BBVA Research

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

Abril 2021

Creando Oportunidades

Fuentes de información Big Data utilizadas para entender el marco de la sostenibilidad

GDELT recoge las noticias de radio, prensa y online de todo el mundo en más de 100 idiomas. Identifica personas, ubicaciones, organizaciones, temas, fuentes, emociones, recuentos, citas, imágenes y eventos que tienen lugar en el mundo, en cada momento del día.

Media Cloud incluye fuentes de medios seleccionados con recopilaciones de noticias digitales, impresas y de radio. Permite crear un análisis instantáneo de cómo los medios de comunicación digitales cubren cualquier tema de interés, la atención al tema, el lenguaje utilizado y las personas y lugares mencionados.

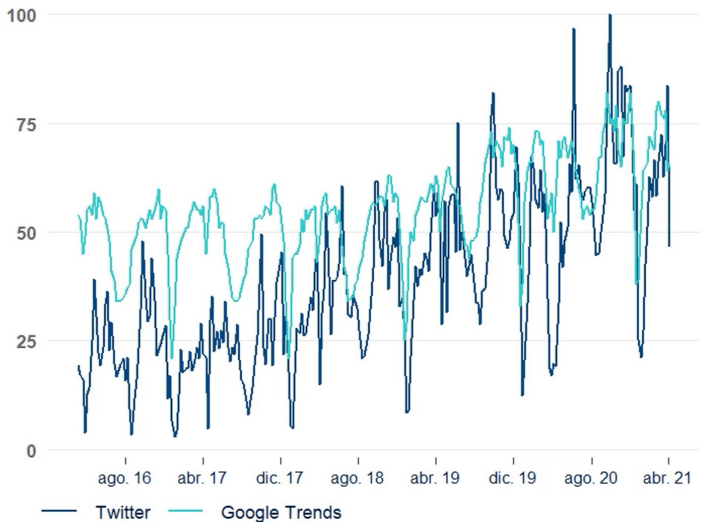
Google Trends muestra los términos de búsqueda más populares en el navegador de Google en el pasado reciente. Los datos representan con qué frecuencia se realiza una búsqueda de un término en diversas regiones del mundo y en varios idiomas. Tiene una opción que sirve para mostrar noticias relacionadas con dicho término de búsqueda para ver cómo influyen los eventos en la popularidad.

La red de Twitter permite enviar mensajes de texto cortos, sin formato y de un máximo de 280 caracteres, denominados «tuits», que se muestran en la página de inicio del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los tuits de otros usuarios. De forma predeterminada, los mensajes son públicos pero se pueden enviar de forma privada.

Un creciente llamamiento social a la acción sobre la sostenibilidad se está extendiendo por todo el mundo a un ritmo rápido

COBERTURA DE LA SOSTENIBILIDAD EN REDES SOCIALES

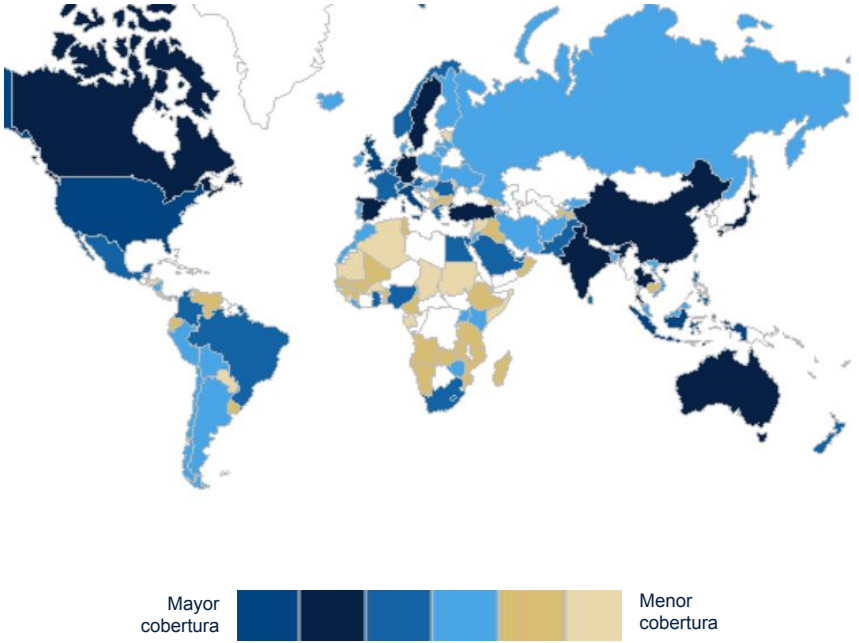
(DATOS ESCALDADOS ENTRE 0-100, 2016-2021, SEMANALMENTE)



