

Discursos de la Prensa sobre los ODS y la Agenda 2030 en España: Análisis de los Diarios Digitales con más Audiencia (2015-2022)

Press Discourse on the SDGs and the 2030 Agenda in Spain: Analysis of the Digital Newspapers with the Highest Readership (2015-2022)

Alberto E. López-Carrión; Myriam Martí-Sánchez

Nota: Este artículo puede leerse en su versión original en inglés en:
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/e3303010>

Cómo citar este artículo.

Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

López-Carrión, Alberto E.; Martí-Sánchez, Myriam (2024). "Press discourse on the SDGs and the 2030 Agenda in Spain: Analysis of the digital newspapers with the highest readership (2015-2022)". *Profesional de la información*, v. 33, n. 3, e330310.

<https://doi.org/10.3145/epi.2024.0310>

Artículo recibido el 08-09-2023
Aceptación definitiva: 10-11-2023



Alberto E. López-Carrión ✉

<https://orcid.org/0000-0002-9548-2991>

Universitat de València
Av. Blasco Ibáñez, 32
46010 Valencia, España
alberto.e.lopez@uv.es



Myriam Martí-Sánchez

<https://orcid.org/0000-0003-4344-4464>

ESIC Business & Marketing School
ESIC University
Avda. de Valdenigrales, s/n
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid), España
myriam.marti@esic.edu

Resumen

En septiembre de 2015, todos los estados miembros de la ONU promulgaron los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el marco de la Agenda 2030. Se trata de un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo. El presente trabajo pretende determinar las características más relevantes del discurso en torno a este plan, que han ofrecido los siete periódicos digitales con más audiencia de España durante los ocho años posteriores a la promulgación de la iniciativa. Se ha realizado, por un lado, un análisis estadístico del número de informaciones difundidas, así como de las entidades, industrias, regiones, temáticas y personas o agentes públicos más mencionados. Por otro lado, un análisis de corpus lingüístico computerizado, mostrando las principales asociaciones de palabras que realiza cada cabecera y la extensión de las respectivas piezas periodísticas. Los principales resultados revelan un aumento generalizado de las noticias, sobre todo a partir de 2020. Además, se observa un claro protagonismo de la dimensión social de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible, en contraposición con la escasa relevancia de la vertiente ecológica y medioambiental en la mayoría de los periódicos digitales. Se concluye que el discurso de la prensa española sobre los ODS y la Agenda 2030 es heterogéneo y, además, que en la actualidad no existe un ejemplo que cumpla totalmente los valores del periodismo sostenible. También, que la cobertura de esta hoja de ruta no cuenta con piezas periodísticas con formato largo que permitan la profundidad deseable para la adecuada explicación del plan.

Palabras Clave

ODS, Agenda 2030, Naciones Unidas; Sostenibilidad, Desarrollo Sostenible, Prensa Digital, Discurso Mediático, Análisis Estadístico, Análisis Semántico, Minería de Textos, Cobertura, Slow Journalism. Periodismo Sostenible.



Abstract

In September 2015, all UN member states announced the Sustainable Development Goals (SDGs) as part of the 2030 Agenda. This is a universal call to action to end poverty, protect the planet and improve the lives and prospects of people around the world. This paper aims to determine the most relevant characteristics of the discourse about this action plan, proposed by seven digital newspapers with the highest readership in Spain during the eight years following the enactment of the initiative. On the one hand, a statistical analysis has been carried out of the published articles, as well as of most-mentioned entities, industries, regions, themes and people or public agents. On the other hand, a computerised linguistic corpus analysis was carried out, showing the main word associations made by each headline and the length of the corresponding journalistic pieces. The main results reveal a generalised increase of the number of news items, especially from 2020 onwards. Furthermore, there is a clear prominence of the social dimension of sustainability and sustainable development, in contrast to the scarce relevance of the ecological and environmental aspect in most of the digital newspapers. The conclusion is that the Spanish press discourse on SDGs and the 2030 Agenda is heterogeneous and, furthermore, that there is currently no example that fully complies with the values of sustainable journalism. Similarly, the coverage of this roadmap does not have long-format journalistic pieces to support the desirable depth of the explanation of the action plan.

Keywords

SDGs, Agenda 2030, United Nations, Sustainability, Sustainable Development, Digital Press, Media Discourse, Statistical Analysis, Semantic Analysis, Text Mining, Coverage, Slow Journalism, Sustainable Journalism.

1. Introducción

Poner fin a la pobreza, garantizar una educación de calidad, lograr la igualdad de género, promover el crecimiento económico y el trabajo decente para todos, o adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos. Estos son algunos ejemplos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) adoptados por los 193 estados miembros de la Organización de Naciones Unidas (ONU) en la cumbre celebrada en Nueva York el 25 de septiembre de 2015, con el propósito de mejorar la vida de las personas y del propio planeta (ONU, 2015a).

Los 17 objetivos promulgados en la resolución ‘Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible’ cuentan, a su vez, con 169 metas en las que se desglosa de manera más concreta las líneas maestras que debían seguir las políticas públicas de desarrollo y cooperación internacional de cara al año 2030. También, este plan de acción “pretende retomar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y conseguir lo que estos no lograron” (ONU, 2015b). En este sentido, Kubiszewski *et al.* (2022) destacan el carácter novedoso de los ODS por lograr, por primera vez, un gran consenso de todos los líderes mundiales en torno a una hoja de ruta global aplicable a todos los países. También afirman que “a diferencia de los ODM, que se centraron en los países en desarrollo, los ODS establecen el mismo conjunto de objetivos para todos los países del mundo” (p. 1).

Para medir el cumplimiento de los ODS, en 2017 Naciones Unidas diseñó un marco global de 232 indicadores estadísticos con los que “proporcionar pruebas verificables y de buena calidad sobre el progreso hacia la consecución de la Agenda 2030” (MacFeely, 2020), algo que fue calificado como un ‘desafío estadístico sin precedentes’. Precisamente, en la última edición del ‘Sustainable Development Report’, uno de los informes que evalúan a nivel global el progreso de la mayoría de los países hacia el logro de los ODS, sus autores afirman que desde el estallido del COVID-19 en 2020 y las crisis que se han derivado, el avance de los objetivos se ha estancado a nivel global a pesar de los avances que se dieron entre 2015 y 2019 (Sachs *et al.*, 2023; Sachs *et al.*, 2021).

El coronavirus, por lo tanto, ha impactado seriamente en los progresos realizados para el logro de los ODS (Srivastava *et al.*, 2020; Sharma *et al.*, 2021), pudiendo comprometer el compromiso mundial con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Shulla *et al.*, 2021).

Wang y Huang (2021) sostienen que la pandemia ha tenido efectos negativos en los 17 objetivos, pero también ha podido generar oportunidades en 14 de los mismos, ya que los países desarrollados han mostrado una mayor preocupación por la investigación sobre el desarrollo sostenible durante esta emergencia sanitaria.

Desde el estallido del COVID-19 en 2020 y las crisis que se han derivado, el avance de los objetivos se ha estancado a nivel global a pesar de los avances que se dieron entre 2015 y 2019

El presente trabajo pretende estudiar el papel que está desempeñando la prensa para que la población conozca los objetivos y metas que conforman la Agenda 2030, así como su utilidad para mejorar la vida de las personas y del planeta. Para tal fin, el objetivo general de la investigación es determinar las características del discurso de los principales periódicos digitales de España en torno a esta iniciativa, estableciendo las similitudes y diferencias entre cabeceras. A partir de este propósito, se proponen también los siguientes objetivos específicos:

OE1: Analizar el impacto mediático que ha tenido el plan de la ONU en la prensa española, comprobando la frecuencia con la que esta temática ha aparecido, de manera destacada, en los diarios digitales con más audiencia.

OE2: Determinar si en el discurso de cada cabecera están presentes las tres dimensiones de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible, o alguna de ellas.

OE3: Examinar con qué contextos -en cuanto a entidades, industrias, regiones y temas- relaciona cada periódico el plan de acción de Naciones Unidas en su discurso informativo.

OE4: Estudiar si cada diario aborda los ODS y la Agenda 2030 desde un punto de vista local, nacional, o bien desde un prisma internacional.

OE5: Comparar las personas y agentes públicos que aparecen más relacionados con los objetivos y metas impulsados por la ONU en el corpus de cada cabecera, así como a los partidos políticos o ideologías que corresponden a los líderes que se mencionen.

OE6: Comparar la extensión de las piezas informativas para comprobar qué cabeceras se acercan a esa característica del *slow journalism* en el tratamiento informativo del tema objeto de estudio.

