



La sostenibilidad a través de la lente del Big Data

Información extraída de medios de comunicación globales, contenido de redes sociales y búsquedas en internet de la población.

El llamamiento social a la acción en materia de sostenibilidad se está extendiendo por todo el mundo a un ritmo rápido

COBERTURA DE LA SOSTENIBILIDAD EN REDES SOCIALES (DATOS NORMALIZADOS, 2016-2020, FRECUENCIA SEMANAL)



Fuente: BBVA Research, Twitter y Google Trends.

COBERTURA DE LOS MEDIOS A NIVEL GLOBAL RESPECTO A LA SOSTENIBILIDAD POR PAÍS (2020)



Fuente: BBVA Research y Gdelt.

El debate sobre la sostenibilidad está dominado por el cambio climático, pero la preservación de la biodiversidad gana impulso

NUBE DE PALABRAS QUE INCLUYE LOS «HASHTAGS» RELACIONADOS CON LA SOSTENIBILIDAD EN LOS TUIITS REDACTADOS EN INGLÉS (EL TAMAÑO Y EL COLOR SON PROPORCIONALES A LA FRECUENCIA, 2019-2020)



Fuente: BBVA Research con datos de Twitter.

Las conversaciones en Twitter muestran el protagonismo del cambio climático en los debates acerca de la sostenibilidad

Objetivos claros y sencillos, tales como el límite de los 2 °C, ayudan a la concienciación sobre el cambio climático como prioridad en la lucha por un mundo más sostenible.

Al mismo tiempo, la concienciación para la conservación de la biodiversidad (el medioambiente) va ganando terreno, y se convierte en prioridad.

El debate sobre sostenibilidad trasciende el ámbito político incluyendo a empresas y consumidores

ORGANIZACIONES RELACIONADAS CON LAS NOTICIAS GLOBALES SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO (2016-2020)



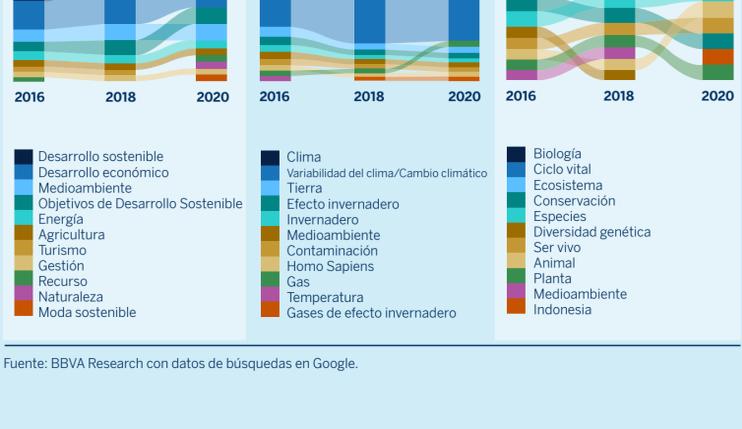
Fuente: BBVA Research con la base de datos de Gdelt.

Las empresas privadas y los medios de comunicación muestran una creciente preocupación por la sostenibilidad

Naciones Unidas continúa desempeñando un papel fundamental con una gran cobertura mediática en la lucha contra el cambio climático. Las instituciones europeas adquieren mayor relevancia, lo que pone de manifiesto su rol más activo, que incluye la instauración de políticas públicas encaminadas a abordar la transformación sostenible de la economía (Instrumento Europeo de Recuperación).

El desarrollo sostenible, el cambio climático y el estado de los ecosistemas son cuestiones que preocupan al público general

BÚSQUEDAS EN GOOGLE (ÍNDICE NORMALIZADO, 2016-2020)



Fuente: BBVA Research con datos de búsquedas en Google.

La sostenibilidad, en sentido amplio, es una cuestión que preocupa principalmente a los países europeos. Otros países desarrollados y los emergentes se centran en cuestiones más específicas como en el cambio climático y la biodiversidad

Las regiones ubicadas fuera de Europa, que sufren de mayor manera directa las consecuencias de un modelo no-sostenible, muestran mayor preocupación por el cambio climático y la biodiversidad. Los países asiáticos, Estados Unidos y Canadá centran su atención en las cuestiones relacionadas con el cambio climático. Los países de Latinoamérica muestran una evidente preocupación por la biodiversidad.

BÚSQUEDAS EN GOOGLE (ÍNDICE NORMALIZADO, 2016-2020)



Fuente: BBVA Research con datos de búsquedas en Google. Los continentes que se indican son aquellos que pertenecen los países cuya actividad de búsqueda se ha analizado. No obstante, no son los únicos y otros podrían ser igualmente relevantes.

La innovación y el cambio en los hábitos de consumo se perciben como puntos clave para alcanzar un "mundo más sostenible"

Los sectores del transporte, la moda y la alimentación centran sus esfuerzos en ser percibidos como industrias sostenibles y se convierten en el centro del debate. Las cuestiones de índole social, como la igualdad o la reivindicación de derechos, también ocupan un lugar importante.

RED DE CO-OCURRENCIAS Y COMUNIDADES A PARTIR DE LOS «HASHTAGS» DE TWITTER EN HABLA HISPANA



Notas: datos de 2020, agrupación por modularidad. Fuente: BBVA Research con datos de Twitter.

La comunidad de mayores dimensiones gira en torno a temas relacionados con las iniciativas de sostenibilidad y el papel de la tecnología y la innovación (1), seguida por otro grupo centrado en el estilo de vida sostenible y su efecto sobre los nuevos hábitos de consumo y las nuevas formas de concebir la acción dentro de la comunidad más grande (2). El grupo que incluye reivindicaciones que llaman a la acción sobre ámbitos amplios y bien identificados (3) se ubica como un subconjunto dentro de la comunidad más grande. Las nuevas tendencias de la arquitectura (4) forman una comunidad independiente muy relacionada con el estilo de vida sostenible. Los medios de comunicación (5) son un vehículo importante para aumentar la conciencia de sostenibilidad

Los sectores de las finanzas y la energía son protagonistas en el debate sobre sostenibilidad. Las empresas españolas cobran relevancia en el debate sobre sostenibilidad en las comunidades de habla hispana en Twitter

De entre las 30 empresas más mencionadas en las conversaciones en Twitter (de un total de 500), BBVA destaca por ser la más mencionada en los tuits que hablan de sostenibilidad, lo que pone de manifiesto su papel relevante en este debate.

EMPRESAS MÁS MENCIONADAS EN LOS TUIITS REDACTADOS EN ESPAÑOL (2020)



Fuente: BBVA Research con datos de Twitter.