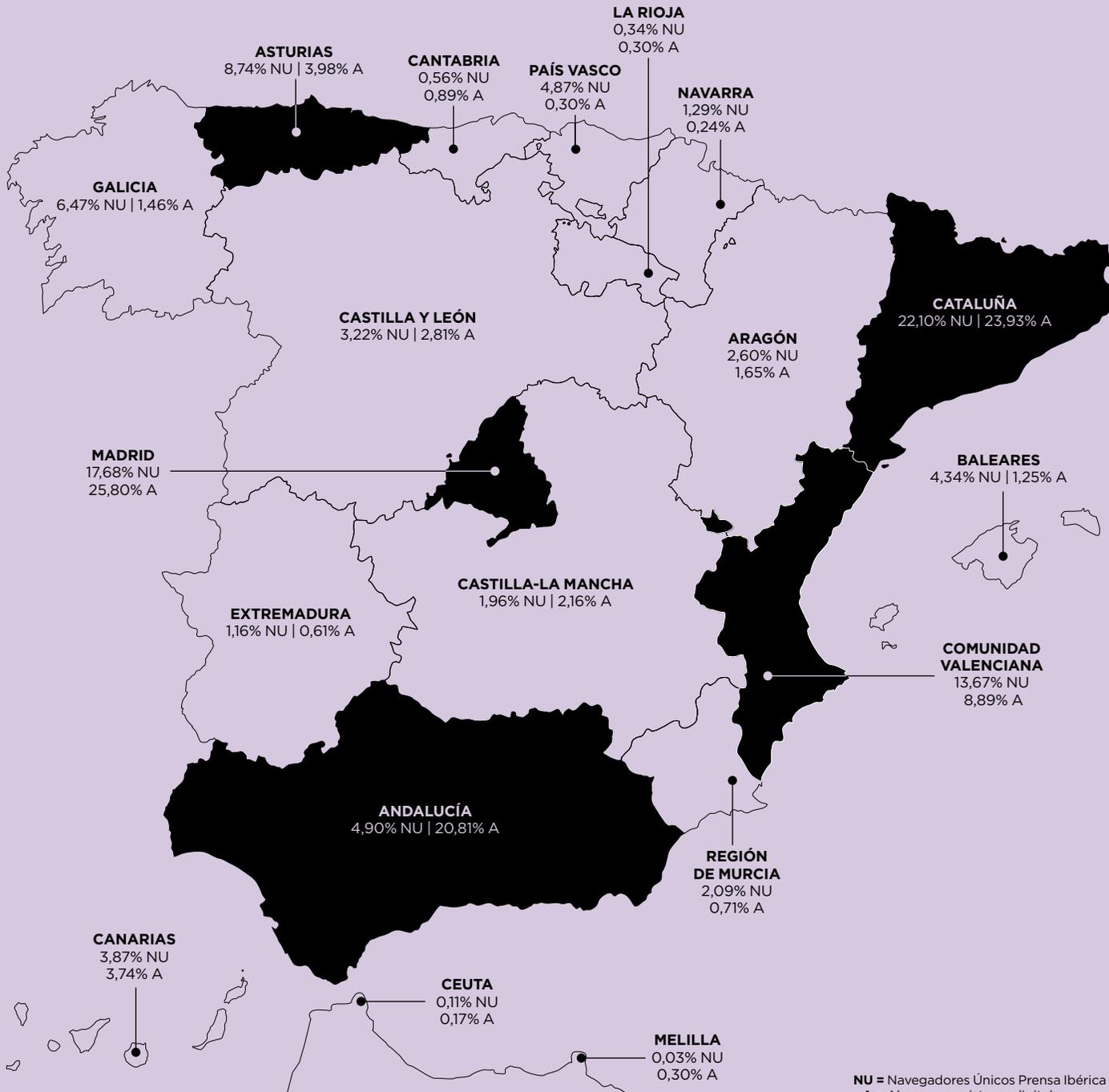
Distribución por edad turismo VS origen



OTROS INTERESES

A los lectores de la temática Turismo también les han interesado durante el segundo semestre de 2023 otros contenidos relacionados con los problemas sociales, la arquitectura, el sector inmobiliario, la industria de la construcción, el transporte público, la historia y patrimonio y los bares y restaurantes.

Consumo por CC.AA



NU = Navegadores Únicos Prensa Ibérica
A = Alcance ecosistema digital

Algunos temas de conversación CC.AA

PRENSA IBÉRICA Y ECOSISTEMA DIGITAL

SE HABLA DE...

ORIGEN DE CONVERSACIÓN

CATALUÑA

- Se mencionan actividades turísticas como recorridos en tren, visitas a monasterios y cuevas, senderismo, turismo industrial, entre otros.
- Crisis en el transporte público por el turismo en Barcelona.
- Preocupación por la masificación turística y la necesidad de regular el alquiler turístico. Se suspenden las licencias de alquiler turístico.
- Cataluña alcanza los 500 millones de euros de recaudación en una década con su impuesto al turismo.
- La región se queda rezagada en la recuperación del turismo internacional.
- Barcelona se convierte en el destino europeo del turismo de "fertilidad" por excelencia.

@eldia

MADRID

- Madrid recibe premios por ser el mejor destino europeo de turismo de reuniones por sexto año consecutivo.
- Se estrena un nuevo vuelo entre Madrid y Murcia.
- El hotel de Cristiano Ronaldo en Madrid obtiene su primer beneficio neto.
- Madrid vive un auge turístico con la apertura de establecimientos de lujo y de restaurantes exclusivos que atraen a un viajero que antes pasaba de largo.
- ¿Cómo funciona el bono turístico en Madrid?

@ElPeriodico_Esp

COMUNIDAD VALENCIANA

- El distrito de Ciutat Vella en Valencia está saturado de apartamentos turísticos.
- La Maratón de Valencia dispara la ocupación hotelera al 91% y suma 33.000 participantes.
- La jornada laboral de cuatro días mejora la salud y el turismo en la ciudad de Valencia.
- El 'low cost' adelanta al AVE y ya acapara la mayoría de viajeros en las líneas Madrid-BCN y Madrid-Valencia.
- El turismo extranjero se dispara en la Comunitat Valenciana y apunta a un 2023 con más de 10 millones.

@TheObjective_Es
@AtteliFundacion
Comunidad de Madrid

ASTURIAS

- Viajeros españoles la sitúan como el destino turístico de más calidad del país.
- Los hoteles y los pisos turísticos de Gijón apuestan por "el llenazo" en el puente de diciembre.
- El turismo en Asturias y el impacto del cambio climático, "las olas de calor".
- El turismo urbano atrae a los visitantes a ciudades como Gijón, Oviedo o Avilés durante el puente de diciembre.
- El aeropuerto de Asturias supera los 1,6 millones de viajeros por primera vez en su historia.
- Asturias relanza el sector turístico con inversiones en nueve concejos y dos comarcas.

La Nueva España Digital

ANDALUCÍA

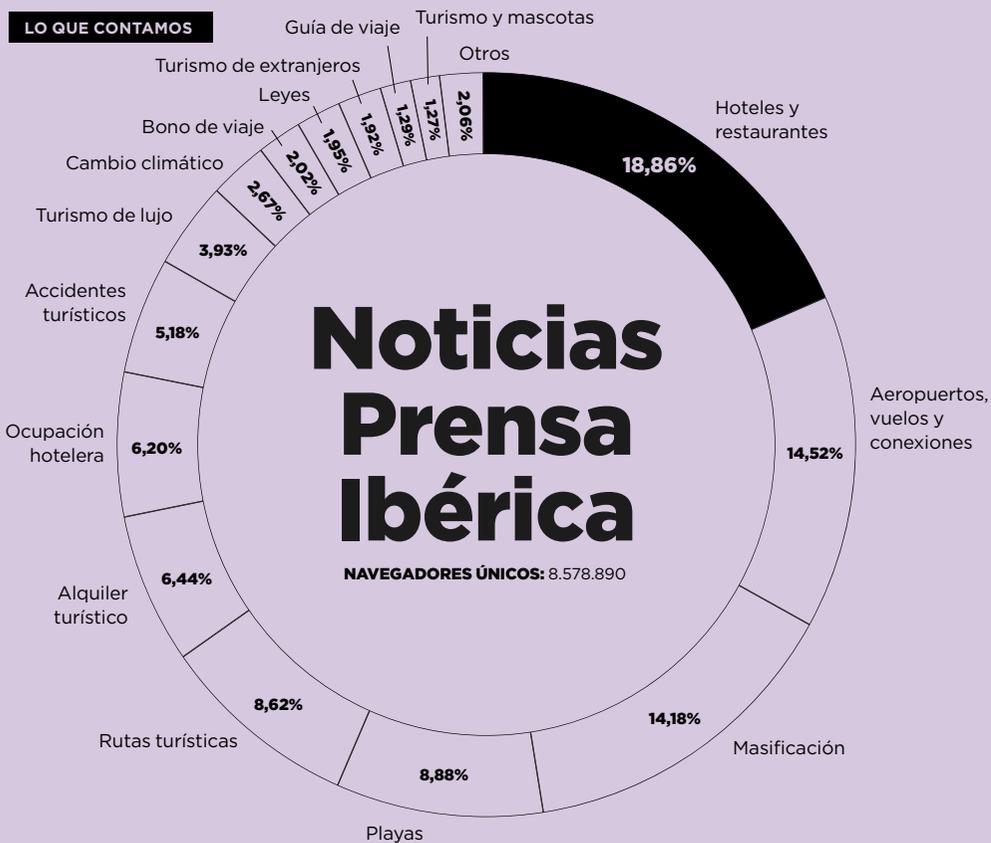
- Manuel Carrasco, nombrado embajador turístico de Andalucía.
- Un tercio de los españoles no puede permitirse una semana de vacaciones fuera de casa al año, según el INE. El porcentaje es mucho más elevado en Andalucía y Extremadura.
- La hotelera Smart Rooms Company entra en Andalucía.
- Los Latin Grammy celebrados en Andalucía, y el impacto en el turismo de la región.
- Problemas relacionados con el turismo en Andalucía, como la falta de agua y el cierre de hoteles públicos.
- Hotel Boutique Suite Generis de Córdoba recibe el Premio Andalucía del Turismo 2023.

Smart Rooms
Hotel Boutique
Suite Generis

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

Los contenidos relacionados con la oferta de **hoteles y restaurantes** forman el bloque temático más relevante dentro de esta tendencia sobre turismo. Le siguen las informaciones relacionadas con la movilidad (**vuelos, conexiones, aeropuertos...**) y como tercer bloque de interés se sitúan los temas relacionados con el debate sobre la **saturación turística** en algunos destinos y el impacto que tiene sobre la vida de los residentes. Estos tres bloques más relevantes tienen una dimensión parecida, especialmente los dos últimos. A más distancia figuran las noticias sobre **playas, rutas turísticas o el alquiler turístico** de viviendas.



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

La conversación sobre la oferta de **hoteles y restaurantes** ha sido el bloque de mayor alcance en las redes y el resto del ecosistema digital en la segunda mitad de 2023, con temas como el incremento de los precios, el record de empleo en el sector hotelero o la petición de Turespaña a hoteles y otros establecimientos para que regalen sus servicios a influencers extranjeros para promocionar el turismo fuera de nuestras fronteras. En segundo lugar se sitúa el bloque de **destinos más atractivos** y a continuación el relacionado con las **playas**.



08

Se extiende la prohibición de los móviles en centros docentes

Los contenidos relacionados con la educación siguen figurando entre las doce tendencias informativas más relevantes de España, aunque en el segundo semestre de 2023 registraron menor consumo en las webs de Prensa Ibérica que en la primera mitad del año. En cambio, se disparó la conversación y el debate en redes sociales y en el resto del ecosistema digital.

Entre julio y diciembre se publicaron más de **9.000 contenidos** sobre esta temática, con **7,5 millones de navegadores únicos** y **más de 18 millones de páginas vistas**. En redes, hubo casi **4 millones de menciones** que tuvieron un alcance estimado en **más de 63 millones de personas**.

Las noticias de todo tipo sobre los distintos niveles educativos, desde la enseñanza infantil a la Universidad, son las que más interés despiertan entre los lectores de los diarios de Prensa Ibérica, y dentro de ellas **cobró fuerza durante este semestre el debate sobre el uso de los móviles en los colegios**, impulsado por las peticiones en este sentido de grupos de padres y madres, y porque se ha ido extendiendo la decisión de muchos centros docentes de prohibirlos en sus recintos. En el resto del entorno digital sobresale la conversación sobre las **conclusiones y la elaboración del informe PISA**. Los contenidos sobre educación están entre las cinco primeras tendencias más consumidas entre los 45 y los 64 años, pero a partir de los 65 pasan a ser los de menor consumo entre las 12 principales.

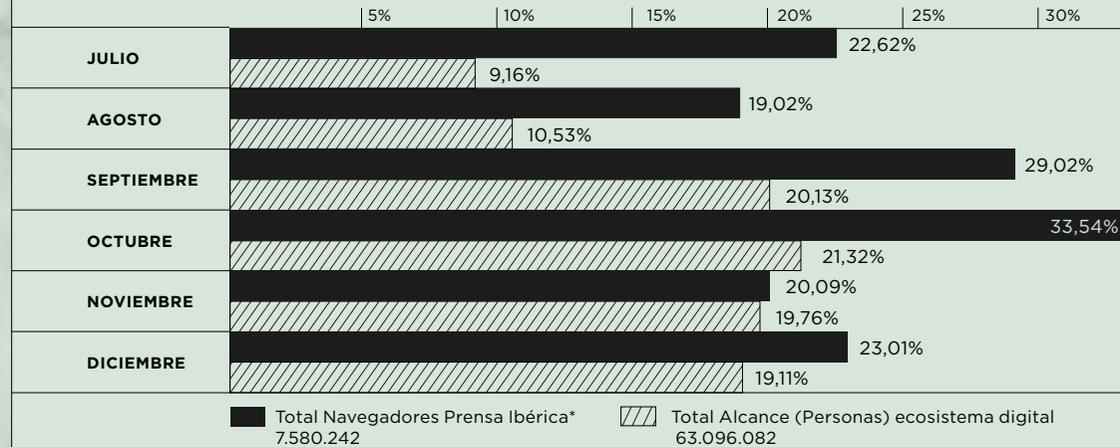
Madres y padres en pie de guerra: prohibir los móviles, trabajar la igualdad en el entorno educativo y disponer de transporte escolar

Octubre y septiembre fueron, casi a la par, los meses con mayor audiencia, tanto en las cabeceras digitales de Prensa Ibérica como por menciones y alcance en las redes sociales y el resto del ecosistema digital. En el caso de Prensa Ibérica destacó el consumo de contenidos relacionados con los **efectos que puede tener el uso abusivo de las pantallas en los niños y adolescentes**, a raíz de que muchas guarderías hayan comenzado a detectar retrasos en el desarrollo de algunos niños; además, crecen exponencialmente los **grupos de padres y madres que se movilizan para pedir la prohibición del uso de los móviles en los colegios e institutos de sus hijos**, una decisión que se va extendiendo en multitud de centros docentes por toda España. Los **beneficios de que los jóvenes estudien la Secundaria en el extranjero o la convalidación de créditos para los estudiantes de Formación Profesional que quieran estudiar una carrera universitaria** también han sido noticias que han despertado un interés significativo de los lectores.