2. Revisión de Bibliografía

Con respecto a cómo está siendo la comunicación del plan de la ONU para dar a conocer a la población mundial el alcance de los objetivos y metas, cuestión abordada por algunas investigaciones en los últimos años (**Mulholland et al.**, 2017; **Sánchez-Gassen et al.**, 2018; **García-Sánchez et al.**, 2020; **Canel**, 2021), se recogen dos tendencias: por un lado, **Toro-Peña** (2020) apunta a que es necesaria una comunicación e información mucho más transformadora, ya que la Agenda 2030 da escasa importancia a los procesos de difusión. Por otro lado, **Aririguzoh** (2022) sostiene que, para que se consigan los ODS, “el comunicador competente debe reconocer que la cultura de los actores en un proceso de comunicación es el fundamento básico de una comunicación eficaz” (p. 9), refiriéndose a las diferencias culturales que existen en el planeta y a las diferentes formas de elaborar discursos comunicativos.

En este sentido, existen diferentes posturas que afirman que el mayor conocimiento de los ODS y la Agenda 2030 puede traducirse en, precisamente, unas mejores garantías para su cumplimiento. **Easterly** (2015) asevera que la sociedad debe, primero, saber que existen este tipo de grandes planes de acción global para que se transformen en acción. Igualmente, considera que los profesionales que se dedican al ámbito del desarrollo sostenible creen que este tema ha captado la atención de todo el mundo, cuando está sucediendo precisamente todo lo contrario. Por su parte, **Cummings et al.** (2018) consideran que la Agenda 2030 será un fracaso a no ser que en el proceso de implementación de sus objetivos y metas se aproveche el poder transformador del conocimiento, especialmente el que se genera a nivel local.

En España, los objetivos y metas carecieron de apoyo institucional en los primeros años tras la puesta en marcha del plan, a diferencia de otros países del mundo (**Gómez-Gil**, 2018). Influyó en la ralentización de los ODS la inestabilidad política que vivió el país en 2015 y 2016, periodo en el que se celebraron dos elecciones generales en apenas seis meses (**Conejero-Paz; Segura-Cuenca**, 2020). Una vez constituido el Gobierno de coalición progresista, éste fijó como objetivo que, en 2020, el 100% de la población española conociera el plan (**Gobierno de España**, 2018) y para ello impulsó iniciativas de comunicación como la campaña #ODSéate (**Boto-Álvarez; García-Fernández**, 2020). No obstante, diferentes estudios durante esas fechas aseguran que el conocimiento sobre los ODS por parte de la población todavía seguía siendo muy bajo (**CIS**, 2019; 2020), en línea con el de países industrializados como Alemania, Estados Unidos, Francia o el Reino Unido (**Focus 2030**, 2023).

En cuanto a la postura de los principales partidos políticos españoles sobre la sostenibilidad, los ODS, la Agenda 2030 y la responsabilidad social, **Puchalt-López y López-Trigo-Reig** (2023) concluyen que la conversación en la red social Twitter, actualmente conocida como X, se centra más en relación con el término ‘Agenda 2030’. Añaden que las formaciones que se sitúan en la derecha del espectro político (Partido Popular y Vox) realizan una fuerte oposición generando un número de menciones sobre este tema mayor -especialmente en el caso de Vox- que el de los partidos que conforman la coalición progresista de izquierdas del Gobierno de España (Partido Socialista Obrero Español y Unidas Podemos), que desarrollan un discurso social no alineado.

El rechazo del partido ultraconservador Vox a la agenda de Naciones Unidas es tal que incluso ha llegado a presentar su propia ‘Agenda España’ como respuesta “a las agendas globalistas que pretenden la destrucción de las clases medias, la liquidación de la soberanía de las naciones y el ataque a la familia, la vida y las raíces comunes de Occidente” (**Europa Press**, 2021). En las cuentas de la red social Facebook de Vox en los parlamentos autonómicos de España, de hecho, se ha llegado a relacionar la Agenda 2030 con discursos de odio (**Gorostiza-Cerviño; Moreno-Cabanillas**, 2023), e incluso el presidente de esta formación, Santiago Abascal, ha llegado a manifestar en una entrevista que “si alguien en Vox defiende la Agenda 2030, yo personalmente lo voy a cesar” (**The Objective**, 2023).

Tras examinar las publicaciones de la cuenta oficial del Gobierno de España (@desdelamoncloa) en Twitter, **Galiano-Coronil y Ortega-Gil** (2019) afirman que “se ha comprobado que a pesar de que el cumplimiento de la Agenda 2030 y los 17 ODS son esenciales para el futuro del país, no se suelen publicar mensajes que traten directamente sobre ellos” (p. 234). **Carrasco-Polaino y Piqueiras-Conlledo** (2023) también argumentan que, en esta red social, los perfiles de las

Administraciones Públicas españolas nacionales y regionales -así como los de sus respectivos líderes y representantes- realizan publicaciones relacionadas principalmente con dos pilares de la sostenibilidad, concretamente sobre inclusión social y protección del medio, dejando de lado el pilar económico en las conversaciones de la plataforma.

Con esta tesis, los autores hacen referencia a las tres dimensiones de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible, que son la ecológica o medioambiental, la social y la económica (ONU, 1997; Artaraz, 2002; Strange; Bayley, 2008; Cavagnaro; Curiel, 2012; United Nations Environment Programme; International Trade Centre, 2017), cuyo equilibrio es fundamental para garantizar en el futuro un entorno ambientalmente sostenible, compatible con la capacidad del planeta para mantener las actividades humanas, y todo ello sin causar perjuicios significativos a las diferentes actividades económicas (García-García, 2018). Con respecto a la dimensión social, ésta presenta retos más complicados de especificar, comprender y comunicar con respecto a la dimensión ecológica o medioambiental (Bebington; Dillard, 2009), y suele desatenderse cuando es de crucial importancia (López et al., 2018).

En cuanto al discurso mediático a escala nacional sobre la sostenibilidad y el desarrollo sostenible, y en línea con este último argumento, un estudio de **CANVAS Estrategias Sostenibles y Data Science Graphext** (2021) también reitera que la dimensión social de estos dos conceptos es la ‘eterna olvidada’, asegurando que los objetivos relacionados con esta vertiente (pobreza, educación, desigualdad, etc.) son los que menos cobertura reciben por parte de los medios españoles. El informe también apunta que, con la llegada de la COVID-19, se produjo un descenso en la cantidad de noticias que sobre estos temas en los medios de comunicación de este país. En cuanto al discurso mediático de los contenidos analizados, el estudio señala:

“Las noticias sobre sostenibilidad y Agenda 2030 que se cubren en los medios de comunicación españoles manifiestan tres tendencias: un contenido con marcado tono político-noticias sobre actuaciones de gobiernos y países-; cobertura mayoritaria de la sostenibilidad desde la dimensión medioambiental, incluso vinculada con la salud; y noticias como espacio de difusión para el sector privado” (p. 4).

En el caso concreto de la prensa digital española, **López-Carrión y Martí-Sánchez** (2023) coinciden con el informe anterior en que el discurso de los ODS y la Agenda 2030 está altamente institucionalizado con la difusión de las actividades e iniciativas que desarrollan las distintas administraciones para impulsar este plan. Las otras temáticas discursivas que destacan estos autores son: problemáticas globales de todo tipo (cambio climático, pobreza, desigualdades, pandemias, etc.); el propio contenido de los objetivos y metas de esta hoja de ruta que tratan de combatir estas situaciones negativas, y la tercera, la ONU como entidad que lidera este plan de acción.

El papel que desempeñan los medios de comunicación para sensibilizar a la sociedad sobre cuestiones relacionadas con el desarrollo sostenible y sus dimensiones ha sido objeto de estudio de varias investigaciones, a lo largo de los últimos años. **Holt y Barkemeyer** (2012) apuntan a que, desde finales del siglo XX, se ha observado “un cambio radical en la prominencia de las cuestiones ambientales y sociales dentro de la esfera pública y el mundo empresarial, a menudo facilitado por la cobertura mediática en televisión, periódicos, medios digitales y a través de películas y documentales”, concluyendo que los medios de comunicación han de tener el reto de mantener una atención sobre estos temas sostenida en el tiempo, fomentando la participación pública y promoviendo mayores niveles de conciencia ciudadana para avanzar en el desarrollo sostenible.