Haga clic en el gráfico para hacerlo dinámico

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

(2020)



Fuente: BBVA Research con datos de Twitter y Google Trends (izquierda). Base de datos de GDELT (derecha)

El debate sobre la sostenibilidad está dominado por el cambio climático. El debate se traslada de la esfera política a otros actores sociales

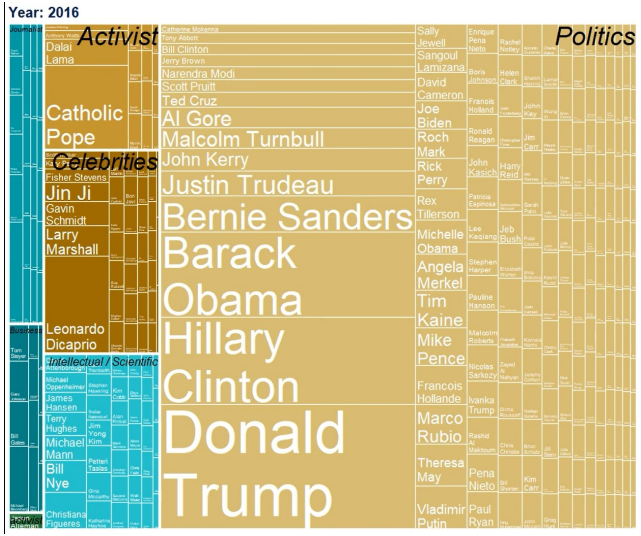
Es más probable que objetivos claros, como el límite de 2°C, tengan una mayor aceptación entre los hacedores de políticas y creen mayor conciencia social en la búsqueda de un mundo más sostenible.

NUBE DE HASHTAGS RELACIONADOS CON LA SOSTENIBILIDAD ENCONTRADOS EN TUITS EN INGLÉS

(TAMAÑO Y COLOR EN PROPORCIÓN A LA FRECUENCIA, 19-20)

PERSONAS RELACIONADAS EN LAS NOTICIAS GLOBALES SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO

(2016-2020)



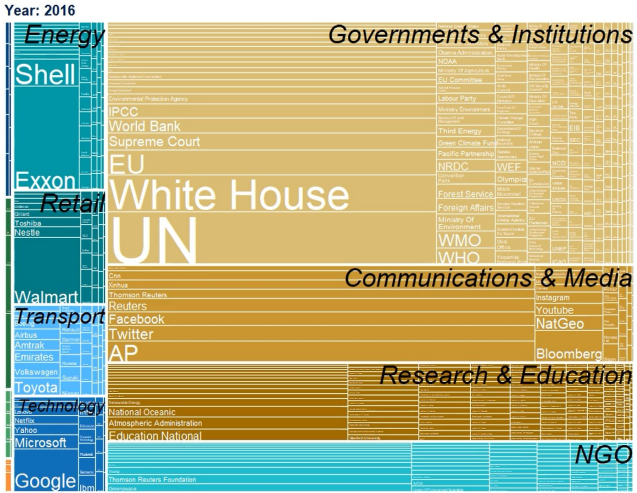
Haga clic en el gráfico para hacerlo dinámico

Fuente: BBVA Research con datos de Twitter (izquierda). Base de datos de GDELT (derecha)

Los medios de comunicación y las empresas privadas muestran un compromiso creciente con la sostenibilidad que aumenta rápidamente