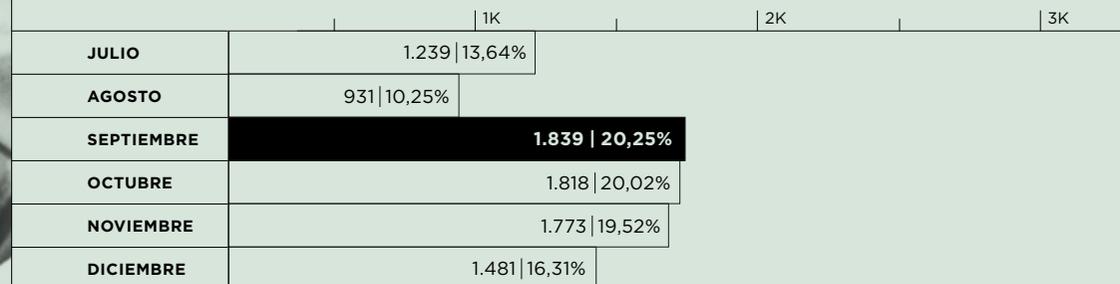
En la conversación en redes y el resto del ecosistema digital destacaron, entre otros, el caso de los **padres de un instituto público de Valladolid que denunciaron a un profesor de ESO que obligaba al alumnado a tachar el lenguaje inclusivo de los libros de texto**, la **falta de plazas de Formación Profesional en Madrid** o los **graves problemas de transporte escolar** que sufren algunas familias en Galicia.



AUDIENCIA

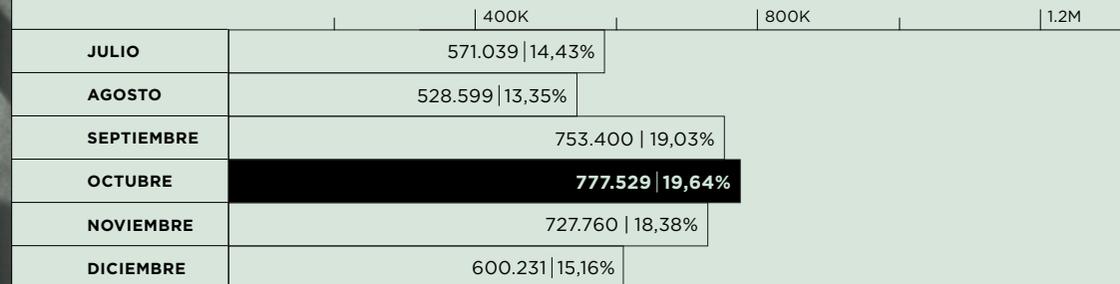


PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



Total contenidos Prensa Ibérica: 9.801

MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



Total menciones ecosistema digital: 3.958.558

*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 50

Educación

PRENSA IBÉRICA	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	9K CONTENIDOS	2.80%
	7.5M NAVEGADORES ÚNICOS	8.29%
	18M PÁGINAS VISTAS	1.96%
ECOSISTEMA DIGITAL	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	3.9M MENCIONES	10.86%
	63M PERSONAS DE ALCANCE	17.80%

Métricas totales analizadas para el Estudio de Tendencias Informativas

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 36.443.775 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.



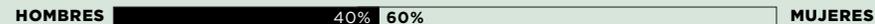


Edad y género

Tanto en las webs de Prensa Ibérica como en el resto del ecosistema digital, la tendencia Educación es consumida mayoritariamente por mujeres, como ya se puso de manifiesto en el estudio del primer semestre. De hecho, es la segunda tendencia con mayor porcentaje de consumo femenino; entre los hombres está a la cola de su consumo informativo entre las 12 tendencias analizadas.

GÉNERO

Prensa Ibérica



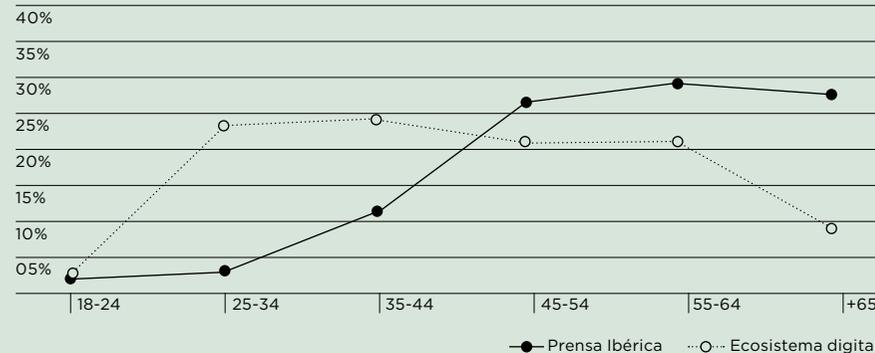
Ecosistema digital



En redes y el resto del ecosistema digital se repite el patrón del primer semestre de 2023: el consumo está equilibrado en las franjas que van de los 25 a los 64 años. En el caso de Prensa Ibérica observamos diferencias: en el primer semestre de 2023 el mayor consumo se dio en la franja de 45 a 54 años y en las franjas posteriores este consumo descendía abruptamente. En este segundo semestre el consumo es más elevado y está equilibrado en las franjas de edad superiores (+45), que parece se han interesado en calidad de padres y abuelos por temas como el informe PISA o el retraso en el aprendizaje por culpa de las pantallas. Ahora bien, si tomamos como referencia la población de cada uno de los rangos de edad que ha consumido alguna de las 12 tendencias informativas, en el entorno de las cabeceras digitales de Prensa Ibérica aquellos navegadores de 18 a 24 años y de 35 a 44 años muestran un interés superior al resto de la población por la tendencia Educación.

EDAD

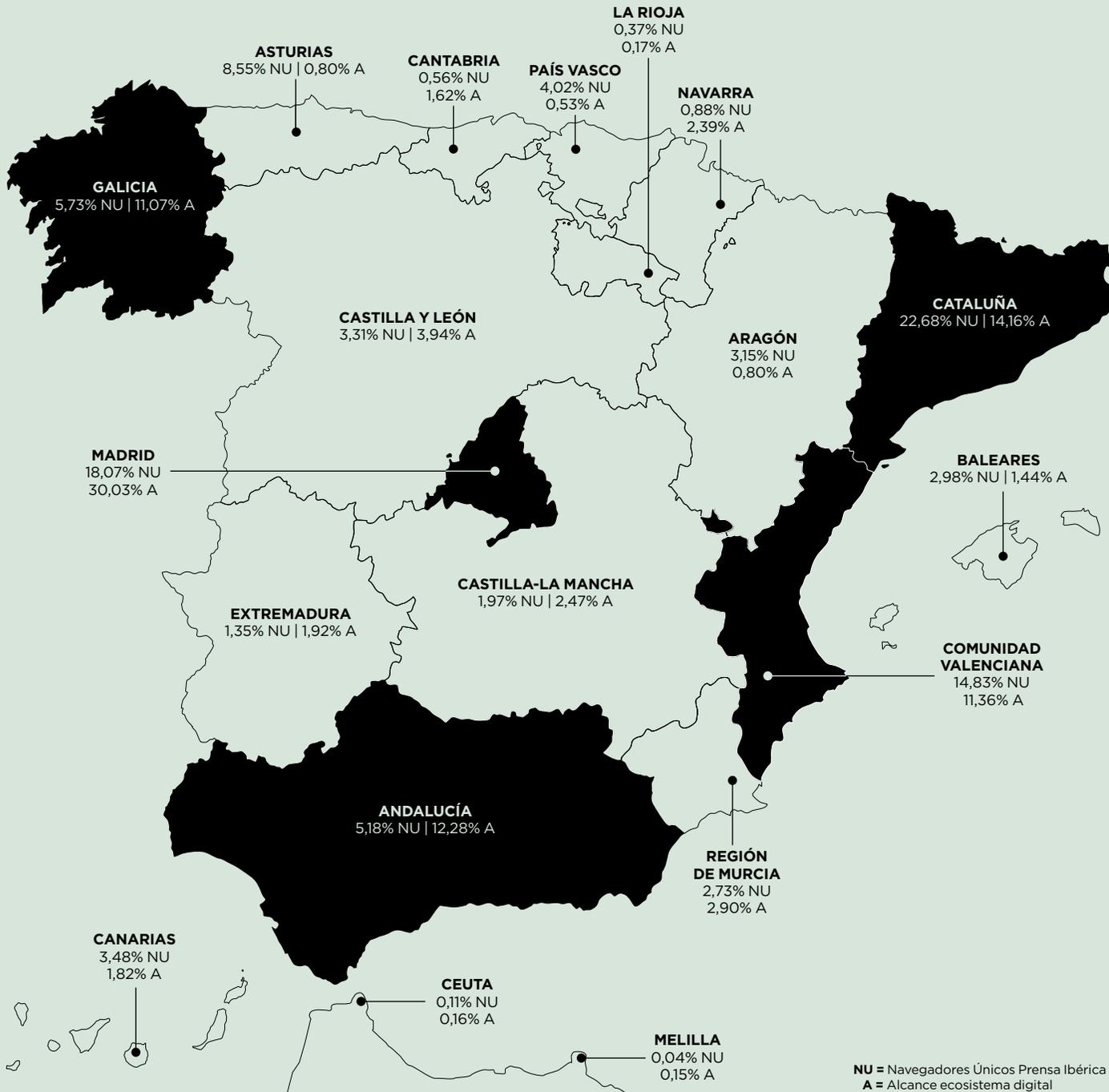
Distribución por edad educación VS origen



OTROS INTERESES

A los lectores de esta tendencia también les han interesado otros contenidos relacionados con el funcionariado, la okupación, problemas sociales, medio rural, transporte público, la historia y patrimonio, o el sector hotelero e inmobiliario entre otros.

Consumo por CC.AA



NU = Navegadores Únicos Prensa Ibérica
A = Alcance ecosistema digital

Algunos temas de conversación CC.AA

PRENSA IBÉRICA Y ECOSISTEMA DIGITAL

SE HABLA DE...	ORIGEN DE CONVERSACIÓN
<p>CATALUÑA</p> <ul style="list-style-type: none"> Cataluña anuncia la prohibición de los móviles en las escuelas de primaria el próximo curso. La Generalitat de Cataluña rectifica y atribuye el fiasco en PISA a la pobreza infantil y no a un exceso del alumnado migrante. El vicerrector de la Universidad de Barcelona acusado de acosar a una alumna ha presentado su dimisión. Estudiantes que finalizaron la ESO en Cataluña el pasado curso lo hicieron con el nivel más bajo en Lengua Catalana y Castellano. Plan Clima Escuela de Barcelona: instalar aire acondicionado y calefacción en todas las escuelas públicas de Barcelona. 	<p>Generalitat de Cataluña PISA Universidad de Barcelona</p>
<p>MADRID</p> <ul style="list-style-type: none"> En los centros públicos de FP de la Comunidad de Madrid que ofertan grados sanitarios están "desesperados"; cada vez más difícil conseguir prácticas para sus alumnos, porque las empresas sanitarias no los aceptan. La Comunidad de Madrid aprueba las becas de comedor escolar a todos los solicitantes, tras meses de caos en la tramitación. Madrid supera en casi 20 puntos la media de España en Lectura, Ciencias y Matemáticas en el Informe PISA. Los resultados del Informe PISA muestran dos realidades educativas dentro de un mismo país: Castilla y León, Asturias, Cantabria y Madrid ya sacan mejores resultados educativos que Finlandia. Por cuarto año consecutivo, hay más estudiantes que optan por la FP que por el Bachillerato en Madrid. Por qué la jornada intensiva se dispara en los colegios públicos del sur de Madrid. 	<p>PSOE</p>
<p>COMUNIDAD VALENCIANA</p> <ul style="list-style-type: none"> Miles de profesores interinos valencianos siguen con la incertidumbre de no saber si tendrán trabajo y dónde. Suspense en Valencia por hacer un examen en español: una ley acabará con la marginación de los castellanoparlantes. Eva Alcón (Rectora de la universidad Jaume I): "La Jaume I sufre una infr FINANCIACIÓN que debe ser compensada de alguna manera". 	
<p>ANDALUCÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> La Junta aprueba la primera universidad online de Andalucía La Utamed, con sede en Málaga, ofrecerá más de una veintena de títulos centrados en las nuevas realidades tecnológica. La Junta de Andalucía propondrá al Gobierno central eliminar el máster en profesorado como requisito para opositar. Andalucía impone a todas sus escuelas un reglamento interno que permite "retirar" y confiscar el móvil al alumno. El Gobierno del PP en Andalucía sube el precio del comedor escolar, el aula matinal y las actividades escolares tras haber matriculado a los hijos. 	<p>Utamed PP</p>
<p>GALICIA</p> <ul style="list-style-type: none"> Galicia borra del temario de la selectividad la marginación del gallego durante el franquismo. El español, 'lengua invasora' que aleja de sus raíces a los alumnos de Cataluña, Galicia y Baleares. Problemas en el transporte escolar en Galicia. Galicia ya regula desde 2015 la propuesta de Educación para prohibir el móvil en Primaria y Secundaria. Galicia, Cataluña y las islas Canarias son las comunidades con más casos de bullying, de acuerdo con el Informe PISA. Huelga en las escuelas infantiles de Galicia; los sindicatos denunciarán los servicios mínimos. 	<p>PISA</p>

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

Los bloques de contenidos relacionados con los distintos niveles educativos suponen más de la mitad del consumo en los diarios digitales de Prensa Ibérica: los temas de **Educación Infantil y Primaria** están ligeramente por delante en tráfico de los de **Educación Secundaria**, y en tercer lugar se sitúan los que van ligados a la **Universidad**. En los dos primeros ámbitos, se aprecia el interés por las informaciones sobre el uso de los móviles en colegios e institutos y sobre el efecto del uso abusivo de las pantallas en el desarrollo intelectual de los niños. En el subtema **Universidad**, el interés se dirige hacia las notas de corte para acceder a las distintas facultades, la repesca de la selectividad y las solicitudes de los estudiantes para los diferentes grados ocupa el tercer lugar.

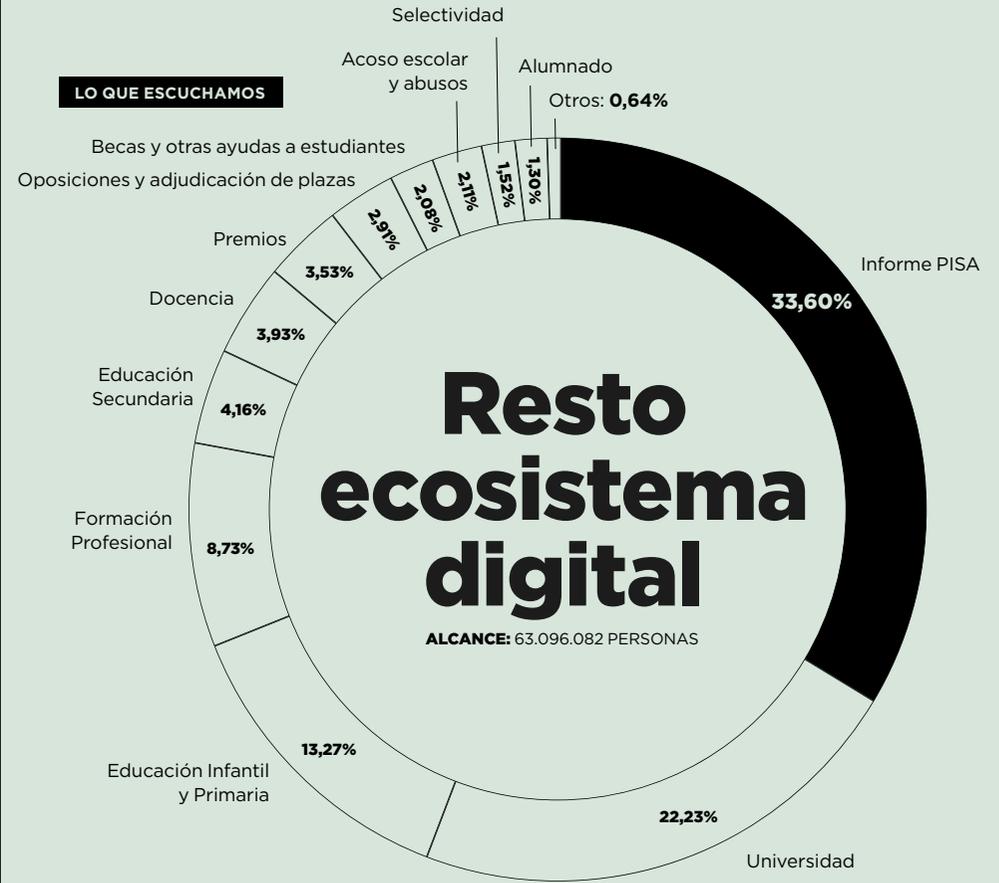
LO QUE CONTAMOS



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

En la conversación social en redes sociales y el resto del ecosistema digital, los resultados del **informe PISA** forman el mayor bloque de interés, con un tercio del total. Figuran a continuación los temas relacionados con la **Universidad**, especialmente sobre el aumento de la oferta de estudios relacionados con la economía circular y el reciclaje, que ofrecen salidas laborales cada vez más diversas y pujantes, o los destrozos realizados a una bandera gigante de España en la facultad de Ciencia Políticas de la Universidad Complutense de Madrid. Respecto a **Educación Infantil y Primaria** se conversa sobre la dificultad que existe al pasar de Primaria a Secundaria en España, y sobre diferentes convocatorias de huelga de los profesores que protestan por sus condiciones laborales.