El discurso de los ODS y la Agenda 2030 está altamente institucionalizado con la difusión de las actividades e iniciativas que desarrollan las distintas administraciones para impulsar este plan

Janoušková et al. (2019) argumentan que la comunicación sobre cuestiones de sostenibilidad carece de un marco teórico propio y que los ODS son el mecanismo adecuado para articularlo, pese a que desde hace años existe una disciplina específica centrada en estos temas: la Comunicación Sostenible para el Desarrollo y el Cambio Social (**Servaes**, 2008). También reconocen que esto supone todo un desafío para los periodistas, que han de ser capaces de combinar su experiencia en los diferentes retos que presentan los 17 objetivos y 169 metas (agua, pobreza, crecimiento económico, etc.) “con una visión general amplia y habilidad para generalizar y, por último -aunque no por ello menos importante-, que sea una gran historia” (p. 10).

Adjin-Tettey et al. (2021) ofrecen una nueva perspectiva teórica del periodismo sostenible (**Fernández-Reyes**, 2004) o de sostenibilidad (**Fernández-Reyes**, 2010), que por un lado “integre las tres dimensiones de la sostenibilidad en su cobertura y su financiación y no separe, por ejemplo, las cuestiones medioambientales de las condiciones sociales y económicas como si fueran cuestiones aisladas” (p. 12) y por otro lado, que aborde de forma inherente tanto las propias crisis que se viven en la sociedad como la propia crisis que vive el sector periodístico, a raíz de la caída de los ingresos por publicidad o de subvenciones, el descenso de lectores o la falta de credibilidad, entre otros motivos. Como características principales, los autores abogan principalmente por que tenga en su esencia el modelo que propone el *slow journalism*, “una práctica periodística sin prisas, que ofrece a sus lectores contexto y análisis en profundidad de la información proporcionada” (**Peñafiel-Saiz et al.**, 2022) y, además, que esté orientado a soluciones, sea constructivo, comprometido, sensible al género y a los conflictos, o que tenga en cuenta el doble enfoque global-local.

Sobre el discurso mediático a escala internacional del desarrollo sostenible y la sostenibilidad, y después de analizar

cerca de 10.000 diarios impresos de alcance global desde 2009 a 2018, **Janoušková et al.** (2019) concluyeron que los cinco temas más difundidos en relación con los objetivos fueron el cambio climático (ODS 13), las energías renovables (ODS 7), la igualdad de género (ODS 5), la pobreza extrema (ODS 1) y el acceso a la justicia (ODS 16).

Algunos grupos y medios de comunicación de España han impulsado, o están impulsando, iniciativas para difundir los ODS y la Agenda 2030 a la población española. **de la Casa and Caballero** (2020) destacan campañas como ‘RTVE, por un planeta mejor’ lanzada en enero de 2020 por *Radio Televisión Española (RTVE, 2020)* o, aunque sin que se vinculen directamente con los ODS, algunas lanzadas por corporaciones privadas como *Atresmedia* y *Mediaset España*. A su vez, los autores también ponen en valor la importancia de algunos diarios digitales especializados en cuestiones relacionadas con la sostenibilidad y responsabilidad social, como *Compromiso Empresarial*, *Corresponsables*, *Cultura RSC*, *Diario Responsable* o *Ethic*, que han introducido a sus contenidos informativos de manera habitual los ODS. El rol que desempeña el periodismo especializado en este tema, “tiene la oportunidad de ocupar un espacio relevante en el marco de la implementación de la Agenda 2030” (**Toro-Peña**, 2020).

Algunas cabeceras digitales que figuran entre las que cuentan con mayor audiencia han impulsado igualmente, algunas iniciativas relacionadas con los ODS y la Agenda 2030. Por citar algunos ejemplos, *El País* difundió en 2015, antes incluso de promulgarse este plan de acción, un portal específico en la sección ‘Planeta Futuro’ en el que se informaba sobre el contexto de cada uno de los 17 objetivos, así como los retos que plantea, de manera detallada (**El País**, 2015). Por su parte, *El Español* lanzó en 2021 el portal ‘Enclave ODS’, que difunde de manera recurrente información especializada “sobre los cambios que necesita la sociedad, la empresa y las instituciones para cumplir con estos objetivos” (**El Español**, 2021).

Por último, cabe mencionar que algunos medios de comunicación han incorporado recientemente el uso de inteligencia artificial para medir la cobertura que dan a los ODS en su programación. Es el caso de la aplicación web *rtve2030.es* de RTVE que, tras analizar 23 programas informativos y divulgativos de *La 1*, *La 2*, *24h* y *Clan* que suponen más de 7000 horas de emisión, concluye que estos canales dedican una media del 30% de su tiempo de programación a noticias y reportajes relacionados con los ODS, principalmente sobre temas como salud (25%), paz (23%) e igualdad (14%) (**UNRIC-United Nations Regional Information Centre**, 2023; **RTVE**, 2023).

3. Metodología

Para alcanzar los objetivos de esta investigación, se han realizado dos análisis, uno cuantitativo y otro lingüístico computerizado, de los contenidos publicados en las principales cabeceras digitales de España durante los ocho años que han transcurrido desde la promulgación del plan de acción de la ONU, del 1 de enero de 2015 hasta el 31 de diciembre de 2022.

3.1. Muestra y Selección de Contenidos

Para determinar la muestra de medios analizados en este estudio se han seleccionado las cinco cabeceras digitales con mayor audiencia en España presentes en los rankings de diciembre de 2022 de *Comscore* y *GfK DAM*, principales medidores de audiencias on-line en la actualidad (**Del-Castillo**, 2021; **Quintas-Froufe**; **González-Neira**, 2021). Según la primera plataforma de medición, y en este orden, se ha seleccionado *El Mundo*, *El Español*, *El País*, *20 Minutos* y *La Vanguardia*. De la segunda plataforma, también en orden de mayor a menor audiencia, se ha seleccionado *El País*, *El Español*, *El Mundo*, *ABC* y *El Confidencial*. Por lo tanto, al comparar ambos índices de medición, la muestra definitiva de los siete periódicos digitales a analizar la componen:

- *20 Minutos*
- *ABC*
- *El Confidencial*
- *El Español*
- *El Mundo*
- *El País*
- *La Vanguardia*

La búsqueda de los contenidos se ha realizado utilizando la base de datos de prensa *Factiva* ofrecida por el grupo empresarial estadounidense Dow Jones. Se trata de una herramienta que proporciona acceso a más de 33.000 publicaciones y 400 agencias de noticias de 200 países, en 32 idiomas (**Factiva**, 2023) y, en el caso concreto de España, permite el acceso online a 229 medios con licencia, incluyendo las agencias *EFE* y *Europa Press*.

Para seleccionar los contenidos del corpus, se realizó una búsqueda booleana introduciendo la combinación “*Objetivos de Desarrollo Sostenible*” OR “*ODS*” OR “*Objetivos Desarrollo Sostenible*” OR “*Agenda 2030*”, que reúne las principales palabras clave que hacen referencia el objeto de estudio de esta investigación y, además, ha sido utilizadas anteriormente en estudios similares (**Janoušková et al.**, 2019; **López-Carrión**; **Martí-Sánchez**, 2023). Se seleccionaron únicamente los contenidos que contuvieran alguno de estos términos en el titular y el primer párrafo, pues ambos contienen y condensan la esencia informativa de los textos periodísticos (**Iranzo**; **Latorre-Lázaro**, 2019).

En esta etapa del proceso, se encontraron dos obstáculos o limitaciones que se resolvieron como se describe a

continuación. En primer lugar, el diario *El Español* no estaba en *Factiva* durante 2015 y 2016, por lo que se realizó la búsqueda booleana de esta cabecera, y únicamente para estos dos años, en la hemeroteca digital de prensa española *MyNews*. Al igual que *Factiva*, esta herramienta también permite restringir la búsqueda de palabras clave al titular y primer párrafo. En segundo lugar, se observó que, desde 2020, el diario *El País* introdujo en el primer párrafo de todas las noticias publicadas en su sección ‘Planeta Futuro’ una nota a los lectores que citaba el término ‘Agenda 2030’, circunstancia que alteraba significativamente los resultados de este medio, tanto en volumen de contenidos como en temáticas que diferían de los ODS y la Agenda 2030. Se resolvió reformulando la búsqueda booleana citada anteriormente, para estos años y este periódico, añadiendo un operador para excluir el texto completo de este aviso¹, de modo que se conservaban los resultados que citaban la Agenda 2030 en el titular o primer párrafo, pero no estaban incluidos dentro de dicha nota.