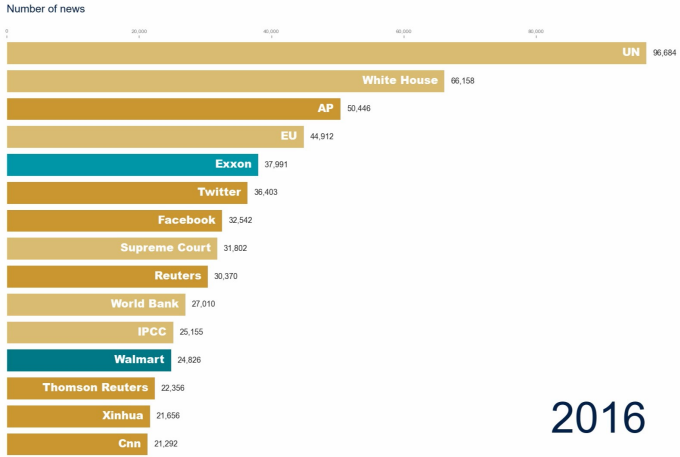
Las empresas privadas muestran una mayor participación en la lucha contra el cambio climático y han adquirido importancia en la cobertura de los medios, lo que puede apuntar a un mayor compromiso. Las voces de los medios de comunicación y las redes sociales también aumentan su presencia.

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



Haga clic en el gráfico para hacerlo dinámico

LAS 15 ORGANIZACIONES PRINCIPALES EN RELACIÓN CON EN EL CAMBIO CLIMÁTICO (2016-2020)



Haga clic en el gráfico para hacerlo dinámico

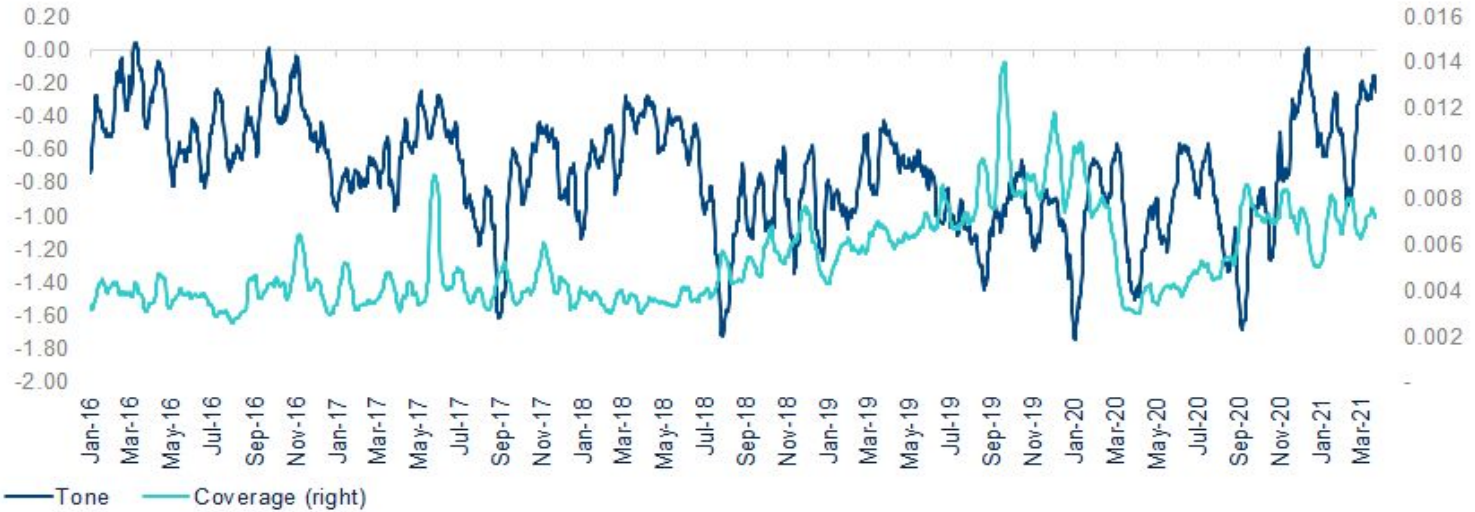
Fuente: BBVA Research con la base de datos de GDELT

La percepción del cambio climático ha estado dominada por una tendencia negativa. Las noticias sobre temperaturas récord alcanzadas ponen de manifiesto la importancia de esta lucha

El compromiso de los Gobiernos de tomar medidas más específicas para reducir las emisiones mejoró el sentimiento hacia el cambio climático de los medios de comunicación durante el último trimestre de 2020.

EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO: COBERTURA Y SENTIMIENTO

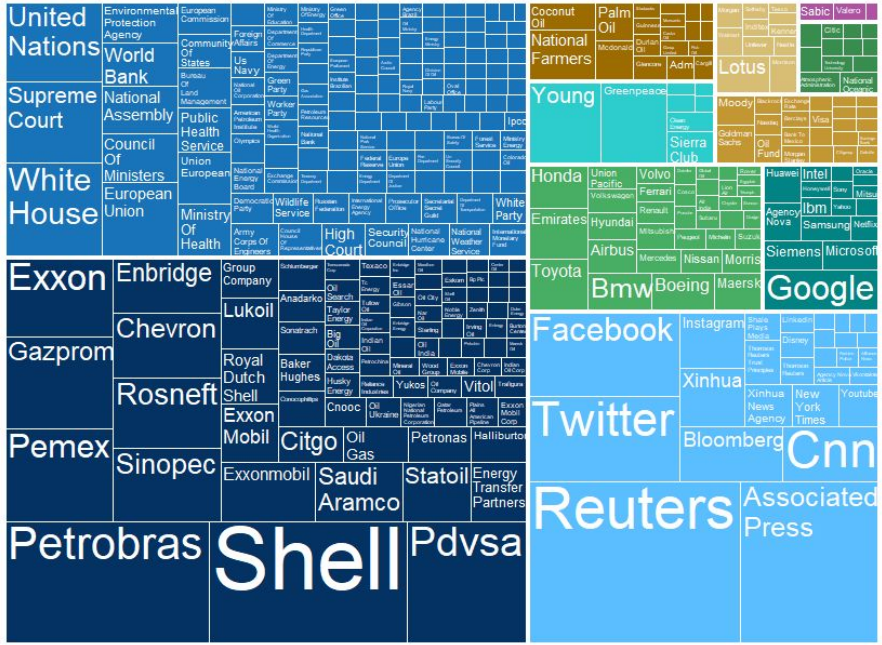
(EL SENTIMIENTO ABARCA UN RANGO ENTRE -10 Y 10. LA COBERTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ES LA PROPORCIÓN DE LAS NOTICIAS SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO RESPECTO AL TOTAL DE NOTICIAS POR DÍA. LOS DATOS SE EXPRESAN EN UNA MEDIA MÓVIL DE 14 DÍAS)

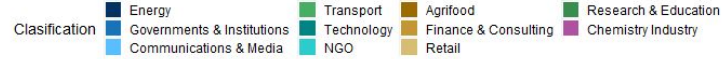


Fuente: BBVA Research con la base de datos de GDELT

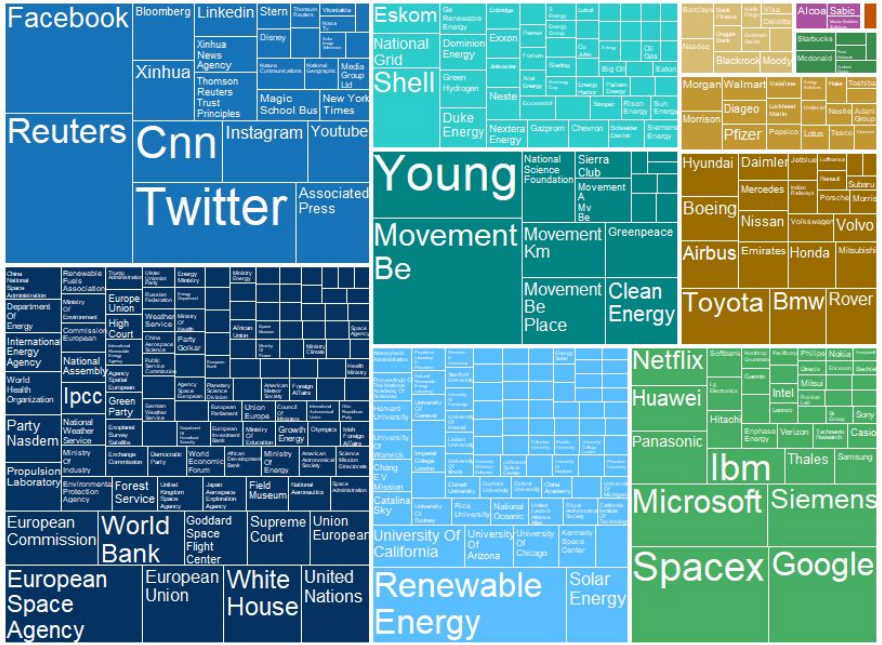
Las empresas tecnológicas se erigen como importantes alternativas para la transición energética