LO QUE ESCUCHAMOS



09

Las generales del 23-J y la investidura acrecientan la tensión política

Las elecciones han vuelto a situarse entre las tendencias informativas más relevantes en España también en el segundo semestre de 2023, **al confluir las secuelas de las municipales y autonómicas de mayo** (coaliciones y pactos de gobierno o de legislatura), con **la convocatoria inesperada y la celebración de elecciones generales el 23 de julio**. Todo ello seguido de una intensa actividad relacionada con **la investidura del nuevo presidente del Gobierno**, primero por el intento fallido del líder del PP, Alberto Núñez Feijóo, y finalmente con la del socialista Pedro Sánchez, que acabó prosperando. Aunque en el índice de Interés Informativo las elecciones han pasado del sexto al séptimo lugar, en este segundo semestre el tráfico y la audiencia de esta temática han sido mucho mayores. En total, se publicaron en las cabeceras de Prensa Ibérica **11.860 contenidos** vinculados a las elecciones, a los que accedieron más de **9,7 millones de navegadores únicos** que consultaron **29,5 millones de páginas**. En las redes se registraron **9,5 millones de menciones**, con un alcance de más de **12 millones de personas**.

Los avatares de la investidura suscitaron el mayor interés, tanto entre los lectores de los diarios de Prensa Ibérica como en la conversación social en redes, especialmente en todo lo relacionado con los acuerdos del PSOE con los independentistas catalanes a cambio de su voto favorable a la investidura de Sánchez, y en particular el de amnistiar a los implicados en causas judiciales derivadas del 'procés' secesionista de Cataluña.

Los resultados electorales complican la estabilidad parlamentaria y abren la puerta a la amnistía a cambio de la investidura

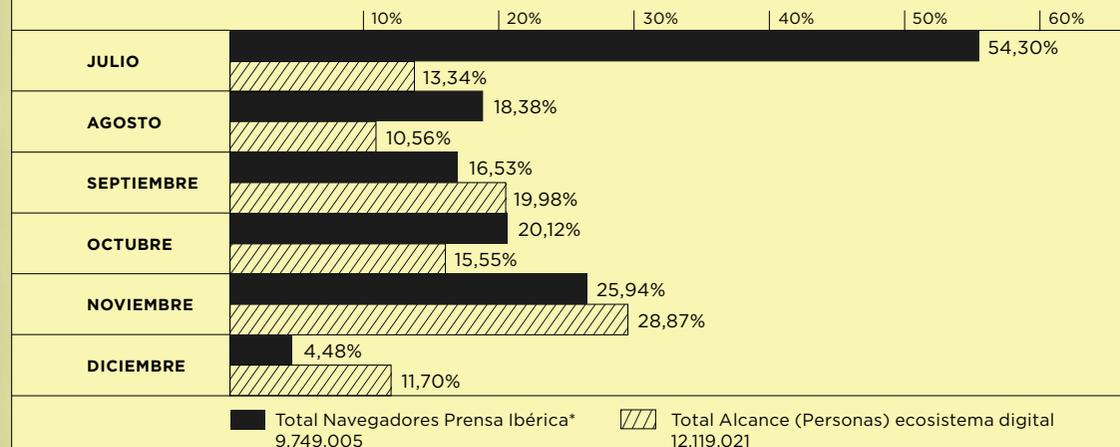
Julio, el mes de las elecciones generales, fue con diferencia el mes que generó más contenidos y mayor consumo en este ámbito informativo. El mayor interés de los lectores se centró en **los sondeos diarios publicados durante la última semana de la campaña electoral a través de una web australiana** y en todo lo relacionado con **los resultados de los comicios** y la compleja aritmética parlamentaria que originaron.

Noviembre fue el segundo mes en número de navegadores únicos que accedieron a las cabeceras de Prensa Ibérica, que consumieron básicamente los contenidos relacionados con la **investidura** y el **acuerdo sobre entre el PSOE y los partidos independentistas catalanes para otorgar una amnistía** a los implicados en el 'procés'.

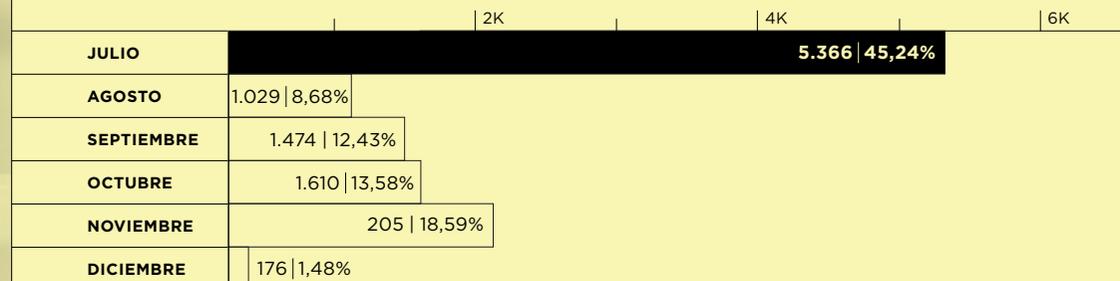
En las redes y el resto del ecosistema digital, la mayor intensidad en la conversación social, tanto en número de menciones como en alcance, se registró también en ese mismo mes de noviembre, en primer lugar por los **pactos sobre la ley de amnistía**, pero también por las manifestaciones en contra y las **concentraciones de protesta organizadas frente a la sede del PSOE** en Madrid.



AUDIENCIA

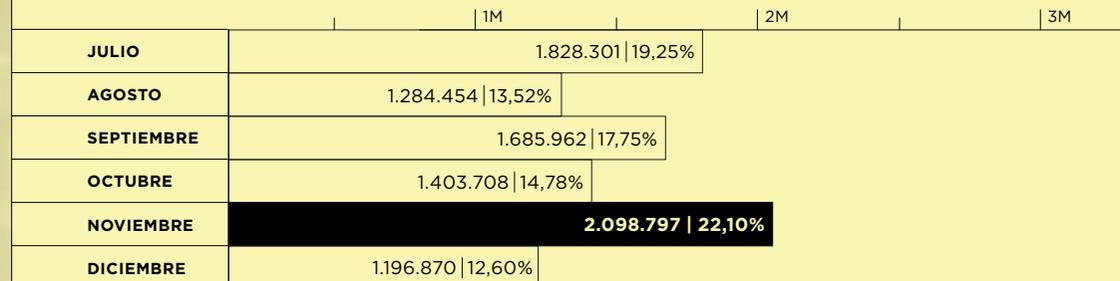


PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



Total contenidos Prensa Ibérica: 11.860

MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



Total menciones ecosistema digital: 9.498.092

*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 50

Elecciones

PRENSA
IBÉRICA

Métricas
principales

Peso sobre
total analizado

11.8K
CONTENIDOS

3.70%

9.7M
NAVEGADORES ÚNICOS

10.66%

29.5M
PÁGINAS VISTAS

3.20%

ECOSISTEMA
DIGITAL

Métricas
principales

Peso sobre
total analizado

9.4M
MENCIONES

26.06%

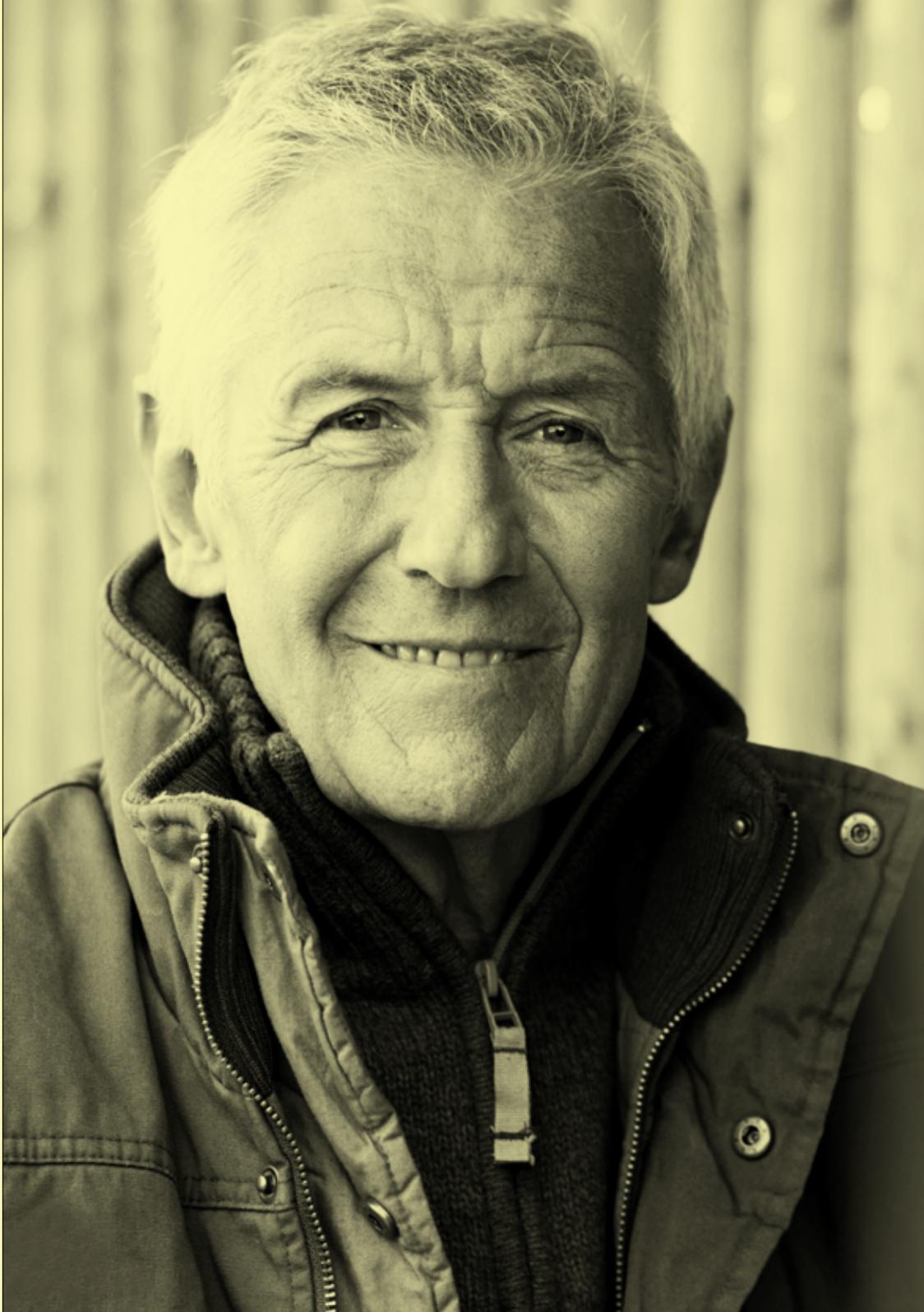
12M
PERSONAS DE ALCANCE

3.42%

Métricas totales analizadas para el Estudio de Tendencias Informativas

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 36.443.775 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.





Edad y género

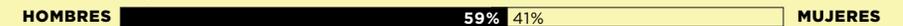
En el segundo semestre se repiten y confirman algunos patrones de comportamiento de la audiencia, tanto de género como de edad, detectados ya en el Estudio de Tendencias Informativas del primer semestre en el tráfico relacionado con las elecciones municipales y autonómicas. De nuevo, el tema electoral suscita mayor interés entre los hombres y es la segunda tendencia con mayor audiencia masculina tanto en las webs de Prensa Ibérica como en las redes y el resto del ecosistema digital.

GÉNERO

Prensa Ibérica



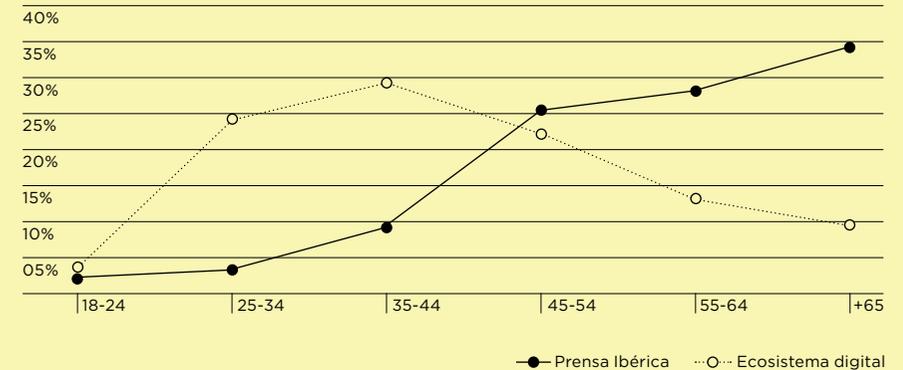
Ecosistema digital



Por edades, el consumo de la temática electoral se sitúa en las posiciones de cola en todos los tramos, excepto en el de los mayores de 65 años, donde figura en tercer lugar. El consumo entre los 25 y los 34 años se da mayoritariamente en las redes, mientras que de 55 años en adelante se da en mayor porcentaje en las cabeceras digitales de prensa Ibérica. En este segundo semestre se aprecia una diferencia de consumo por canales en el rango de los 45 a los 54 años: en elecciones municipales y autonómicas el consumo mayoritario en esta franja se daba en las webs de Prensa Ibérica, en las elecciones generales el consumo para este grupo de edad está equilibrado entre los dos entornos, debido con toda probabilidad al mayor debate social que han originado la investidura y sobre todo los acuerdos sobre la amnistía.