3.2. Análisis Estadístico

Además de poder acceder a grandes volúmenes de noticias clasificados por fecha de publicación, la plataforma *Factiva* incluye datos sobre menciones a empresas, entidades, industrias, regiones y temáticas, una función con la que se ha dado respuesta a varios objetivos específicos de la investigación. Para ello, se ha elaborado un análisis estadístico de cada categoría.

El criterio general para definir los registros que se han incluido en las tablas de datos de los diferentes análisis estadísticos, ha sido que la frecuencia de menciones de cada unidad de registro haya sido superior al 1%. En algunos casos en los que no se alcanzaba este porcentaje, se han incluido las tres principales unidades de registro de cada diario. En la categoría ‘temas’, teniendo en cuenta la elevada magnitud de registros, se han seleccionado las unidades de registro con una frecuencia superior al 5%.

3.3. Análisis Semántico

El análisis del corpus lingüístico se ha abordado mediante *T-LAB 2022* (versión 8.1.2.5). Se trata de un programa informático desarrollado por el psicólogo Franco Lancia que utiliza análisis automáticos que permiten extraer patrones basados en palabras y temas significativos (Lancia, 2012).

Durante el proceso de importación, la herramienta realiza los tratamientos siguientes: normalización del corpus, detección de multi-palabras y palabras vacías, segmentación en contextos elementales, lematización automática y selección de palabras clave. Para adecuar el corpus a este análisis, se ha aplicado el proceso de lematización manual para agrupar, renombrar y eliminar lemas. Por ejemplo, en el caso de esta investigación, los términos ‘ONU’ y ‘Naciones’ se han agrupado bajo un mismo lema que ha sido ONU.

T-LAB emplea dos tipos de información: los contextos elementales -partes del corpus lingüístico que coinciden con una o varias frases- y las unidades lexicales, que son registros referidos a etiquetas clasificadas, según diccionarios personalizados, categorías semánticas o criterios lingüísticos. Todas las que se muestran están situadas en el primer decil. Dadas las dimensiones diferentes de cada corpus, el programa presenta un umbral mínimo de frecuencia, que garantiza la fiabilidad de los datos estadísticos. Para este trabajo se han aplicado el análisis de asociaciones de palabras centradas en el lema objeto de estudio.

4. Resultados

4.1. Cobertura General por Medios

La búsqueda de los términos clave relacionados con los ODS y la Agenda 2030 en los periódicos digitales españoles con más audiencia, entre 2015 y 2022 muestra un total de 2413 contenidos que incluyen estos términos en su titular y/o primer párrafo. En el Gráfico 1 se puede observar la evolución anual de apariciones, pasando de las 59 del año en el que se promulgó la iniciativa hasta las 770 de 2022, habiendo aumentado un 1205,08% durante los ocho años de análisis. Dentro de esta tendencia siempre ascendente, el periodo 2019-2021 destaca por escalar de forma significativa el interés la prensa por este tema.

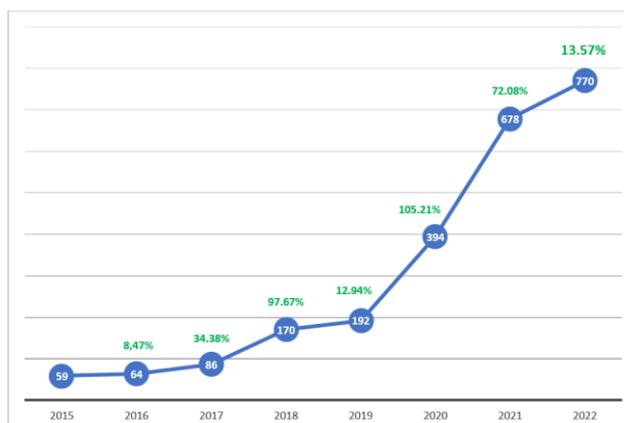


Gráfico 1: Evolución Anual de los Contenidos que Conforman el Corpus.

Fuente: Elaborado a partir de datos proporcionados por Factiva

Con respecto a la frecuencia, la Tabla 1 muestra la cantidad de contenidos publicados por cada cabecera. El formato condicional de cada celda muestra en rojo las cifras más bajas, muy frecuentes entre 2015 y 2019 en la mayoría de medios (con excepción de *El País* a lo largo de este lustro, y *ABC* a partir de 2018), y en verde las cifras más altas, observándose en 2021 y 2022 en *ABC* y *El Español*. Además, también es destacable que la mayoría registra una cobertura irregular sobre los ODS y la Agenda 2030, es decir, publicaron menos contenidos antes del año 2020 e incrementó la difusión a partir de entonces, *El País* ha ofrecido una cobertura más regular y constante, además de ser el diario que más noticias ha publicado durante los primeros años de su aplicación. También, *El Español* destaca por ser la cabecera que más noticias ha publicado sobre el objeto de estudio en un solo año (297, en 2022).

El periodo 2019-2021 destaca por escalar de forma significativa el interés la prensa por este tema

Tabla 1: Evolución Anual de los Contenidos en cada Periódico Digital.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL
20minutos	1	0	0	3	1	55	47	23	130
ABC	0	12	8	34	66	123	209	250	702
El Confidencial	0	0	0	6	11	31	40	40	128
EL ESPAÑOL	0	0	0	3	6	26	212	297	544
EL MUNDO	1	4	8	10	18	37	64	47	189
EL PAÍS	41	47	67	108	78	68	48	57	514
LA VANGUARDIA	16	1	3	6	12	54	58	56	206
	59	64	86	170	192	394	678	770	2413

Finalmente, el Gráfico 2 muestra el porcentaje de contenidos publicados sobre los ODS y la Agenda 2030 por cada diario digital. La cobertura de *ABC* y *El Español* supone más de la mitad del total, con 702 y 544 noticias, respectivamente, seguidos por el diario *El País*, que se sitúa en la tercera posición, con 514 contenidos. El 27% de la cobertura restante se reparte entre cuatro cabeceras, en el siguiente orden: *La Vanguardia* (206 contenidos), *El Mundo* (189), *20 Minutos* (130) y *El Confidencial* (128).

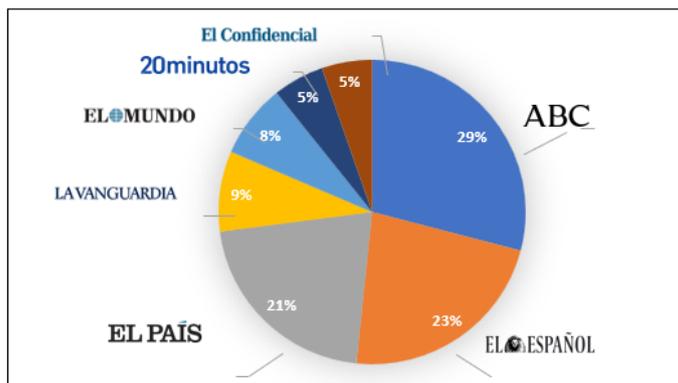


Gráfico 2: Distribución Porcentual de los Contenidos del Corpus.
Fuente: Elaborado a partir de datos proporcionados por *Factiva*

4.2. Cobertura de Entidades, Industrias, Regiones y Temas

En este apartado de la investigación, se realiza un análisis de los principales datos estadísticos de *Factiva* sobre entidades, industrias o sectores, regiones y temáticas que se mencionan en los contenidos sobre los ODS y la Agenda 2030, difundidos en los diarios digitales con más audiencia en España entre 2015 y 2022.

En primer lugar, en la Tabla 2 se pueden observar las entidades que aparecen más mencionadas en el corpus de la investigación, clasificadas en diferentes colores según si son internacionales, nacionales, regionales o del sector privado. 23 de las 33 pertenecen al ámbito internacional, siendo la ONU - impulsora de los ODS y la Agenda 2030- la entidad con más referencias en todas las cabeceras. *El País* es el diario con mayor porcentaje de menciones a Naciones Unidas (63,81%) mientras que *20 Minutos* cuenta con el más bajo (8,46%).

Otras entidades de ámbito internacional que cuentan con una presencia destacada en el corpus también están vinculadas a la propia ONU, como por ejemplo la Organización Mundial de la Salud (OMS), presente en varios contenidos difundidos por *ABC* y *El Confidencial*; el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), en *ABC* y *El País*; la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en *El Confidencial*; el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, en *El Mundo*; y la propia Asamblea General de las Naciones Unidas, en *El Español*, *El País* y *La Vanguardia*.