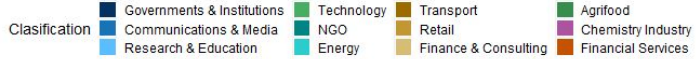
EMPRESAS DE ENERGÍA FÓSIL MENCIONADAS EN LAS NOTICIAS (2020)





EMPRESAS DE ENERGÍA RENOVABLE MENCIONADAS EN LAS NOTICIAS (2020)

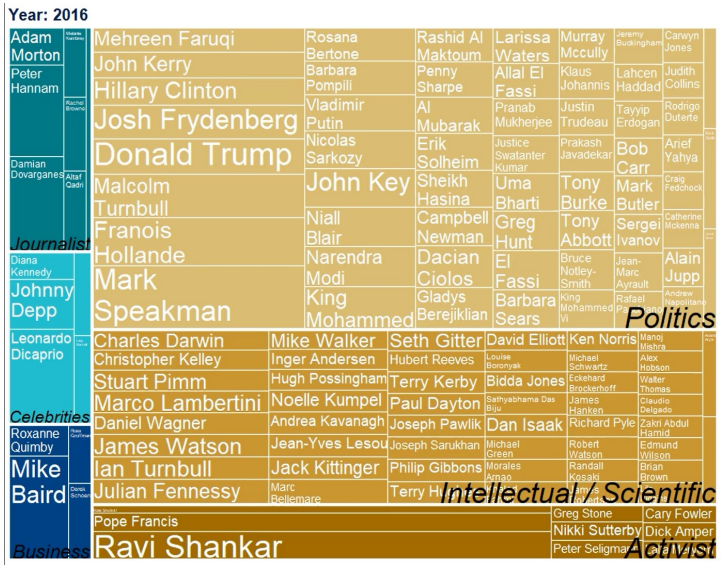




Fuente: BBVA Research con la base de datos de GDELT

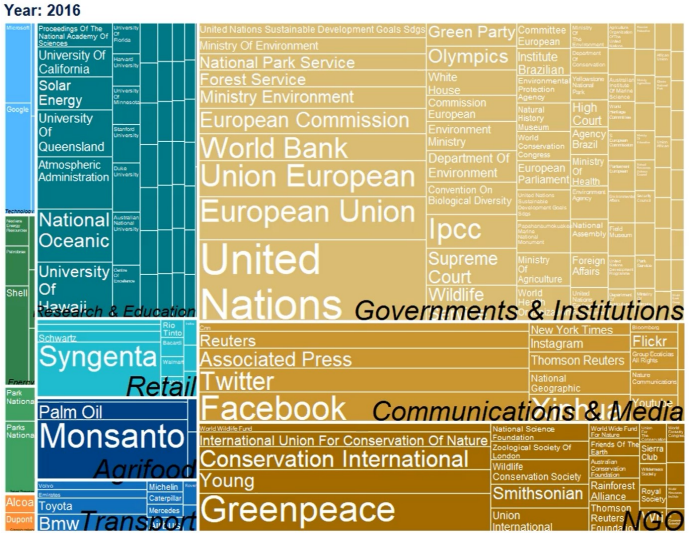
La biodiversidad empieza a posicionarse con la misma importancia que el cambio climático. La investigación académica y las instituciones públicas se sitúan como los más activos en la materia