EDAD

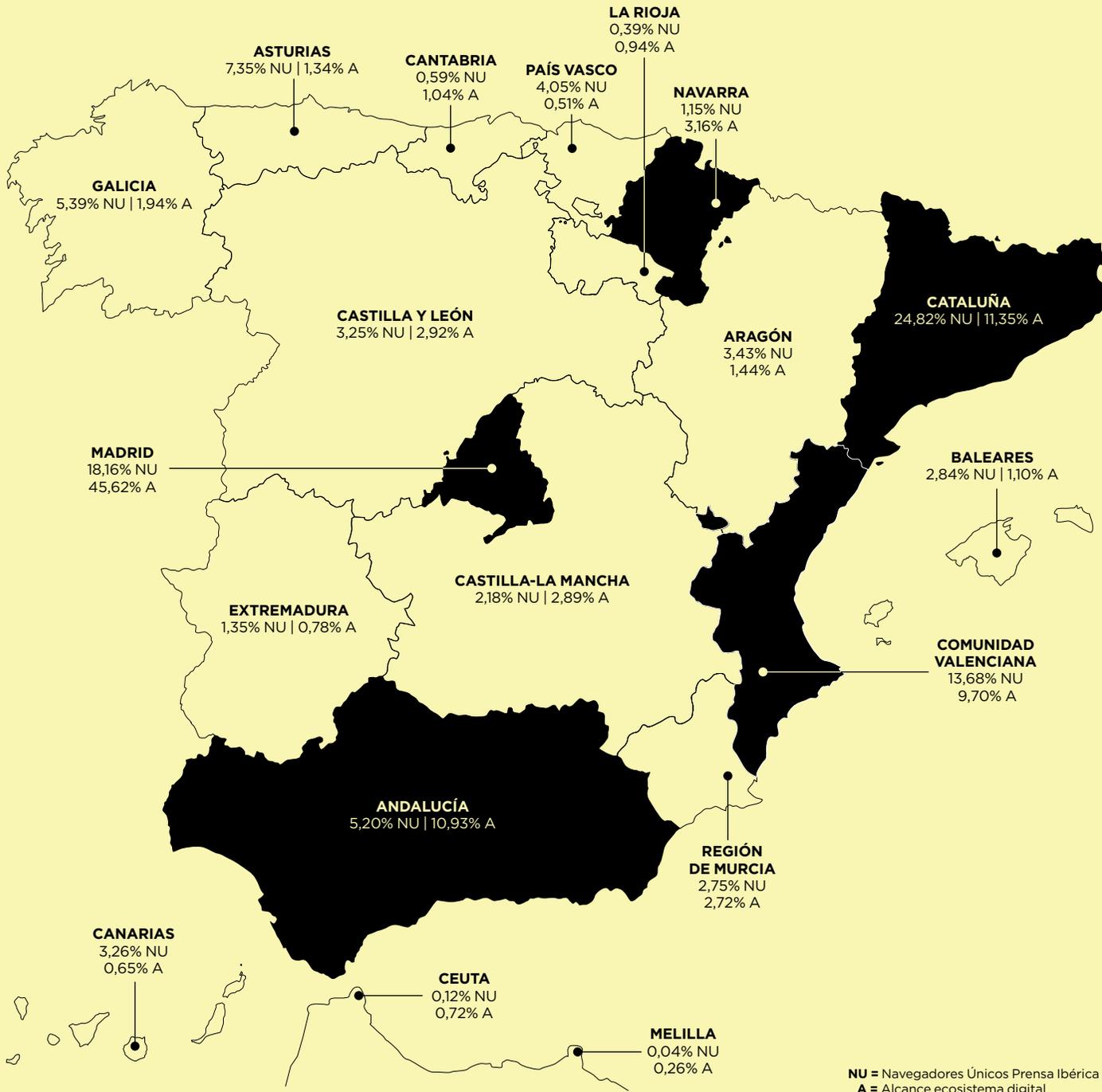
Distribución por edad elecciones VS origen



OTROS INTERESES

A los lectores de la tendencia Elecciones generales también les ha interesado otros contenidos relacionados con la okupación, los problemas sociales y la agricultura.

Consumo por CC.AA



NU = Navegadores Únicos Prensa Ibérica
A = Alcance ecosistema digital

Algunos temas de conversación CC.AA

Prensa Ibérica y Ecosistema Digital

SE HABLA DE...

ORIGEN DE CONVERSACIÓN

MADRID

- Protestas en Madrid se intensifican por la posible amnistía para separatistas: se reportan detonaciones y proyectiles.
- La Junta Electoral Central desoye al PSOE para revisar el voto nulo del 23J y confirma reparto de escaños en Madrid.
- Retrasos en el voto por correo en Madrid, Barcelona, Cádiz y Almería.
- Puigdemont se asegura presencia y recursos en Madrid con la cesión de escaños de Sánchez.
- La participación sube en todas las comunidades de España, salvo Cataluña, País Vasco y levemente en Madrid.
- El PP arrebató un escaño al PSOE en Madrid y complica la investidura de Sánchez.

PSOE
Pedro Sánchez
Puigdemont

CATALUÑA

- La participación cae en Cataluña y País Vasco pese al aumento a nivel nacional.
- Retrasos en el voto por correo en Madrid, Barcelona, Cádiz y Almería.
- Los políticos tiñen el Pride de Barcelona de campaña electoral y piden el voto contra PP y Vox.
- Feijóo elige Cataluña para empezar la campaña del #23J y dará un mitin en Castelldefels.
- ¿Cómo es la amnistía que ERC y Junts reclamaron en 2021 y tumbó el PSOE?
- Catalunya salva a Sánchez pero deja en manos de Junts su investidura.

ERC
PP
VOX
Feijóo

ANDALUCÍA

- Sumar presenta una «batería de medidas» en materia de vivienda.
- Con el 13% escrutado, el PSOE es la primera fuerza en Andalucía, con cuatro escaños más que el PP.
- Andalucía, Madrid y Galicia impulsan la victoria de Feijóo el 23-J.
- Compra de votos en Andalucía se acusa a PSOE de Jaén.
- El PSOE, incapaz de arrebatar ningún escaño al PP en Andalucía con el voto extranjero.
- El PP gana las elecciones al Senado en Andalucía con 21 de los 32 escaños.
- Córdoba lidera la participación en Andalucía en las elecciones generales con el 46%.
- La participación en elecciones generales en Andalucía nunca nunca bajó del 68% ni superó el 79%.

PSOE
Feijóo
PP

COMUNIDAD VALENCIANA

- Feijóo gana 27 escaños más que 2019 en Madrid, Valencia, y Andalucía.
- La DGT monta un dispositivo especial en Valencia para no llegar tarde a votar #Elecciones #23J.
- Así votó la ciudad de Alicante el 23J: los resultados, al detalle.

Feijóo
Rita Barberá
Vox
DGT

NAVARRA

- El PSOE gana en el voto CERA en Navarra y no altera el reparto de escaños.
- Bildu ofrece sus votos al PSOE para la investidura de Chivite en Navarra.
- Finaliza una campaña electoral atípica marcada por las llamadas al voto útil en Navarra.
- PSOE se sitúa como primera fuerza en Navarra en las elecciones generales, con un escaño más que en 2019.

PSOE
EH Bildu

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

El bloque de contenidos relacionados con la **investidura** del nuevo presidente del Gobierno ha sido el que mayor interés ha generado entre los lectores de las webs de Prensa Ibérica, porque el proceso se alargó al intentarlo primero Alberto Núñez Feijóo, líder del PP, el partido más votado en las elecciones, que no logró los votos necesarios para obtenerla, y dar paso luego a Pedro Sánchez, que sí logró apoyos suficientes para ser investido. El segundo bloque de interés de los lectores es el que agrupa todos los contenidos relacionados con la **campaña electoral y los candidatos**, seguido por el de la ley de **amnistía** a los implicados en el proceso independentista de Cataluña de 2017 y por la **jornada electoral y los resultados del 23-J**.

LO QUE CONTAMOS



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

El bloque de menciones referidas al **seguimiento de la jornada electoral y los resultados del 23-J** concentra más de la mitad de la conversación social en esta tendencia informativa, centrada en los resultados electorales y sus interpretaciones, los sondeos previos, el llamamiento a la participación o el voto de los candidatos. El segundo bloque de interés en las redes es el relacionado con la **Ley de Amnistía**, que en el ecosistema digital ha tenido más peso que en las webs de Prensa Ibérica, especialmente en lo referido a las negociaciones del PSOE con Puigdemont y a las protestas ante la sede del PSOE en Madrid. Los bloques de la campaña electoral y la investidura también han sido relevantes en este entorno de consumo, aunque en menor medida que en los diarios del grupo.

LO QUE ESCUCHAMOS



10 Interés creciente por la movilidad

Los contenidos relacionados con la movilidad y el transporte en general han irrumpido en el segundo semestre de 2023 entre las principales tendencias informativas de España, hasta situarse en el top 10 del ranking, lo que refleja el creciente interés de los españoles por los medios y condiciones de nuestros desplazamientos, ya sean los del día a día como los que hemos de realizar en ocasiones especiales.

Los diarios de Prensa Ibérica publicaron en la segunda mitad del año **6.634 contenidos** sobre esta temática, a los que accedieron casi **9,5 millones de navegadores** que generaron **20,8 millones de páginas vistas**. En las redes y el resto del ecosistema digital, se produjeron más de **2 millones de menciones** que alcanzaron a **10,1 millones de personas**. Las informaciones y la conversación social se centraron en el transporte urbano y la movilidad por carretera, el uso de transportes alternativos como la bicicleta o el patinete eléctrico o las conexiones ferroviarias de alta velocidad. Se trata de una tendencia que interesa por igual tanto a hombres como mujeres, aunque la consumen en entornos distintos. Por grupos de edad, el interés por las cuestiones de movilidad y transporte crece a partir de los 55 años, en que se sitúa ya entre las cinco tendencias informativas de mayor consumo.

Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía y Asturias las comunidades que aportan más audiencia y conversación social sobre este asunto.

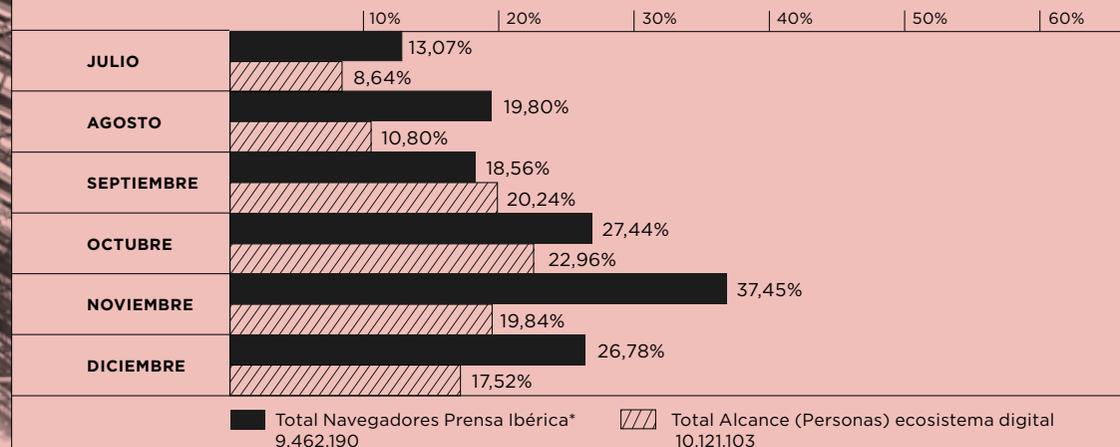
Nuevas rutas y conexiones del AVE y prohibición de subir con patinetes eléctricos al transporte público

Noviembre y octubre registraron el mayor consumo informativo del semestre sobre transportes y movilidad. Las informaciones de más audiencia fueron las relacionadas con la nueva ruta del **AVE Madrid-Asturias, distintas actuaciones en las carreteras de Andalucía, la huelga de los sindicatos de RENFE y ADIF ante el traspaso de las líneas de Rodalies a Cataluña y la prohibición de subir con patinetes eléctricos al transporte público por el riesgo de incendio.**

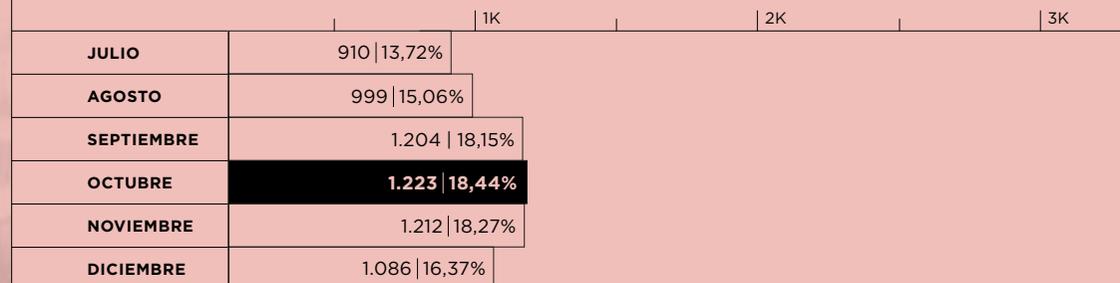
Respecto a las redes y el resto del ecosistema digital, octubre fue el mes con mayor alcance y conversación social, con especial referencia a la **inseguridad en algunas líneas de autobús y, al igual que en las webs de Prensa Ibérica, la puesta en marcha de la conexión ferroviaria de alta velocidad entre Madrid y Asturias y también la prohibición de subir al metro y los autobuses de Madrid llevando patinetes eléctricos.**



AUDIENCIA

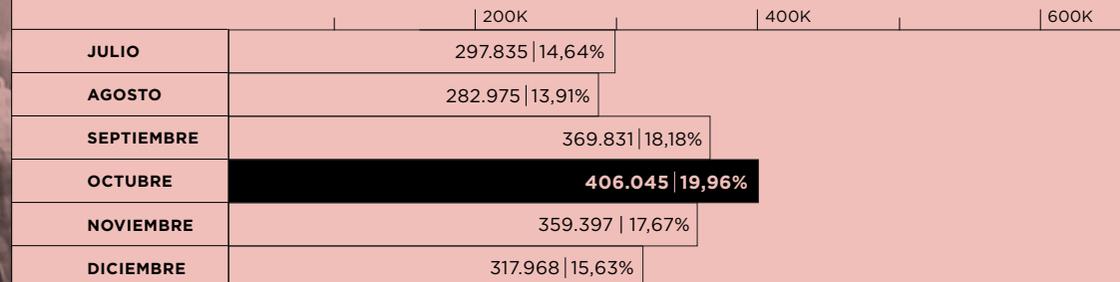


PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



Total contenidos Prensa Ibérica: 6.634

MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



Total menciones ecosistema digital: 2.034.051

*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 42

Transporte

PRENSA IBÉRICA	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	6.6K CONTENIDOS	2.00%
	9.4M NAVEGADORES ÚNICOS	10.34%
	20.8M PÁGINAS VISTAS	2.26%
ECOSISTEMA DIGITAL	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	2M MENCIONES	5.58%
	10.1M PERSONAS DE ALCANCE	2.86%

Métricas totales analizadas para el Estudio de Tendencias Informativas

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 36.443.775 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.



Edad y género

Como sucede en otras tendencias, el tema interesa prácticamente por igual a hombres y mujeres, aunque sus canales de consumo informativo son distintos: los hombres usan en mayor medida las redes y el resto del ecosistema digital, mientras que las mujeres se informan más a través de las webs de Prensa Ibérica. En el caso de los hombres, la tendencia de transporte y movilidad está en el top 5 de sus intereses, tanto en los diarios del grupo como a través de las redes.

GÉNERO

Prensa Ibérica

HOMBRES 48% **MUJERES** 52%

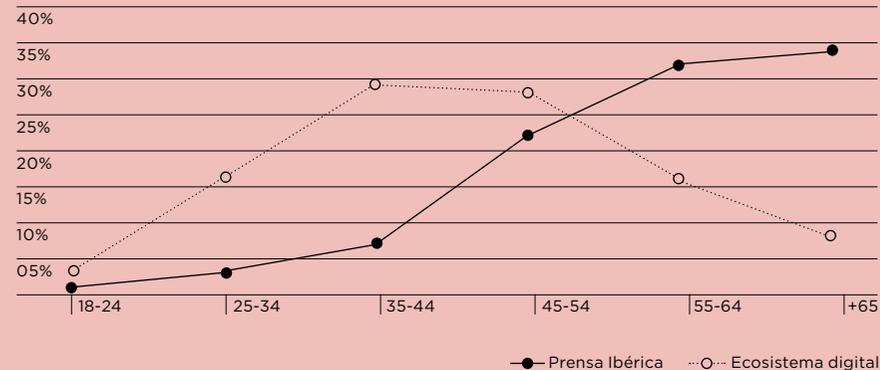
Ecosistema digital

HOMBRES 58% **MUJERES** 42%

Tal como sucede en otras tendencias como Seguridad Ciudadana o Turismo, hay un mayor consumo de informaciones de transporte y movilidad en redes sociales de los individuos entre 35 y 54 años, mientras que las personas de más 55 prefieren leer estos contenidos en las ediciones digitales de Prensa Ibérica. A partir de los 55 años, transportes y movilidad es la segunda tendencia informativa que despierta mayor interés y está entre las cinco primeras por intensidad de conversación en las redes a partir de los 45 años.