Las 10 entidades restantes se reparten en otros ámbitos con un número menor de menciones, como el nacional (5), regional (3) y sector privado (2). Con respecto a las entidades nacionales más referenciadas, la mayoría corresponde a diferentes ministerios del Gobierno de España que citan los diarios *20 Minutos* y *El Confidencial*, como es el caso del de Igualdad, Trabajo y Economía Social, y Sanidad, a los que se suma el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), organismo público que tiene como objetivo principal “el estudio de la sociedad española [...] a través de la realización de encuestas en las que se pregunta a la gente su opinión sobre temas diversos de la actualidad socioeconómica y política” (CIS, 2023).

Sobre las tres entidades regionales más mencionadas por algunos diarios, una corresponde al Consorci de la Zona Franca de Barcelona (entidad que gestiona el polígono industrial de la ciudad catalana y su zona aduanera) y las dos restantes a instituciones de autogobierno de algunas comunidades autónomas españolas, como es el caso de la Junta de Andalucía, por parte de *ABC*, y la Generalitat Valenciana, en *El Mundo*. Finalmente, y aunque no cuenta con un número alto de menciones, el banco BBVA aparece como única entidad privada de la Tabla 2 por las referencias que aparecen en algunos contenidos difundidos por *El Mundo* y *La Vanguardia* entre 2015 y 2022.

Tabla 2: Entidades más Mencionadas en el Corpus.

MEDIO	ENTIDAD	NÚMERO DE CONTENIDOS	PORCENTAJE
20minutos	Organización de las Naciones Unidas (ONU)	11	8,46
	Ministerio de Trabajo y Economía Social	6	4,62
	Ministerio de Igualdad	4	3,08
ABC	Organización de las Naciones Unidas (ONU)	78	11,11
	Unión Europea (UE)	27	3,85
	Junta de Andalucía	15	2,14
	Organización Mundial de la Salud (OMS)	11	1,57
	Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)	8	1,14
El Confidencial	Organización de las Naciones Unidas (ONU)	19	14,84
	Unión Europea (UE)	8	6,25
	Ministerio de Sanidad	3	2,34
	Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)	2	1,56
	Ministerio de Trabajo y Economía Social	2	1,56
	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)	2	1,56
EL ESPAÑOL	Organización de las Naciones Unidas (ONU)	68	12,50
	Unión Europea (UE)	14	2,57
	Asamblea General de las Naciones Unidas	6	1,10
EL MUNDO	Organización de las Naciones Unidas (ONU)	39	20,63
	Unión Europea (UE)	13	6,88
	Pacto Mundial de Naciones Unidas	3	1,59
	Generalitat Valenciana	3	1,59
	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria SA (BBVA)	2	1,06
EL PAÍS	Comisión Europea	2	1,06
	Organización de las Naciones Unidas (ONU)	328	63,81
	Asamblea General de las Naciones Unidas	32	6,23
	Unión Europea (UE)	16	3,11
	Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)	10	1,95
LA VANGUARDIA	Organización de las Naciones Unidas (ONU)	49	23,79
	Unión Europea (UE)	8	3,88
	Asamblea General de las Naciones Unidas	8	3,88
	Consorci de la Zona Franca de Barcelona	7	3,40
	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria SA (BBVA)	3	1,46

En lo que respecta a la cobertura de industrias y sectores productivos, la Tabla 3 recoge aquellas que cuentan con más menciones en el corpus, diferenciando por colores aquellas que son referidas por varios periódicos digitales. A nivel general, por un lado, cabe destacar que ninguna industria o sector llega a alcanzar el 5% de menciones, siendo las tres principales la de servicios de agua, en *ABC* y *El Mundo* (con un 4,84% y 4,76, respectivamente), la generación de energías renovables, en *El Confidencial* (4,69%), y la de servicios financieros, en *La Vanguardia* (4,37%).

Por otro lado, al analizar las industrias y sectores que aparecen mencionados en más cabeceras, los más frecuentes figuran en cinco de las siete analizados y son la agricultura y la de servicios del agua. Seguidamente, en cuatro diarios aparece el sector bancario, mientras que en tres cabeceras aparece la generación de energía eléctrica, la banca comercial y la generación de energías renovables.

Seguidamente, en la Tabla 4 se pueden observar las regiones más mencionadas en los contenidos que conforman el corpus. En todos los diarios, España es el país con mayor porcentaje de menciones, pese a que en algunas cabeceras

es más dominante que en otras. Por ejemplo, en determinados periódicos es muy elevado (por encima del 90%), como *ABC* o *El Confidencial*, mientras que en otros es bastante más reducido, como *El Español* (58,82%) o *El País* (41,05%).

Tabla 3: Industrias o Sectores más Mencionadas en el Corpus.

MEDIO	INDUSTRIA/SECTOR	NÚMERO DE CONTENIDOS	PORCENTAJE
20minutos	Agricultura	4	3,08
	Inmobiliario	4	3,08
	Ganadería	2	1,54
	Distribución de energía eléctrica	2	1,54
	Arquitectura	2	1,54
	Servicios y transacciones inmobiliarias	2	1,54
ABC	Servicios de agua	34	4,84
	Hotelera	16	2,28
	Agricultura	12	1,71
	Generación de energía eléctrica	9	1,28
	Inmobiliario	7	1,00
El Confidencial	Generación de energías renovables	6	4,69
	Agricultura	3	2,34
	Generación de energía eléctrica	3	2,34
	Servicios de agua	3	2,34
	Banca Comercial	3	2,34
	Cultivo de guisantes y judías	2	1,56
	Vehículos de combustible alternativo	2	1,56
	Banca	2	1,56
EL ESPAÑOL	Agricultura	10	1,84
	Servicios de agua	10	1,84
	Ganadería	6	1,10
EL MUNDO	Servicios de agua	9	4,76
	Distribución de energía eléctrica	3	1,59
	Construcción civil	3	1,59
	Banca	3	1,59
	Banca Comercial	3	1,59
	Energía	2	1,06
	Operaciones portuarias	2	1,06
EL PAÍS	Generación de Energías Renovables	4	0,78
	Servicios de agua	3	0,58
	Banca	3	0,58
LA VANGUARDIA	Servicios financieros	9	4,37
	Servicios de agua	8	3,88
	Banca	7	3,40
	Agricultura	4	1,94
	Servicios de electricidad y gas	3	1,46
	Generación de energía eléctrica	3	1,46
	Generación de Energías Renovables	3	1,46
	Servicios de telecomunicaciones	3	1,46
	Banca Comercial	3	1,46
	Seguros	3	1,46
	Productos de alimentación	3	1,46
Servicios	3	1,46	

En cuanto a otros países que se mencionan en los contenidos, aunque con bastante diferencia con respecto a España, el más repetido es Estados Unidos, que aparece en todas las cabeceras analizadas salvo en *ABC*. Destaca, también, la presencia de varias comunidades autónomas españolas en todos los diarios. En este caso, *El Mundo* es quien más regiones españolas menciona (cita a 14, situándose con mayor porcentaje de menciones las más pobladas del país, como la Comunitat Valenciana, la Comunidad de Madrid, Andalucía, Cataluña o el País Vasco), mientras que *El País* y *La Vanguardia* los que menos (en ambos casos, los territorios que más citan también son los más poblados: Andalucía, Cataluña, la Comunitat Valenciana y la Comunidad de Madrid). Otras regiones internacionales mencionadas en el corpus son el estado de Nueva York (en *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia*) y Escocia (en *El Español*).

Desde el punto de vista de las ciudades, a nivel nacional los medios analizados apuestan por citar las más pobladas, como es el caso de Madrid (la capital del país se menciona con frecuencia en *20 Minutos*, *ABC*, *El Español*, *El Mundo* y *La Vanguardia*) y Barcelona (en todas las cabeceras analizadas, con excepción de *20 Minutos*). A nivel internacional, otras ciudades extranjeras que citan algunos medios españoles son Glasgow (en *El Español*, llegando incluso a superar en menciones a Madrid y Barcelona) y Nueva York (en *El Mundo* y *El País*).

Tabla 4: Regiones más Mencionadas en el Corpus.