PERSONALIDADES RELACIONADAS EN LAS NOTICIAS GLOBALES SOBRE BIODIVERSIDAD
(2016-2020)



Haga clic en el gráfico para hacerlo dinámico

ORGANIZACIONES RELACIONADAS EN LAS NOTICIAS GLOBALES SOBRE BIODIVERSIDAD
(2016-2020)



Haga clic en el gráfico para hacerlo dinámico

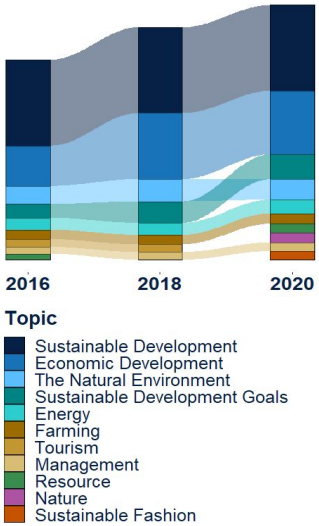
Fuente: BBVA Research con la base de datos de GDELT

La sostenibilidad sigue siendo una de las principales preocupaciones y cada vez se asocia más a condiciones económicas, climáticas y de los ecosistemas

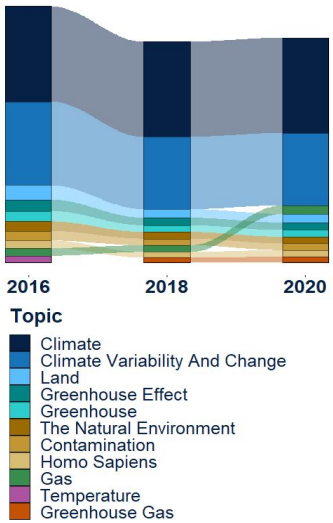
Hay una mayor conciencia sobre la sostenibilidad, y temas como la biodiversidad están ganando más terreno y sumándose a otros ya consolidados como el cambio climático

BÚSQUEDAS EN GOOGLE (ÍNDICE NORMALIZADO. 2016-2020)