EDAD

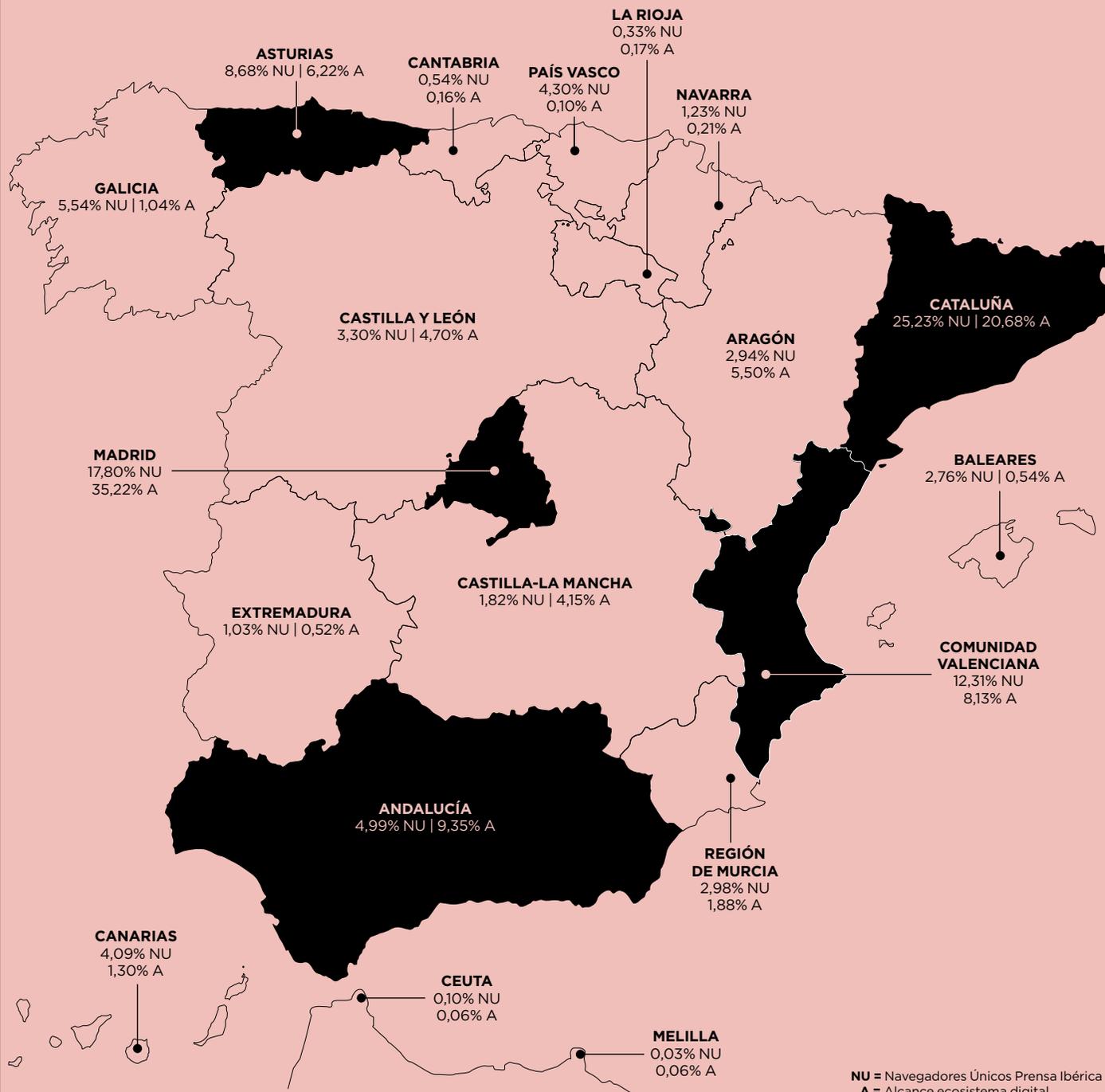
Distribución por edad transporte y movilidad VS origen



OTROS INTERESES

A los lectores de la tendencia Transporte y Movilidad también les han interesado durante el segundo semestre de 2023 otros contenidos relacionados con los problemas sociales, los sectores inmobiliarios y de la construcción, el turismo rural y la agricultura.

Consumo por CC.AA



NU = Navegadores Únicos Prensa Ibérica
A = Alcance ecosistema digital

Algunos temas de conversación CC.AA

PRENSA IBÉRICA Y ECOSISTEMA DIGITAL

SE HABLE DE...

ORIGEN DE CONVERSACIÓN

MADRID

- Apertura de la ruta de AVE de Madrid-Asturias en noviembre.
- Destitución del máximo coordinador de Movilidad de Madrid, Federico Jiménez de Parga, por dar positivo en el control de alcoholemia.
- La Comunidad de Madrid autoriza la ampliación de la línea 11 de metro y la tala de 880 árboles pese al fuerte rechazo de los vecinos.
- Se prohibirá "provisionalmente" a los pasajeros del metro y de los autobuses de la EMT subir con patinetes eléctricos.
- RENFE suspende la circulación de trenes entre Cataluña y la Comunidad Valenciana por el corredor mediterráneo y se están desviando por Madrid.

AVE
RENFE
EMT

CATALUÑA

- Barcelona prevé cerrar el centro a los coches si se saturan los aparcamientos por las compras de Navidad.
- El Ministerio de Transportes ha establecido entre el 50% y el 75% los servicios mínimos para la huelga de 24 horas convocada en RENFE y ADIF en protesta por el traspaso de Rodalies a Cataluña.
- Barcelona toma la decisión de prohibir meter cualquier patinete eléctrico, incluido los privados, en el transporte público, por el miedo a que se incendien.
- RENFE lanza una oferta de «superprecios» para viajar a Barcelona en Navidad desde Madrid, Sevilla, Málaga, Córdoba.

Ministerio de Transporte
TMB
RENFE

ANDALUCÍA

- Suspensión de la circulación de los AVE entre Madrid-Andalucía y Madrid-Toledo por las fuertes lluvias.
- Comienzan a circular los primeros trenes por la línea de alta velocidad Madrid - Andalucía.
- Extremadura y Andalucía firmarán un convenio para evitar atropellos de linces en carreteras aumentando la seguridad de los animales al atravesar vías.
- RENFE pone a la venta todos los billetes de los trenes AVE y Avlo entre Madrid y Andalucía con un año de antelación, hasta octubre de 2024.
- RENFE anuncia billetes desde 30€ para viajar en AVE entre Andalucía y Barcelona.
- Andalucía prohíbe patinetes en el transporte público desde el 1 de enero de 2024.

AVE
Avlo
RENFE

COMUNIDAD VALENCIANA

- PP y Vox comienzan a eliminar carriles bici en Elche.
- RENFE cifra en 3500 los afectados por la suspensión de la circulación en Valencia y afirman que 2000 ya tienen alternativa.
- Perros de hasta 40 kilos podrán viajar en AVE entre Valencia y Madrid.
- La DANA complica los desplazamientos en coche en Valencia y obliga a cortar una línea de metro.
- Metro y EMT serán gratis en Valencia por el Día sin Coche.

ADIF
PP
VOX
RENFE
EMT
AVE

ASTURIAS

- AVE de Madrid a Asturias comenzó sus operaciones en noviembre.
- RENFE pone a la venta el 2 de noviembre los billetes para los nuevos servicios de alta velocidad que enlazarán Asturias con Madrid, Castilla y León y Comunidad Valenciana.
- El 46% de los autobuses urbanos que Alsa opera en Oviedo ya es eco o cero emisiones
- Asturias cerrará la carretera a los Lagos de Covadonga para coches y autocaravanas particulares durante el verano.
- La tarifa plana para viajar en transporte público por toda Asturias por 30 euros al mes se extiende a 2024.

AVE
RENFE

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

El bloque de temas relacionados con el **transporte público urbano e interurbano** es el que ha generado mayor consumo en las webs de Prensa Ibérica, seguido del que agrupa la temática ligada a los **servicios del AVE**, especialmente por la puesta en marcha de la nueva ruta Madrid-Asturias y la expectación que ha despertado. A continuación, con casi un 20% de los lectores, se sitúan las informaciones relacionadas con la **movilidad por carretera**.



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

El bloque de contenidos relacionados con **regulaciones o cambios en la normativa de circulación por parte de la Dirección General de Tráfico (DGT)** lidera claramente la conversación social, con casi el 43% del alcance total de la tendencia. El bloque temático vinculado a uso de **bicicletas y patinete eléctrico** es el segundo en relevancia, con casi el 16% del alcance, mientras que en tercer lugar figura el bloque relacionado con los **servicios del AVE**.



11 La música, el mayor estímulo cultural y de ocio en España

El Estudio de Tendencias Informativas del primer semestre de 2023 reveló que los contenidos relacionados con la música tenían unos **datos de audiencia y alcance tan altos que merecían tener un perfil propio**, desgajado del ámbito de la cultura, en el que estaba integrado. Así se ha hecho en este segundo estudio que abarca la segunda mitad del año, que ha venido a confirmar que **la música es el mayor estímulo cultural y de ocio en España**.

En el segundo semestre de 2023, las webs de Prensa Ibérica publicaron **12.473 contenidos** de temática musical, a los que accedieron casi 10,3 millones de navegadores, con un total de **22,4 millones de páginas vistas**. Paralelamente, la conversación en las redes y en el resto del ecosistema digital generó cerca de **1,4 millones de menciones**, con un alcance de **22,4 millones de personas**. En ambos entornos de consumo, la temática con mayor audiencia es siempre la vinculada a la celebración de conciertos y festivales. La música es una de las cuatro tendencias que **genera más interés informativo hasta los 44 años**, y en las cabeceras de Prensa Ibérica la audiencia es mayoritariamente femenina, aunque en el resto del ecosistema digital el interés está muy equilibrado entre hombres y mujeres.

Por territorios, el mayor consumo informativo de los contenidos musicales se registró en **Cataluña, Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana y Asturias**, por este orden.

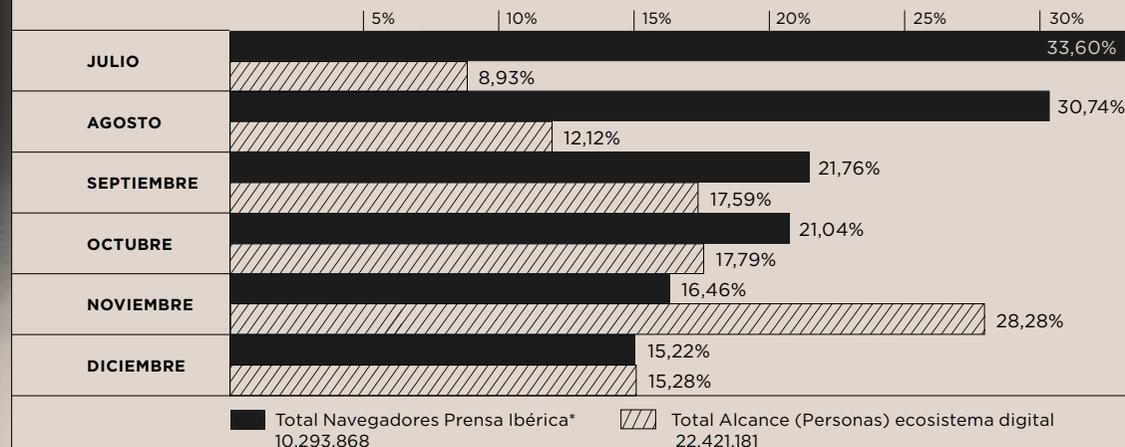
Desde la expectación por los grandes conciertos y festivales al impacto de los Grammy Latinos

Julio y agosto, los meses álgidos de la temporada estival y también de los circuitos de conciertos en España, son los que registran mayor número de contenidos publicados y mayor tráfico asociado a los contenidos musicales. Entre las informaciones más leídas destacan las relacionadas con la participación de Andrés Calamaro en el Starlite Festival, la actuación reivindicativa de Amaral en el Sonorama, las muertes de las cantantes Sinnead O'Connor y Jane Birkin, el concierto de Quevedo en Las Palmas de Gran Canaria o el incidente en un concierto de Melendi en Mallorca, que obligó a parar su actuación.

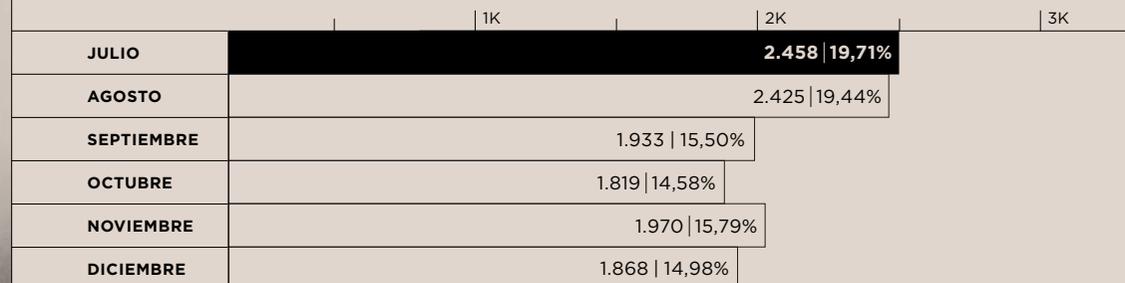
En las redes y el resto del ecosistema digital, la conversación más intensa se registró en noviembre y octubre, principalmente en torno a la celebración de la gala de entrega de los Grammy Latinos en Sevilla, con la participación de Rosalía; el anuncio del cartel completo del Primavera Sound 2024 así como el anuncio de Bruce Springsteen de un segundo concierto en el Estadi Olímpic de Barcelona en 2024.



AUDIENCIA

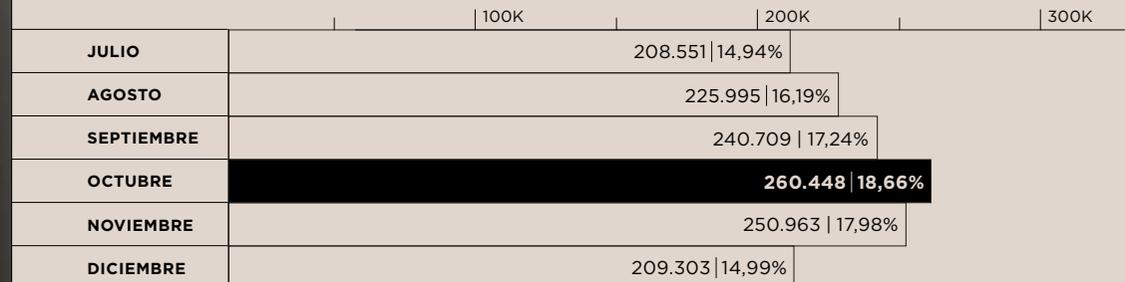


PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



Total contenidos Prensa Ibérica: 12.473

MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



Total menciones ecosistema digital: 1.395.969

*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 41

Música

PRENSA IBÉRICA	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	12.5K CONTENIDOS	3.80%
	10.3M NAVEGADORES ÚNICOS	11.25%
	22M PÁGINAS VISTAS	2.39%
ECOSISTEMA DIGITAL	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	1.4M MENCIONES	3.83%
	22.4M PERSONAS DE ALCANCE	6.45%

Métricas totales analizadas para el Estudio de Tendencias Informativas

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 36.443.775 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.