MEDIO	REGIÓN	NÚMERO DE CONTENIDOS	PORCENTAJE
20minutos	España	112	86,15
	Comunidad de Madrid	7	5,38
	Andalucía	6	4,62
	Catalunya	4	3,08
	Castilla y León	3	2,31
	Ucrania	3	2,31
	Galicia	2	1,54
	Madrid	2	1,54
	Marruecos	2	1,54
	Estados Unidos	2	1,54
ABC	España	655	93,30
	Comunitat Valenciana	67	9,54
	Andalucía	62	8,83
	Castilla y León	28	3,99
	Catalunya	25	3,56
	Castilla-La Mancha	22	3,13
	Madrid	22	3,13
	Comunidad de Madrid	21	2,99
	Barcelona	10	1,42
	Unión Europea	9	1,28
País Vasco	8	1,14	
El Confidencial	España	116	90,63
	Catalunya	6	4,69
	Comunidad de Madrid	6	4,69
	Unión Europea	3	2,34
	Estados Unidos	3	2,34
	Andalucía	2	1,56
	Barcelona	2	1,56
	Castilla y León	2	1,56
	Galicia	2	1,56
	Marruecos	2	1,56
EL ESPAÑOL	España	320	58,82
	Castilla y León	41	7,54
	Castilla-La Mancha	24	4,41
	Andalucía	22	4,04
	Comunidad de Madrid	21	3,86
	Glasgow	13	2,39
	Madrid	12	2,21
	Reino Unido	12	2,21
	Unión Europea	11	2,02
	Estados Unidos	11	2,02
	Catalunya	9	1,65
	Región de Murcia	9	1,65
	Escocia	7	1,29
	Comunitat Valenciana	7	1,29
	Barcelona	6	1,10
	Venezuela	6	1,10
EL MUNDO	España	151	79,89
	Comunitat Valenciana	36	19,05
	Comunidad de Madrid	20	10,58
	Andalucía	14	7,41
	Catalunya	14	7,41
	País Vasco	13	6,88
	Madrid	12	6,35
	Unión Europea	6	3,17
	Estados Unidos	6	3,17
	Castilla y León	5	2,65
	Extremadura	5	2,65
	Islas Baleares	4	2,12
	China	4	2,12
	Galicia	4	2,12
	Rusia	4	2,12
	Barcelona	3	1,59
	Castilla-La Mancha	3	1,59

	Chile	3	1,59
	Alemania	3	1,59
	África	2	1,06
	Aragón	2	1,06
	Argentina	2	1,06
	Islas Canarias	2	1,06
	Cantabria	2	1,06
	Europa	2	1,06
	Navarra	2	1,06
	Nigeria	2	1,06
	Nueva York-ciudad	2	1,06
	Nueva York-estado	2	1,06
EL PAÍS	España	211	41,05
	América Latina	25	4,86
	África	24	4,67
	Estados Unidos	16	3,11
	Andalucía	15	2,92
	Catalunya	15	2,92
	Comunidad de Madrid	14	2,72
	Europa	12	2,33
	Comunitat Valenciana	10	1,95
	Nueva York-ciudad	9	1,75
	Nueva York-estado	9	1,75
	Barcelona	8	1,56
	México	7	1,36
	China	6	1,17
LA VANGUARDIA	España	147	71,36
	Catalunya	28	13,59
	Barcelona	23	11,17
	Comunidad de Madrid	9	4,37
	Comunitat Valenciana	9	4,37
	Estados Unidos	8	3,88
	Madrid	7	3,40
	Unión Europea	5	2,43
	Andalucía	4	1,94
	Comunitat Valenciana	4	1,94
	Perú	4	1,94
	Bolivia	3	1,46
	México	3	1,46
	Nueva York-estado	3	1,46

En la Tabla 4, además, también se puede observar que algunos periódicos españoles hacen referencia en sus contenidos a diversos continentes o asociaciones de países, como es el caso de la Unión Europea. Precisamente, la comunidad económica y política europea se menciona frecuentemente en cinco de las siete cabeceras analizadas, concretamente en *ABC*, *El Confidencial*, *El Español*, *El Mundo* y *La Vanguardia*. En el caso de los continentes o grandes territorios más mencionados, *El Mundo* incluye varias referencias a África y Europa; *El País*, por este orden, a América Latina, África y Europa; y *La Vanguardia*, a América Latina.

Finalmente, en la Tabla 5 se recogen los temas más mencionados, diferenciando por colores aquellos que son citados por varios diarios digitales. El asunto más popular relacionado con los ODS y la Agenda 2030 son las políticas nacionales en cinco cabeceras que, ordenadas de mayor a menor porcentaje, son *20 Minutos* (46,15%), *El Confidencial* (35,94%), *La Vanguardia* (32,52%), *El Mundo* (30,69%) y *ABC* (19,80%). En las dos cabeceras restantes, esta temática cuenta con un porcentaje menor de menciones, concretamente un 11,21% en *El Español* y un 10,89% en *El País*.

En el caso de *El Español*, este periódico da preferencia a los contenidos centrados en el desarrollo sostenible o sostenibilidad (17,46%), una temática que también es la principal para *El País* (14,59%) y que diarios como *ABC*, *El Confidencial*, *El Mundo* y *La Vanguardia* sitúan entre los asuntos con mayor cobertura, aunque no el principal puesto que dan prioridad a los contenidos sobre políticas nacionales, tal y como se ha analizado anteriormente.

Los contenidos relacionados con el poder ejecutivo, pese a no ser la temática principal de los medios analizados, sí que es la que está presente en la mayor parte de estos (la única excepción es *El País*), contando incluso con porcentajes considerables de cobertura, por ejemplo, en *20 Minutos* (35,38%) o *El Confidencial* (22,66%). Otro de los temas que destacan seis de las siete cabeceras son los entornos naturales, cuestión relacionada con la dimensión ambiental de la sostenibilidad. En este caso, aparece reflejado como relevante para todos los periódicos salvo *20 Minutos*.

También, asuntos como el cambio climático o las políticas regionales cuentan con una relevancia destacada para los principales diarios digitales españoles, vinculándose con los ODS y la Agenda 2030. Ambos temas tienen una posición

destacada en cuatro cabeceras, concretamente en *El Confidencial*, *El Español*, *El Mundo* y *La Vanguardia*, en el caso de la temática relacionada con los cambios a largo plazo de las temperaturas y los patrones climáticos; y en *ABC*, *El Confidencial*, *El Mundo* y *La Vanguardia*, en el caso de las políticas de ámbito regional.

El impacto del COVID-19 también aparece reflejado en los contenidos que algunos medios han difundido en los últimos años vinculados al plan de acción de Naciones Unidas. Así, cuestiones sobre brotes epidémicos aparecen entre los principales asuntos tratados por *20 Minutos* (13,08%), *La Vanguardia* (5,83%) y *El Mundo* (5,29%), y la temática específica del coronavirus aparece entre las más relevantes de *20 Minutos* (10%) y *El Mundo* (5,82%).

Por último, también cabe destacar los contenidos sobre reglamentación y políticas gubernamentales vinculados con la iniciativa de la ONU a favor de las personas y el planeta también se encuentran entre los principales temas para medios como *20 Minutos* y *ABC*, aunque con porcentajes algo menores que la mayoría de las cuestiones citadas anteriormente (un 5,38% y 5,27%, respectivamente).

Tabla 5: Temas más Mencionados en el Corpus.

MEDIO	TEMA	NÚMERO DE CONTENIDOS	PORCENTAJE
20minutos	Políticas nacionales	60	46,15
	Poder ejecutivo	46	35,38
	Brotos epidémicos	17	13,08
	COVID-19	13	10,00
	Presupuestos públicos/ fiscalidad	9	6,92
	Salud	9	6,92
	Asuntos laborales	8	6,15
	Reglamentación/Política Gubernamental	7	5,38
	Derechos de los animales	7	5,38
	Ministerio de Trabajo	7	5,38
ABC	Políticas nacionales	139	19,80
	Desarrollo Sostenible/Sostenibilidad	126	17,95
	Poder ejecutivo	97	13,82
	Entornos naturales	72	10,26
	Bienestar/Servicios Sociales	41	5,84
	Educación	40	5,70
	Reglamentación/Política Gubernamental	37	5,27
El Confidencial	Políticas nacionales	46	35,94
	Poder ejecutivo	29	22,66
	Desarrollo Sostenible/Sostenibilidad	20	15,63
	Entornos naturales	13	10,16
	Cambio climático	9	7,03
	Políticas regionales	8	6,25
EL ESPAÑOL	Desarrollo Sostenible/Sostenibilidad	95	17,46
	Entornos naturales	72	13,24
	Políticas nacionales	61	11,21
	Cambio climático	54	9,93
	Poder ejecutivo	30	5,51
EL MUNDO	Políticas nacionales	58	30,69
	Desarrollo Sostenible/Sostenibilidad	38	20,11
	Entornos naturales	33	17,46
	Poder ejecutivo	31	16,40
	Comentarios/Opiniones	15	7,94
	Cambio climático	13	6,88
	Políticas regionales	12	6,35
	COVID-19	11	5,82
EL PAÍS	Brotos epidémicos	10	5,29
	Desarrollo Sostenible/Sostenibilidad	75	14,59
	Políticas nacionales	56	10,89
	Noticias de portada	53	10,31
LA VANGUARDIA	Entornos naturales	28	5,45
	Políticas nacionales	67	32,52
	Desarrollo Sostenible/Sostenibilidad	53	25,73
	Poder ejecutivo	41	19,90
	Entornos naturales	29	14,08
	Cambio climático	21	10,19
	Brotos epidémicos	12	5,83
	Política/Relaciones internacionales	12	5,83
Políticas regionales	11	5,34	

4.3. Análisis Lingüístico Computerizado

Los 2413 contenidos del corpus se han separado por cabeceras y volcado en *T-LAB* para aplicar el correspondiente análisis lingüístico computerizado de los textos completos. La Tabla 6 recoge los resultados automatizados y en la última columna se incluye el resultado después de aplicar la configuración manual y, por lo tanto, la base final de lemas con la que se ha trabajado en el análisis.