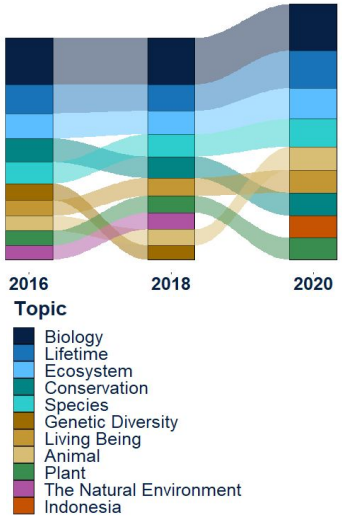
SOSTENIBILIDAD



CAMBIO CLIMÁTICO



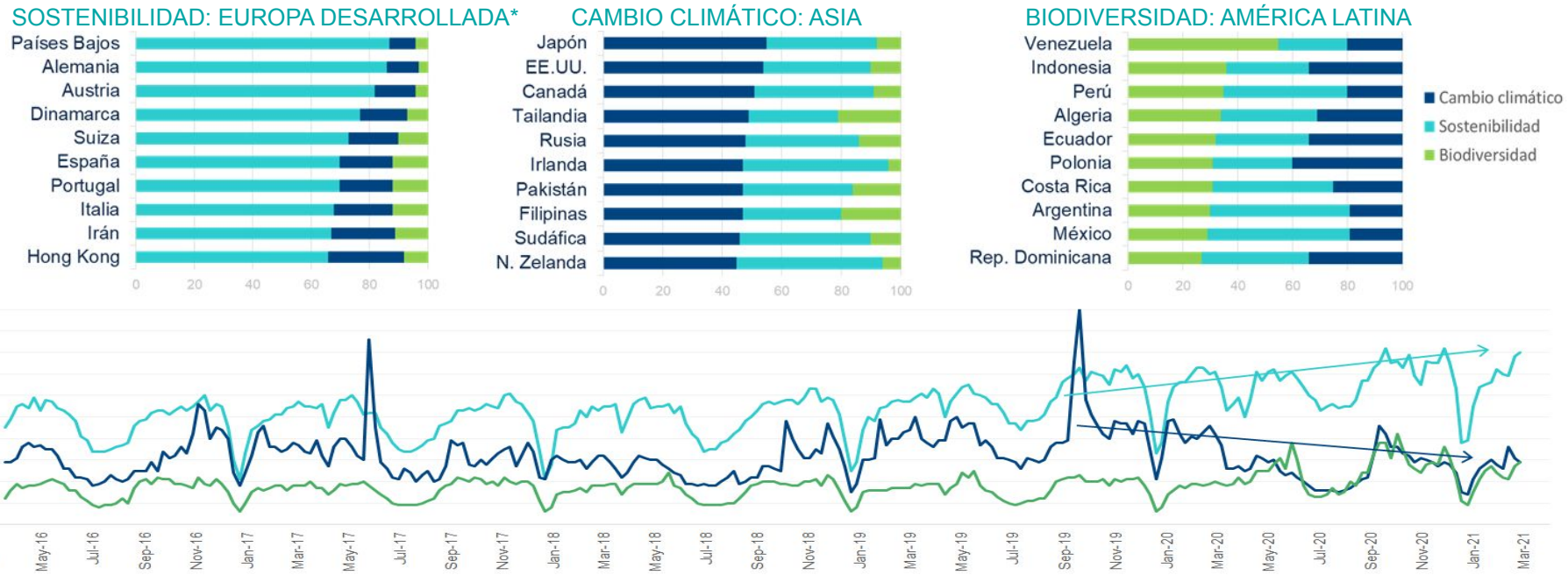
BIODIVERSIDAD



Fuente: BBVA Research con datos de búsquedas en Google

El concepto general de sostenibilidad es el más popular en los países desarrollados mientras que el cambio climático y la biodiversidad parecen tomar mayor importancia en países emergentes

BÚSQUEDAS EN GOOGLE (ÍNDICE NORMALIZADO. 2016-2020)

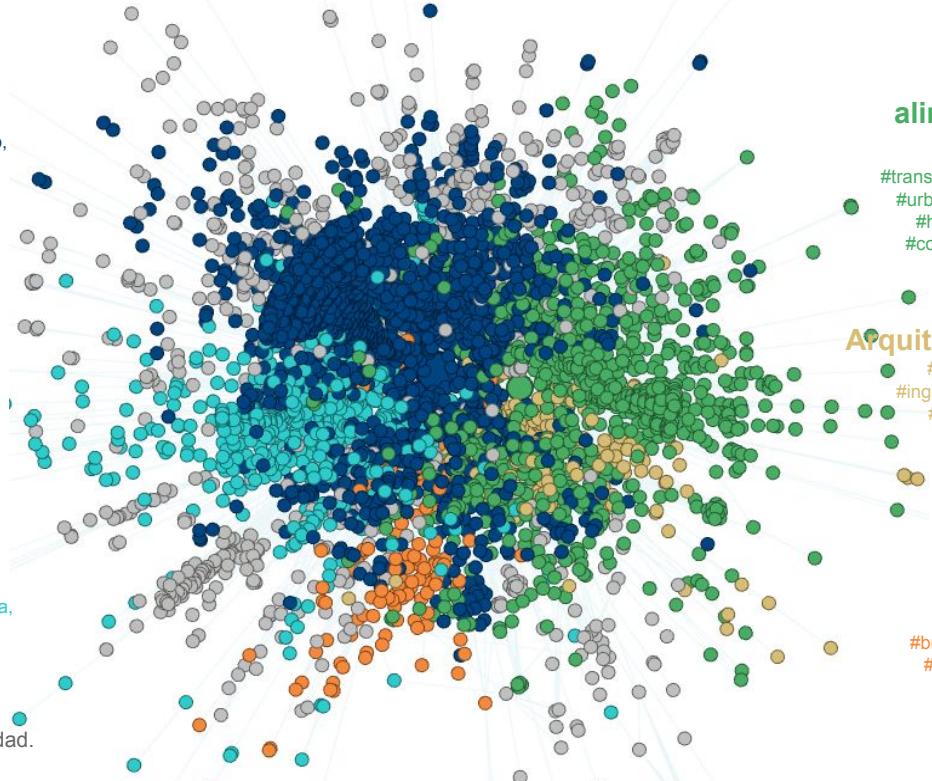


Fuente: BBVA Research con datos de búsquedas en Google. Los continentes indicados son los que destacan en los países de búsqueda; pero no son los únicos y es posible que haya más que sean relevantes