Edad y género

Mientras en redes sociales y el ecosistema digital, el consumo es paritario, en el entorno de Prensa Ibérica las mujeres claramente consumen más esta temática, de manera que la música se sitúa en el top 5 de las preferencias femeninas dentro de las doce tendencias principales.

GÉNERO

Prensa Ibérica

HOMBRES 43% **MUJERES** 57%

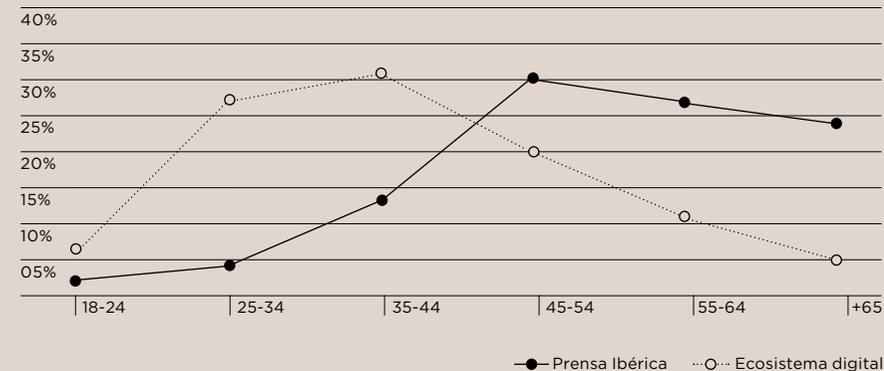
Ecosistema digital

HOMBRES 49% **MUJERES** 51%

Por rangos de edad, en las webs de Prensa Ibérica lectores de 45 a 54 años son los más interesados en publicaciones sobre música. En la conversación en redes sociales y el resto del ecosistema digital, la franja de edad principal es de 35-44 años.

EDAD

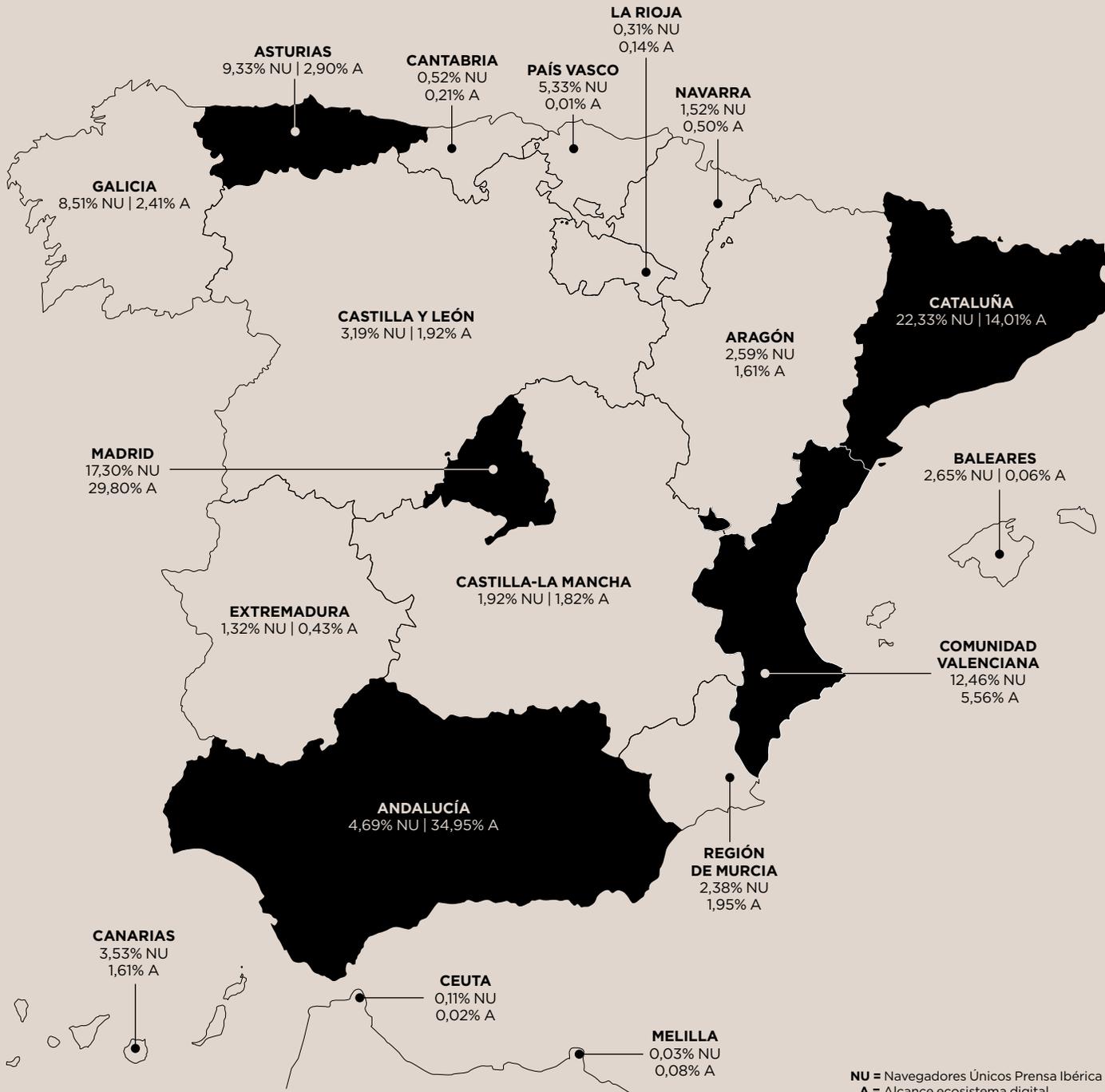
Distribución por edad por pensiones y jubilación VS origen



OTROS INTERESES

A los lectores de la temática Música también les han interesado durante el segundo semestre de 2023 otros contenidos relacionados con otras disciplinas de la cultura en general (teatro, danza, museos y galerías, fiestas locales) y temas relacionados con el ocio (clubs y ocio nocturno, bares y restaurantes...) entre otros.

Consumo por CC.AA



NU = Navegadores Únicos Prensa Ibérica
A = Alcance ecosistema digital

Algunos temas de conversación CC.AA

PRENSA IBÉRICA Y ECOSISTEMA DIGITAL

SE HABLA DE...

ORIGEN DE CONVERSACIÓN

ANDALUCÍA

- Celebración de la 24ª gala de entrega de los Grammy Latinos en Sevilla, con celebridades como Rosalía, Karol G, Antonio Banderas, Laura Pausini.
- Descontento de Andy y Lucas por no ser invitados a los Grammy Latinos, a pesar de ser considerados "patrimonio de la humanidad en Andalucía".
- Concierto de Vanesa Martín en el Concert Music Festival, en Chiclana de la Frontera.
- Celebración del Granada Sound.
- El cantante Manuel Carrasco se convierte en embajador de Andalucía.

Latin Grammy Concert Festival
Music Granada Sound
Cajasol

CATALUÑA

- Concierto de David Bisbal en los jardines de Pedralbes.
- Las 50.000 entradas del primer concierto de Bruce Springsteen en Barcelona se vendieron en media hora.
- Fecha de los conciertos de Pablo Alborán.
- Madrid desplaza a Cataluña como destino de los grandes conciertos.
- La cantante venezolana Arca comparte el escenario con Madonna en su concierto en Barcelona.
- Entradas conciertos de Olivia Rodrigo en Madrid y Barcelona.
- Primavera Sound Barcelona.
- El Barça-Sevilla y el concierto de Joaquín Sabina obligan a activar un refuerzo especial en el transporte público de Barcelona.

AVE
Avlo
RENFE

MADRID

- Conciertos de Lali Espósito en Madrid, la cantante compartió su visita a través de sus redes sociales.
- Presentación de Alejandro Sanz en Madrid en diciembre con el concierto 99 y el 100 de #SANZenVivo.
- Suspendido el festival Reggaeton Beach Festival de Madrid tras los problemas de movilidad de Mad Cool y el concierto de Harry Styles.
- Entradas de hasta 1.400 euros para ver el concierto de Luis Miguel en Madrid.
- Bruce Springsteen y la E Street Band ofrecerán dos conciertos en Madrid y uno en Barcelona los días, 12, 14 y 20 de junio de 2024.
- Primavera Sound Madrid no se celebrará en 2024.

Reggaeton Beach Festival
Primavera Sound Madrid

COMUNIDAD VALENCIANA

- Scorpions conmemorará los 40 años de la publicación de su emblemático álbum 'Love At First Sting' con tres conciertos en España. Serán el próximo mes de julio en las provincias de Valencia, Cádiz y Madrid.
- Comentarios sobre el concierto de Rauw Alejandro en Valencia.
- LOS40 se une a @DreamHackSpain, el mayor circuito de festivales gaming y música en Valencia.
- La polémica actuación de Aitana en su concierto en Valencia.
- Las entradas de @estopaoficial en Valencia vuelan en poco más de una hora.

LOS40
DreamHackSpain

ASTURIAS

- Rodrigo Cuevas gana el premio nacional de las Músicas Actuales 2023.
- La Familia Real preside el concierto previo a los Princesa de Asturias.
- El Riverland Fest 2023 vuelve a Asturias.
- Russian Red vuelve a Asturias diez años después.
- Concierto de Navidad de la Fundación Princesa de Asturias.

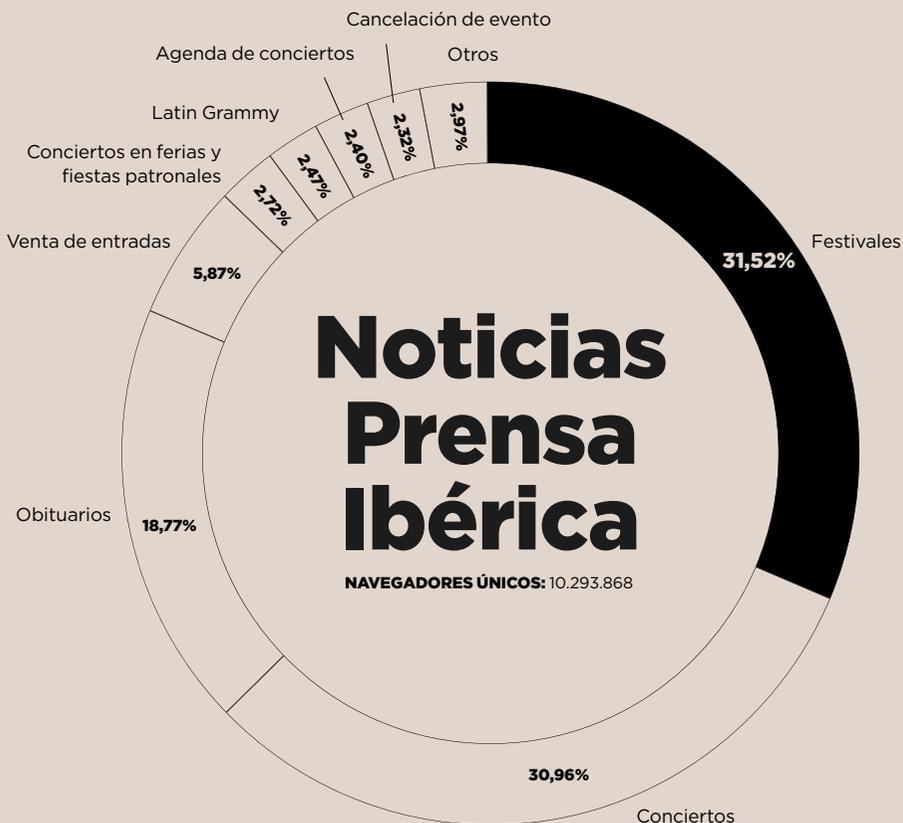
Riverland Fest 2023
Princesa de Asturias

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

El bloque temático de **festivales y conciertos** concentra más del 60% de la audiencia en las cabeceras digitales de Prensa Ibérica. La presencia de Andrés Calamaro en el Starlite Festival de Málaga, la actuación reivindicativa de Amaral en el Sonorama y el anuncio de que Primavera Sound renuncia a su edición de Madrid en 2024 han sido algunos de los contenidos de **festivales** más consumidos. Los lectores también se han interesado por las informaciones referentes a **conciertos** como los de Quevedo y David Bisbal en Vigo, Melendi en Mallorca y Oviedo, David Guetta en Castrelos o Raw Alejandro en Murcia. En tercer lugar, con algo menos del 20% de la audiencia figura el bloque de **obituarios** de artistas populares como Sinnead O'Connor, Jane Birkin o María Jiménez.

LO QUE CONTAMOS



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

En las redes y el resto del ecosistema digital la conversación sobre los **grandes conciertos** es abrumadoramente mayoritaria, con casi tres cuartas partes del alcance total de esta tendencia. Las conversaciones más relevantes han girado en torno a las coreografías de Aitana en sus conciertos y el concierto de David Bisbal en España. En segundo lugar figura el bloque de todo lo relacionado con la gala de los **Grammy Latinos** y, en tercer lugar, y a mucha distancia de los bloques anteriores, se comentó que **Bruce Springsteen agotara las localidades de su concierto en tan sólo media hora** y que el grupo Hakuna Group Música, de origen y vocación religiosa, lograra vender 15.500 entradas en Madrid.

LO QUE ESCUCHAMOS



12 Jubilación y pensiones, el mayor interés de los mayores

Los contenidos relacionados con la jubilación y las pensiones volvieron a figurar en el segundo semestre de 2023 entre las doce tendencias de mayor consumo informativo en España, muy especialmente a partir de los 55 años, en que se sitúan entre las temáticas de mayor interés de los lectores.

Las webs de Prensa Ibérica publicaron en la segunda mitad del año **casi 1.500 contenidos** sobre la jubilación y las pensiones, a los que accedieron más de **7,5 millones de navegadores** que consultaron cerca de **21,4 millones de páginas**, datos todos ellos muy por encima de los registrados en el semestre anterior. En las redes sociales y en el resto del ecosistema digital, se contabilizaron **186.000 menciones** que tuvieron un alcance de casi **12 millones de personas**. Las noticias sobre la revalorización de las pensiones fueron las más consumidas en los diarios de Prensa Ibérica, mientras que en la conversación en redes destacó el debate sobre el retraso en la edad de jubilación.

El consumo de estos contenidos **se dispara a partir de los 55 años de edad**, cuando la edad de jubilación se percibe ya más próxima y se acrecienta el interés por conocer las circunstancias en que se accede a la jubilación y la cuantía de las pensiones que corresponderá a cada persona.

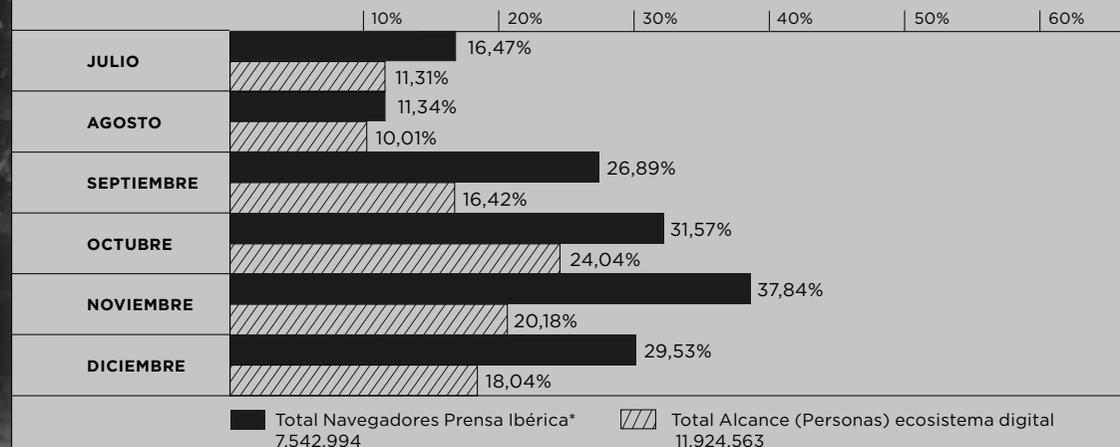
Revalorización de las pensiones con el IPC para mantener el poder adquisitivo de jubilados y pensionistas

Noviembre fue el mes de mayor número de contenidos publicados y más audiencia sobre la jubilación y las pensiones en las webs de Prensa Ibérica. No en vano, en la nómina de ese mes los pensionistas debían recibir un pago extraordinario por la subida del IPC en 2021 y 2022, y se hablaba también de la **revalorización de las pensiones para 2024**.