Tabla 6: Características Cuantitativas de los Corpus y Detalle de Categorías Analizadas

Medio	Contextos	Palabras	Lemas	Ocurrencias	Umbral	Configuración Automática De Lemas Proporcionados Por <i>T-Lab</i>	Configuración Manual
20minutos	1350	7737	5286	62140	9	740	709
ABC	7524	23546	15626	355513	10	2836	2770
El Confidencial	1974	11473	7936	93187	10	1027	997
EL ESPAÑOL	7779	24323	15825	336527	10	2708	2570
EL MUNDO	2234	12655	8843	104562	10	1138	1107
EL PAÍS	8955	25022	16134	424132	10	2876	2815
LA VANGUARDIA	3141	14259	9682	143523	10	1415	1381

Contextos elementales: cada secuencia de palabras interrumpida por el punto y aparte.
Palabras: la transcripción de las unidades lexicales (palabras individuales, *lexias* o multi-palabras) como "cadenas" reconocidas por el software.
Lemas: conjunto de palabras con la misma raíz lexical.
Ocurrencias: son las cantidades que resultan del cómputo de cuántas veces (frecuencias) cada unidad lexical (LU, lexical unit) se repite dentro del corpus o dentro las unidades de contexto (CU, *context units*).
Umbral: Durante el procesamiento preliminar de datos *T-LAB* calcula un umbral mínimo de frecuencia para seleccionar las palabras (o los lemas) que serán introducidas en los análisis del menú Configuración Automática y, en particular, para construir la lista de palabras clave.
Configuración automática de lemas proporcionados por T-LAB: incluye hasta 3000 unidades lexicales pertenecientes a las categorías gramaticales que son más densas de significado: nombres, verbos, adjetivos y adverbios. *T-LAB* selecciona las unidades lexicales con los valores más altos de ocurrencia.
Configuración manual: lematización después de agrupar, renombrar y eliminar lemas.

Fuente: Elaborado a partir de datos proporcionados por *T-LAB*

Asimismo, al contrastar los datos del análisis estadístico realizado mediante *Factiva* del apartado 4.2 referentes a la frecuencia de publicación, con la configuración automática de lemas proporcionados por *T-LAB*, se ha obtenido un porcentaje de extensión de los diferentes contenidos difundidos sobre los ODS y la Agenda 2030, que se muestra en la Tabla 7. Este dato permite identificar los casos en los que el nivel de profundidad con el que se ha tratado el tema por parte de cada medio ha sido alto, contrastando dos variables: el número de piezas publicadas con la cantidad de lemas que muestra automáticamente análisis lingüístico computerizado. A mayor cifra de lemas, mayor longitud del texto periodístico. De ahí se infiere que el tratamiento haya sido más detallado.

Los resultados revelan que *ABC* ha sido el medio que más cantidad de contenidos ha publicado (702), pero con extensión breve (medidos por el número de lemas: 740, lo que da un porcentaje de 4,04%). En la parte opuesta se sitúa *El Confidencial*, que ha sido la cabecera que ha publicado menos contenidos (128) pero con la longitud más elevada, lo que se traduce en una mayor explicación y profundización de los mismos (8,02%).

Tabla 7: Extensión de los contenidos Periodísticos por Cada Medio.

Medio	Número De Contenidos Encontrados En Factiva	Configuración Automática De Lemas Proporcionados por <i>T-Lab</i>	Porcentaje de Extensión
20minutos	130	740	5,69%
ABC	702	2836	4,04%
El Confidencial	128	1027	8,02%
EL ESPAÑOL	544	2708	4,98%
EL MUNDO	189	1138	6,02%
EL PAÍS	514	2876	5,60%
LA VANGUARDIA	206	1415	6,87%
	2413	12740	5,28%

Fuente: Elaborado a partir de datos proporcionados por *Factiva* y *T-LAB*

En cuanto a los resultados del análisis asociativo, cuyos datos completos se muestran en el Anexo I, los diagramas radiales que se presentan en el Gráfico 3 ofrecen una visión general de los lemas más significativos del discurso de cada periódico. En el centro de cada radial, 'ODS_Agenda2030' (objeto de la investigación) y, alrededor, los que aparecen con un mayor número de ocurrencias (test χ^2 estadísticamente significativo, $p < 0,05$). Los lemas que presentan las ocurrencias más altas son los más próximos (a un lado y otro) y a una distancia proporcional al grado de asociación. Como se observa, el lema central presenta un alto coeficiente de coseno en relación con el lema 'cumplimiento'. También son significativos los términos 'ONU', 'gobierno', 'políticas' y 'compromiso'.

En primer lugar, en algunos diarios digitales se vinculan de manera específica algunos conceptos que tienen un nexo claro con el objeto de estudio de esta investigación. Son, por ejemplo, 'metas', presente en las siete cabeceras analizadas; 'hoja de ruta', en *ABC*; 'ODM', en *El País*; y 'sostenibilidad', que aparece reflejada en los contenidos de *ABC*, *El Español* y *La Vanguardia*.

Precisamente, con respecto a las diferentes dimensiones de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible que se han citado

en análisis anteriores, se observan muy pocos términos relacionados con la ecológica medioambiental. Tan solo *ABC* y *El Mundo* citan algunos con un número más reducido de ocurrencias, como ‘clima’, en ambos casos, y ‘saneamiento’, presente en el segundo diario. En cambio, las otras dos dimensiones cuentan con más protagonismo en los contenidos informativos difundidos por varias cabeceras.