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

Red de co-ocurrencia y comunidades de los hashtags en Twitter para el idioma español

Innovación y sostenibilidad medioambiental (50%)
#sostenibilidad, #medioambiente, #cambioclimatico, #biodiversidad, #calentamientoglobal, #naturaleza, #planeta, #zerowaste, #agua, #reciclaje, #energia, #innovation, #tecnologia, #renovables



Transporte, moda y alimentación sostenibles (24%)
#transporte, #movilidad, #coches, #bicicleta #urbanismo, #moda, #ropa, #slowfashion, #handmade, #modasostenible, #foodie, #cocina, #pesca, #alimentación, #vegan, #consumo

Arquitectura sostenible (5%)
#arquitectura, #construccion, #design, #ingeniería, #diseño, #vivienda, #madera, #casas, #hotel, #building, #edificacion

Conciencia sobre la sostenibilidad (14%)
#ods, #sdgs, #globalgoals, #onu, #derechos, #igualdad, #empleo, #salud, #covid, #paz, #pobreza, #agenda

Noticias sobre sostenibilidad (5%)
#breakingnews, #news, #noticias, #today, #comunicación, #actualidad, #technews

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

El debate sobre la sostenibilidad en Twitter se centra en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente en el contexto del cambio climático

Los sectores financiero y energético destacan, y BBVA lidera la comunicación.

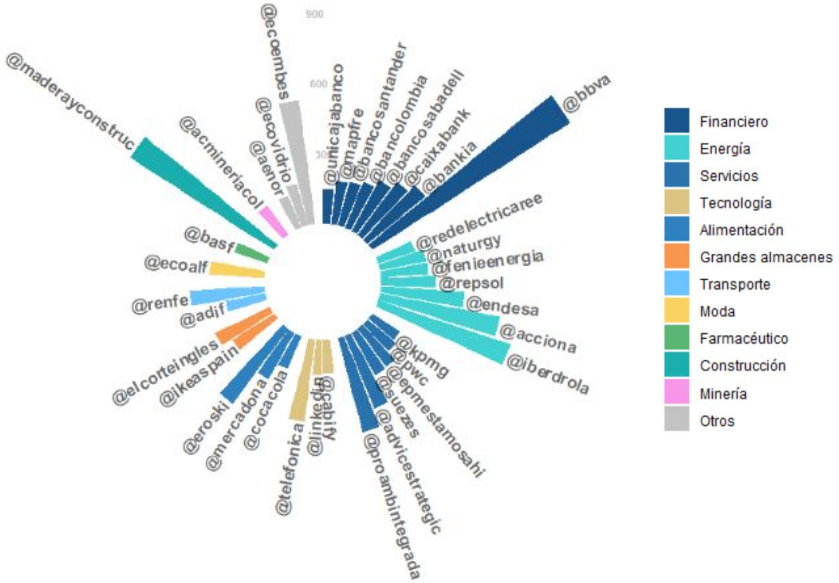
HASHTAGS RELACIONADOS CON LA SOSTENIBILIDAD EN TUITS EN ESPAÑOL

(TAMAÑO Y COLOR EN PROPORCIÓN A LA FRECUENCIA, 2020)

Min 800x ⟷ Max 85.000x

EMPRESAS MÁS MENCIONADAS EN TUITS EN ESPAÑOL AGRUPADAS POR SECTOR

(2020)



No se incluyen los hashtags #sostenibilidad, #sostenible y #medioambiente.
ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible.
Fuente: BBVA Research con datos de Twitter.

Aviso legal

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.

BBVA Research

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

Abril 2021

Creando Oportunidades