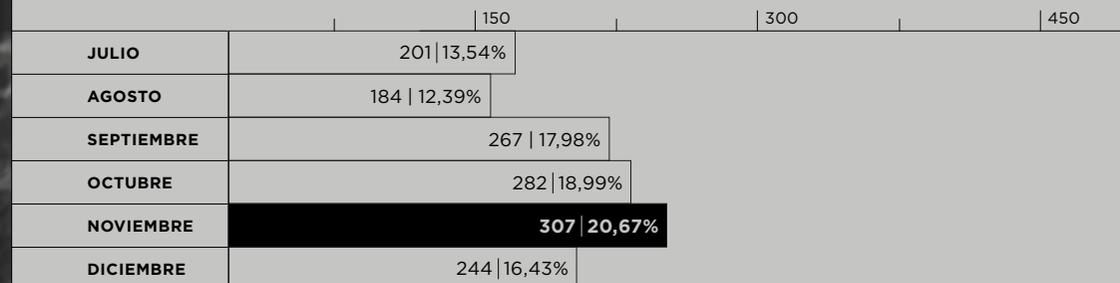
En redes y en el resto del ecosistema digital, el mayor número de conversaciones se registró en julio, por cuestiones como la edad a la cual es posible jubilarse percibiendo el 100% de la pensión; mientras que **el mes con mayor alcance en la conversación social fue octubre, gracias a temas como la subida de la edad media de jubilación en un año durante la última década**, así como la recomendación de la OCDE de retrasar la edad de jubilación y recortar las prestaciones para corregir el déficit del sistema de pensiones en España.



AUDIENCIA

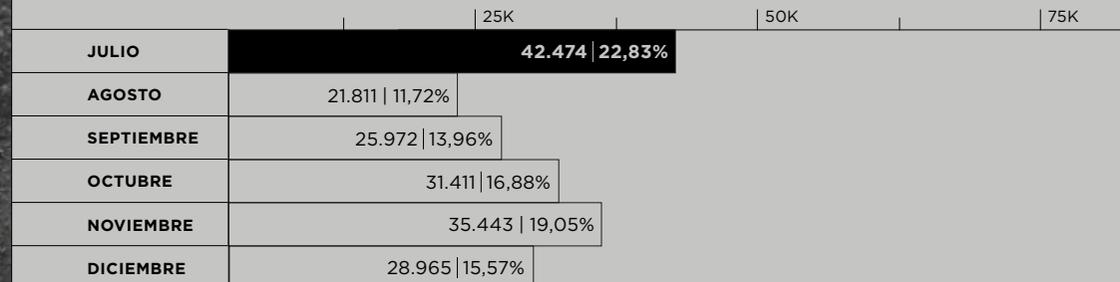


PUBLICACIONES PRENSA IBÉRICA



Total contenidos Prensa Ibérica: 1.485

MENCIONES ECOSISTEMA DIGITAL



Total menciones ecosistema digital: 186.076

*Los navegadores únicos mensuales no son acumulables para el cómputo semestral para evitar duplicidades

I³ 40

Pensiones y jubilación

PRENSA IBÉRICA	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	1.5K CONTENIDOS	0.50%
	7.5M NAVEGADORES ÚNICOS	8.24%
	21.4M PÁGINAS VISTAS	2.32%
ECOSISTEMA DIGITAL	Métricas principales	Peso sobre total analizado
	186K MENCIONES	0.51%
	12M PERSONAS DE ALCANCE	3.43%

Métricas totales analizadas para el Estudio de Tendencias Informativas

Prensa Ibérica: 324.120 contenidos / 91.487.249 Navegadores Únicos / 920.992.568 Páginas Vistas.
Resto ecosistema digital: 36.443.775 menciones en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, LinkedIn, blogs, foros y reviews, y 347.853.709 personas de alcance.



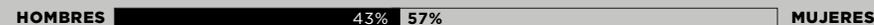


Edad y género

Si bien en el primer semestre de 2023 el consumo de la tendencia estaba muy equilibrado entre hombres y mujeres tanto en el entorno de Prensa Ibérica como en el resto del ecosistema digital, en el segundo semestre se aprecia un consumo mayoritariamente femenino en los diarios digitales.

GÉNERO

Prensa Ibérica



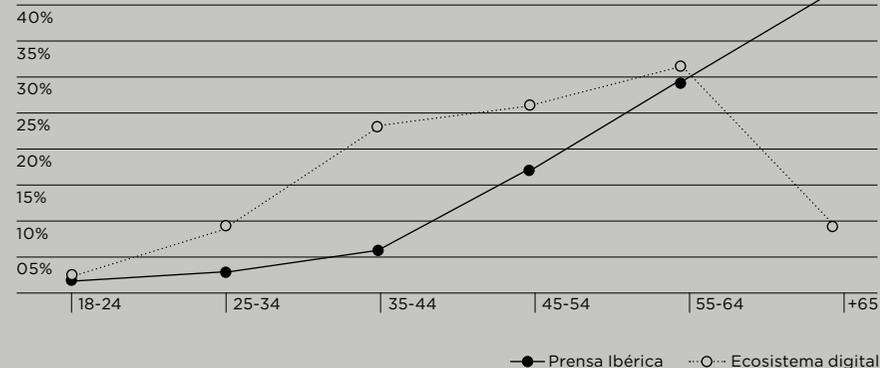
Ecosistema digital



De nuevo en este semestre se aprecia claramente como en ambos entornos va creciendo la curva en los dos ecosistemas a medida que se acerca la edad de jubilación. El patrón de consumo en redes sociales es muy parecido al del primer semestre. En la segunda mitad del año se aprecia menor interés en la franja de 45-54 años, a diferencia de lo que ocurre a partir de los 55 y mucho más aún en la franja de más de 65, en la que se dispara el consumo de información muy probablemente por las noticias acerca de las subidas en 2024, pero también porque durante el semestre se abre la oferta de viajes del Imsero para la temporada de otoño e invierno.

EDAD

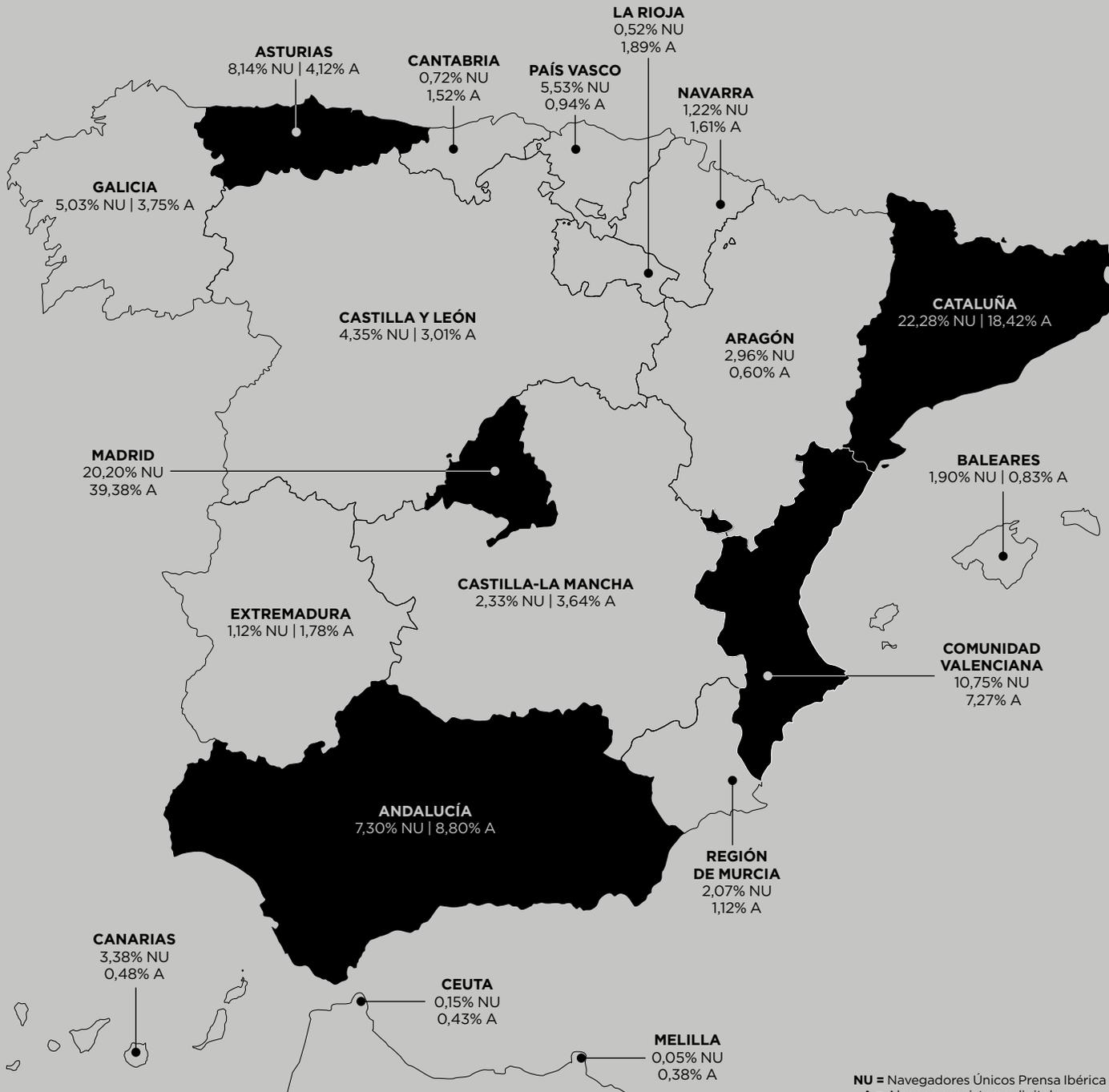
Distribución por edad pensiones y jubilación VS origen



OTROS INTERESES

A los lectores de la temática Pensiones y Jubilación también les han interesado durante el segundo semestre de 2023 otros contenidos relacionados con turismo, planificación de la carrera profesional seguros, banca y salud y bienestar (cáncer, enfermedades cardiovasculares, farmacias, gimnasia, nutrición, comida y cocina sana).

Consumo por CC.AA



NU = Navegadores Únicos Prensa Ibérica
A = Alcance ecosistema digital

Algunos temas de conversación CC.AA

PRENSA IBÉRICA Y ECOSISTEMA DIGITAL

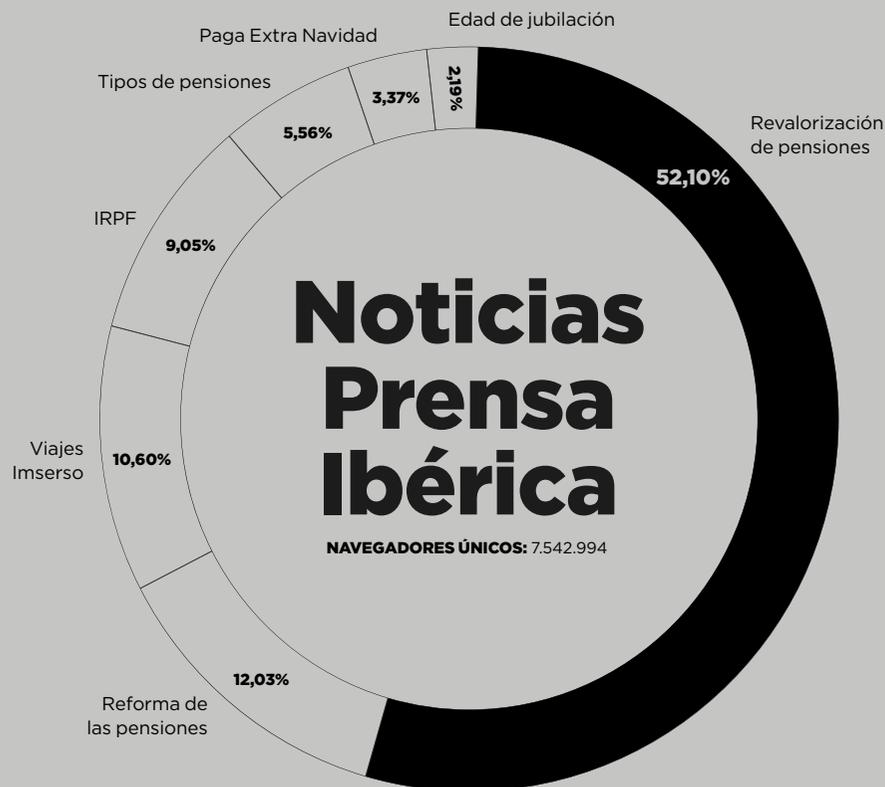
SE HABLE DE...	ORIGEN DE CONVERSACIÓN
<p>MADRID</p> <ul style="list-style-type: none"> El gasto en pensiones crece un 10,9% en octubre y alcanza la cifra récord de 12.075 millones. Cómo solicitar el abono transporte para mayores de 65 años y jubilados en Madrid. Pensionistas salen a las calles de Madrid en defensa de las pensiones públicas y para exigir al Gobierno la pensión mínima en 1.080 euros. Un juzgado de Madrid concede a un trabajador una pensión de más de 3.800 euros al mes por secuelas de la Covid. Sumar defiende que el Gobierno ha reducido en 600€ el IRPF a las rentas inferiores a 21.000€. 	<p>Ayuso Sumar</p>
<p>CATALUÑA</p> <ul style="list-style-type: none"> País Vasco y Cataluña no pueden pagar sus pensiones con las cotizaciones. Cataluña es la autonomía más deficitaria en pensiones. Las pensiones que cobran los jubilados catalanes son 6.000 millones más elevadas que las cotizaciones de los trabajadores catalanes. 	
<p>ANDALUCÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> La pensión media en Málaga sube un 9,35% en el último año. La pensión media contributiva en Andalucía alcanzará los 1.290,81 euros en 2024, lo que supone una subida de 47 euros mensuales. El nuevo plan de turismo social de la Junta de Andalucía: vacaciones gratis para jubilados y colectivos desfavorecidos. La problemática para cobrar la pensión en 177 pueblos de Andalucía, al no contar con banco ni cajeros. 	<p>Junta de Andalucía</p>
<p>COMUNIDAD VALENCIANA</p> <ul style="list-style-type: none"> Condenada en Valencia una mujer que cobró durante 24 años la pensión de orfandad de su hermano fallecido. La jubilación de más de 3.000 médicos en los próximos cinco años en Valencia compromete la cobertura sanitaria. La Audiencia de Valencia insta al Banco Sabadell a abrirle una cuenta al exministro Eduardo Zaplana para su pensión. 	<p>Banco Sabadell</p>
<p>ASTURIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Lidera un ranking de las pensiones: donde más jubilados cobran por encima de los 3.000 euros brutos. Asturias es la región en la que menos crece el número de pensiones. Los autónomos asturianos cobran casi la mitad de jubilación que los trabajadores asalariados. Pisos en venta con inquilino: una solución para completar la pensión que se abre camino en Asturias. 	

Top subtemáticas de la tendencia

PRENSA IBÉRICA

Las múltiples informaciones sobre la **revalorización de las pensiones** forman el bloque de más consumo en las cabeceras de Prensa Ibérica, con más de la mitad de los navegadores que acumula esta tendencia informativa. En segundo lugar, a mucha distancia, se sitúa el bloque de contenidos sobre la **reforma de las pensiones** (nuevos complementos a la pensión, nuevas condiciones para autónomos, nuevas pensiones para amas de casa...). En tercer lugar encontramos los contenidos relacionados con los **viajes del Imserso**, especialmente porque diversos recursos judiciales contra la adjudicación del concurso público para gestionar estos viajes aplazaron la puesta a la venta de las plazas.

LO QUE CONTAMOS



CONVERSACIÓN EN RESTO ECOSISTEMA DIGITAL

La **revalorización de las pensiones**, que es el bloque mayoritario en el entorno de Prensa Ibérica, ocupa el segundo lugar en alcance en las redes y resto del ecosistema digital, muy por detrás del bloque con mayor relevancia en la conversación social, que es el de la **edad de jubilación**, donde destacó la propuesta del Círculo de Empresarios al Gobierno para retrasar la edad de jubilación. El tercer bloque de interés en redes fue el relacionado con los **tipos de pensiones** y los requisitos para acceder a ellas, con temas de debate como las preguntas que realiza un tribunal médico para conceder una pensión por incapacidad permanente o las dudas sobre si se puede cobrar la pensión de orfandad a pesar de tener más de 50 años.

LO QUE ESCUCHAMOS



Anexo Metodología



Audiencia Prensa Ibérica

Para elaborar este Estudio de Tendencias Informativas semestral se han analizado las métricas de navegación de un total de 324.120 contenidos publicados en los diarios de información general de Prensa Ibérica. Las 12 tendencias informativas principales identificadas en la segunda mitad de 2023 suman un total de 136.617 contenidos publicados. También se han examinado 535.858 menciones en las redes sociales de Prensa Ibérica.

TOTAL ANALIZADO	TENDENCIAS TOP 12
324K CONTENIDOS	137K CONTENIDOS
91M NAVEGADORES ÚNICOS	60M NAVEGADORES ÚNICOS
921M PÁGINAS VISTAS	354M PÁGINAS VISTAS

Ecosistema digital

El análisis de los datos de tráfico de las webs de Prensa Ibérica* se ha complementado con el de las menciones en Facebook, Instagram, Twitter Youtube, TikTik, LinkedIn, Blogs, Foros y Reviews. Total menciones analizadas: 36.443.756 Nivel de Confianza: 95% Margen de error: 5%.



DISTRIBUCIÓN TOTAL MENCIONES POR PLATAFORMA**

PLATAFORMA	MENCIONES	%
PORTALES	21.593.931	59,25%
TWITTER	9.965.245	27,34%
FACEBOOK	1.810.946	4,97%
BLOGS	1.805.730	4,95%
FORUMS	964.427	2,65%
INSTAGRAM	130.874	0,36%
YOUTUBE	110.395	0,30%
TIKTOK	38.504	0,11%
RESEÑAS	21.320	0,06%
REDDIT	2.384	0,01%

*No se han incluido los diarios de información deportiva. Para el País Vasco y Navarra, el estudio cuenta con las métricas de los diarios del Grupo Noticias: Deia, Noticias de Guipúzcoa, Noticias de Álava y Diario de Noticias.

**Klaritty. Ecosistema digital. España. 2023

Glosario de términos

Alcance

Indica el número potencial de personas que han accedido a las menciones de unos contenidos o una temática en las redes sociales.

Cabeceras Prensa Ibérica

Cada una de las publicaciones web de los diarios de información general del grupo Prensa Ibérica (a las que se añaden las del Grupo Noticias para el País Vasco y Navarra).

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 **I³**

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

Indica el número de ‘conversaciones’ en redes sociales en las que se ha hablado de una 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 **I³**.

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 (y del Grupo Noticias para el País Vasco y Navarra).

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.

Anexo Tablas



Tablas temáticas por género

WEBS DE PRENSA IBÉRICA

HOMBRES		MUJERES	
DEPORTE	72,9%	SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	60,4%
ELECCIONES GENERALES	60,0%	EDUCACIÓN	59,7%
MEDIOAMBIENTE	49,9%	CULTURA	58,3%
EMPRESAS	49,4%	MÚSICA	57,4%
TRANSPORTE Y MOVILIDAD	48,5%	PENSIONES Y JUBILACIÓN	56,6%
SEGURIDAD CIUDADANA	45,3%	TURISMO	56,5%
TURISMO	43,5%	SEGURIDAD CIUDADANA	54,7%
PENSIONES Y JUBILACIÓN	43,4%	TRANSPORTE Y MOVILIDAD	51,5%
MÚSICA	42,6%	EMPRESAS	50,6%
CULTURA	41,7%	MEDIOAMBIENTE	50,1%
EDUCACIÓN	40,3%	ELECCIONES GENERALES	40,0%
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	39,6%	DEPORTE	27,1%

REDES SOCIALES Y RESTO DEL ECOSISTEMA DIGITAL

HOMBRES		MUJERES	
DEPORTE	89,1%	MEDIOAMBIENTE	57,6%
ELECCIONES GENERALES	58,6%	EDUCACIÓN	54,8%
TRANSPORTE Y MOVILIDAD	57,6%	SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	51,6%
EMPRESA	54,8%	TURISMO	51,3%
SEGURIDAD CIUDADANA	51,7%	MÚSICA	49,7%
CULTURA	50,7%	PENSIONES Y JUBILACIÓN	49,6%
PENSIONES Y JUBILACIÓN	49,9%	CULTURA	48,6%
MÚSICA	49,8%	SEGURIDAD CIUDADANA	47,8%
TURISMO	48,5%	EMPRESA	44,7%
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	47,6%	TRANSPORTE Y MOVILIDAD	41,7%
EDUCACIÓN	45,2%	ELECCIONES GENERALES	41,2%
MEDIOAMBIENTE	42,1%	DEPORTE	10,6%

Tablas temáticas por edad

WEBS DE PRENSA IBÉRICA

18 A 24 AÑOS	25 A 34 AÑOS	35 A 44 AÑOS
SEGURIDAD CIUDADANA	DEPORTE	SEGURIDAD CIUDADANA
DEPORTE	SEGURIDAD CIUDADANA	DEPORTE
MEDIOAMBIENTE	MEDIOAMBIENTE	MEDIOAMBIENTE
MÚSICA	MÚSICA	MÚSICA
EMPRESAS	CULTURA	EMPRESAS
CULTURA	EMPRESAS	CULTURA
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
ELECCIONES	TURISMO	ELECCIONES
EDUCACIÓN	TRANSPORTE Y MOVILIDAD	TURISMO
PENSIONES Y JUBILACIÓN	ELECCIONES	EDUCACIÓN
TURISMO	EDUCACIÓN	TRANSPORTE Y MOVILIDAD
TRANSPORTE Y MOVILIDAD	PENSIONES Y JUBILACIÓN	PENSIONES Y JUBILACIÓN

WEBS DE PRENSA IBÉRICA

45 A 54 AÑOS	55 A 64 AÑOS	65 AÑOS O MÁS
DEPORTE	DEPORTE	DEPORTE
SEGURIDAD CIUDADANA	SEGURIDAD CIUDADANA	CULTURA
EMPRESAS	EMPRESAS	SEGURIDAD CIUDADANA
CULTURA	CULTURA	EMPRESAS
MEDIOAMBIENTE	MEDIOAMBIENTE	ELECCIONES
MÚSICA	SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	TRANSPORTE Y MOVILIDAD	TRANSPORTE Y MOVILIDAD
ELECCIONES	MÚSICA	PENSIONES Y JUBILACIÓN
TRANSPORTE Y MOVILIDAD	ELECCIONES GENERALES	MEDIOAMBIENTE
TURISMO	TURISMO	TURISMO
EDUCACIÓN	PENSIONES Y JUBILACIÓN	MÚSICA
PENSIONES Y JUBILACIÓN	EDUCACIÓN	EDUCACIÓN

Tablas temáticas por edad

REDES SOCIALES Y RESTO DEL ECOSISTEMA DIGITAL

18 A 24 AÑOS	25 A 34 AÑOS	35 A 44 AÑOS
MÚSICA	DEPORTE	CULTURA
DEPORTE	CULTURA	EMPRESA
CULTURA	MÚSICA	MÚSICA
MEDIOAMBIENTE	TURISMO	SEGURIDAD CIUDADANA
ELECCIONES	ELECCIONES	ELECCIONES
TRANSPORTE Y MOVILIDAD	MEDIOAMBIENTE	TRANSPORTE Y MOVILIDAD
SEGURIDAD CIUDADANA	EDUCACIÓN	DEPORTE
TURISMO	SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	MEDIOAMBIENTE
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	SEGURIDAD CIUDADANA	EDUCACIÓN
EDUCACIÓN	TRANSPORTE Y MOVILIDAD	PENSIONES Y JUBILACIÓN
EMPRESA	EMPRESA	TURISMO
PENSIONES Y JUBILACIÓN	PENSIONES Y JUBILACIÓN	SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR

REDES SOCIALES Y RESTO DEL ECOSISTEMA DIGITAL

45 A 54 AÑOS	55 A 64 AÑOS	65 AÑOS O MÁS
SEGURIDAD CIUDADANA	PENSIONES Y JUBILACIÓN	TURISMO
EMPRESA	SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	ELECCIONES
MEDIOAMBIENTE	EDUCACIÓN	EDUCACIÓN
TRANSPORTE Y MOVILIDAD	TRANSPORTE Y MOVILIDAD	PENSIONES Y JUBILACIÓN
TURISMO	EMPRESA	TRANSPORTE Y MOVILIDAD
DEPORTE	ELECCIONES	SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
PENSIONES Y JUBILACIÓN	MEDIOAMBIENTE	EMPRESA
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR	TURISMO	MÚSICA
CULTURA	SEGURIDAD CIUDADANA	CULTURA
ELECCIONES	MÚSICA	DEPORTE
EDUCACIÓN	CULTURA	MEDIOAMBIENTE
MÚSICA	DEPORTE	SEGURIDAD CIUDADANA

Tablas intereses informativos por comunidades autónomas

ANDALUCÍA
PENSIONES Y JUBILACIÓN
MEDIOAMBIENTE
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
ELECCIONES GENERALES
EDUCACIÓN
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
EMPRESAS
CULTURA
TURISMO
SEGURIDAD CIUDADANA
DEPORTE
MÚSICA

ARAGÓN
DEPORTE
ELECCIONES GENERALES
EDUCACIÓN
CULTURA
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
PENSIONES Y JUBILACIÓN
EMPRESAS
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
MEDIOAMBIENTE
SEGURIDAD CIUDADANA
TURISMO
MÚSICA

ASTURIAS
MÚSICA
SEGURIDAD CIUDADANA
EMPRESAS
TURISMO
DEPORTE
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
EDUCACIÓN
CULTURA
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
PENSIONES Y JUBILACIÓN
MEDIOAMBIENTE
ELECCIONES GENERALES

BALEARES
TURISMO
SEGURIDAD CIUDADANA
EDUCACIÓN
EMPRESAS
ELECCIONES GENERALES
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
MEDIOAMBIENTE
MÚSICA
CULTURA
DEPORTE
PENSIONES Y JUBILACIÓN

CANARIAS
DEPORTE
SEGURIDAD CIUDADANA
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
TURISMO
MEDIOAMBIENTE
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
MÚSICA
EDUCACIÓN
EMPRESAS
PENSIONES Y JUBILACIÓN
CULTURA
ELECCIONES GENERALES

CANTABRIA
PENSIONES Y JUBILACIÓN
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
ELECCIONES GENERALES
TURISMO
EDUCACIÓN
DEPORTE
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
EMPRESAS
CULTURA
SEGURIDAD CIUDADANA
MÚSICA
MEDIOAMBIENTE

CASTILLA-LA MANCHA
PENSIONES Y JUBILACIÓN
ELECCIONES GENERALES
MEDIOAMBIENTE
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
EDUCACIÓN
TURISMO
EMPRESAS
SEGURIDAD CIUDADANA
MÚSICA
CULTURA
DEPORTE
TRANSPORTE Y MOVILIDAD

CASTILLA Y LEÓN
PENSIONES Y JUBILACIÓN
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
CULTURA
EMPRESAS
EDUCACIÓN
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
SEGURIDAD CIUDADANA
ELECCIONES GENERALES
MEDIOAMBIENTE
TURISMO
MÚSICA
DEPORTE

Tablas intereses informativos por comunidades autónomas

CATALUÑA
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
ELECCIONES GENERALES
DEPORTE
CULTURA
EDUCACIÓN
EMPRESAS
SEGURIDAD CIUDADANA
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
MÚSICA
PENSIONES Y JUBILACIÓN
MEDIOAMBIENTE
TURISMO

COMUNIDAD VALENCIANA
MEDIOAMBIENTE
EDUCACIÓN
CULTURA
ELECCIONES GENERALES
TURISMO
SEGURIDAD CIUDADANA
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
EMPRESAS
MÚSICA
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
DEPORTE
PENSIONES Y JUBILACIÓN

EXTREMADURA
EDUCACIÓN
ELECCIONES GENERALES
MÚSICA
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
SEGURIDAD CIUDADANA
EMPRESAS
TURISMO
PENSIONES Y JUBILACIÓN
CULTURA
MEDIOAMBIENTE
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
DEPORTE

GALICIA
MÚSICA
SEGURIDAD CIUDADANA
DEPORTE
TURISMO
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
EMPRESAS
CULTURA
MEDIOAMBIENTE
EDUCACIÓN
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
ELECCIONES GENERALES
PENSIONES Y JUBILACIÓN

LA RIOJA
PENSIONES Y JUBILACIÓN
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
DEPORTE
ELECCIONES GENERALES
EDUCACIÓN
CULTURA
EMPRESAS
TURISMO
MEDIOAMBIENTE
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
MÚSICA
SEGURIDAD CIUDADANA

MADRID
PENSIONES Y JUBILACIÓN
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
ELECCIONES GENERALES
EDUCACIÓN
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
SEGURIDAD CIUDADANA
TURISMO
MEDIOAMBIENTE
EMPRESAS
DEPORTE
CULTURA
MÚSICA

MURCIA
MEDIOAMBIENTE
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
ELECCIONES GENERALES
EDUCACIÓN
SEGURIDAD CIUDADANA
MÚSICA
DEPORTE
EMPRESAS
CULTURA
TURISMO
PENSIONES Y JUBILACIÓN

NAVARRA
CULTURA
EMPRESAS
MÚSICA
TURISMO
DEPORTE
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
PENSIONES Y JUBILACIÓN
ELECCIONES GENERALES
MEDIOAMBIENTE
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
SEGURIDAD CIUDADANA
EDUCACIÓN

Tablas intereses informativos por comunidades autónomas

PAÍS VASCO
EMPRESAS
CULTURA
DEPORTE
PENSIONES Y JUBILACIÓN
MÚSICA
TURISMO
MEDIOAMBIENTE
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
SEGURIDAD CIUDADANA
ELECCIONES GENERALES
EDUCACIÓN

CEUTA
PENSIONES Y JUBILACIÓN
ELECCIONES GENERALES
DEPORTE
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
MÚSICA
EDUCACIÓN
EMPRESAS
CULTURA
TURISMO
MEDIOAMBIENTE
SEGURIDAD CIUDADANA
TRANSPORTE Y MOVILIDAD

MELILLA
PENSIONES Y JUBILACIÓN
ELECCIONES GENERALES
SANIDAD, SALUD Y BIENESTAR
EDUCACIÓN
EMPRESAS
TURISMO
TRANSPORTE Y MOVILIDAD
MEDIOAMBIENTE
DEPORTE
CULTURA
SEGURIDAD CIUDADANA
MÚSICA



PRENSA IBÉRICA