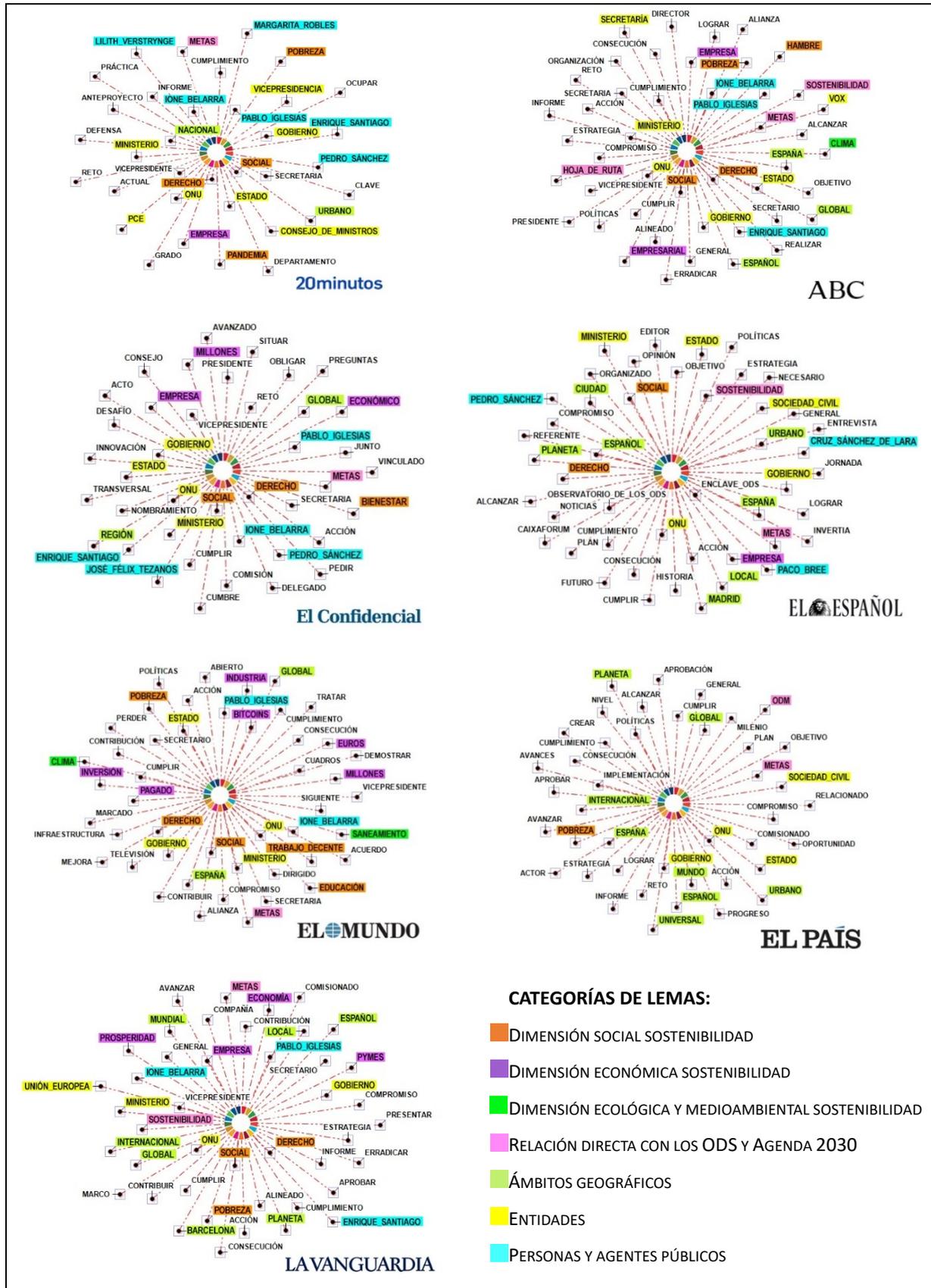


Gráfico 3: Comparativa de Ocurrencias de los Corpus de cada Cabecera y Categorías de Lemas.

Fuente: Elaborado a partir de datos proporcionados por T-LAB

Con respecto a la dimensión económica, tiene una mayor cobertura en *20 Minutos* (aparece la palabra 'empresa'), *ABC* (con 'empresa' y 'empresarial'), *El Confidencial* (con 'empresa', 'económico' y 'millones'), *El Mundo* (con 'bitcoins', 'euros', 'industria', 'inversión', 'millones' y 'pagado') y *La Vanguardia* (con 'economía', 'empresa', 'prosperidad' y 'pymes').

La dimensión social, por su parte, es la que cuenta con más protagonismo, apareciendo en prácticamente todas las cabeceras analizadas y, además, con altas ocurrencias en sus términos. *20 Minutos* y *ABC* cuentan, cada una, con cuatro palabras clave ('social', 'derecho', 'pobreza' y 'pandemia' en el caso de la primera, y 'social', 'derecho', 'pobreza' y 'hambre' en el caso de la segunda), mientras que el resto de periódicos también cita alguno de estos términos, además de otros relacionados, como 'bienestar' en *El Confidencial*, o 'trabajo decente' y 'educación' en *El Mundo*. Precisamente, esta última cabecera es la que más lemas menciona relacionados con esta vertiente.

La dimensión social, por su parte, es la que cuenta con más protagonismo, apareciendo en prácticamente todas las cabeceras analizadas y, además, con altas ocurrencias en sus términos

Además, cabe destacar que la social es la única dimensión de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible que cuenta con presencia en el discurso de todas las cabeceras analizadas, y que *ABC* y *El Mundo* son los únicos diarios que cuentan con términos de las tres vertientes. En el caso de *El Mundo*, además, es el que suma más léxicos relacionados con estos ámbitos: seis del aspecto económico, cinco del social y dos del ecológico medioambiental. Por el contrario, en el corpus de *El País* solo aparece reflejado el término 'pobreza' relacionado con el ámbito social.

En el Gráfico 3 también se observan las principales entidades relacionadas con los ODS y la Agenda 2030, con un protagonismo de la 'ONU' que aparece en el diagrama radial de todas las cabeceras. Asimismo, destacan por su proximidad 'Estado', 'Gobierno' o 'Ministerio'. Con menos protagonismo, también aparece 'sociedad civil' (en *El Español* y *El País*) o 'Unión Europea' (solo en *La Vanguardia*). En *El Español*, sin que lleguen a ser entidades como tal, destacan por su elevado número de ocurrencias, por delante de cualquier tipo de entidad o personalidad, las iniciativas 'Enclave ODS' y 'Observatorio de los ODS', con las que este periódico contextualiza buena parte de sus contenidos sobre el plan de la ONU.

En cuanto a partidos políticos, únicamente se mencionan dos con un número bajo de ocurrencias: en *20 Minutos* se cita en varios contenidos al Partido Comunista de España (PCE) en relación con los ODS y la Agenda 2030, mientras que *ABC* hace lo propio con Vox. Con respecto a personas y agentes públicos, los más mencionados en la mayoría de los periódicos corresponden a miembros del partido Unidas Podemos que han tenido diversas responsabilidades gubernamentales a lo largo del periodo de análisis (2015-2022), como es el caso de 'Pablo Iglesias', 'Ione Belarra', 'Lilith Verstryngne' o 'Enrique Santiago'. Los dos primeros han estado al frente del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, y los otros dos al frente de la Secretaría de Estado para la Agenda 2030.

Otros actores políticos cuentan con un número menor de menciones, y también de ocurrencias, como es el caso de 'Pedro Sánchez', actual presidente del Gobierno de España y líder del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), que aparece en los diagramas radiales de *20 Minutos* y *El Confidencial*; o de 'Margarita Robles', ministra de Defensa, únicamente en *20 Minutos*. Cabe subrayar también que *El País* se aleja de esta tendencia y es el único caso del análisis en el que no aparece mención alguna a personas o agentes públicos. De manera opuesta, *20 Minutos* es la publicación que más personalidades públicas cita (seis). También, al no ser líderes políticos como tal, cabe señalar las referencias que *El Español* realiza a su vicepresidenta 'Cruz Sánchez de Lara' o a su columnista 'Paco Bree', y la que aparece en el corpus de *El Confidencial*: el presidente del CIS, 'José Félix Tezanos'.

Finalmente, con respecto a los diferentes ámbitos geográficos con los que cada diario digital relaciona los contenidos que difunde sobre los objetivos y metas de Naciones Unidas, de nuevo se observa que cada cabecera sigue una estrategia diferente. *El País* es el diario que más lemas hace referencia de esta categoría (ocho), con un protagonismo mayor de los internacionales ('universal', 'global', 'planeta', 'mundo' y el propio 'internacional'). *La Vanguardia* cuenta con siete referencias siendo la mayoría de estas internacionales ('mundial', 'internacional', 'global' y 'planeta'). En el caso de *El Español*, también cuenta con los mismos lemas, aunque pone más el foco en cuestiones locales ('ciudad', 'urbano', 'local' y 'Madrid'). Otras cabeceras, en cambio, dan menos relevancia en sus contenidos a los diferentes ámbitos, como es el caso de *20 Minutos*, *ABC*, *El Confidencial* y *El Mundo*, con solo dos referencias territoriales por cada diario.

5. Discusión y Conclusiones

Los resultados de esta investigación definen las principales características del discurso de los diarios digitales españoles con más audiencia sobre los ODS y la Agenda 2030 entre 2015 y 2022. Como principal conclusión, dejan patente que éste no es uniforme, tanto por la cobertura proporcionada a este asunto, como por las diferentes temáticas que se vinculan con el objeto de estudio en los contenidos difundidos por cada cabecera.

En relación con el OE1, el análisis del número de noticias publicadas permite comprobar que la cobertura sobre el plan de acción de la ONU no ha hecho más que crecer, concretamente un 1205,08% durante ocho años, destacando de forma reseñable el periodo 2019-2021. La mayoría de cabeceras incluyó un mayor volumen de contenidos a partir del año 2020

con excepción de *El País*. Este diario, pese a que se sitúa como el tercero en cuanto a noticias difundidas tras *ABC* y *El Español*, sí que es el que ha ofrecido contenidos de forma más regular desde el año en el que se impulsaron los objetivos y metas. Por lo tanto, se ha producido un interés mediático generalizado y progresivo, contribuyendo a mejorar la situación que identificaba **Toro-Peña** (2020) sobre que la Agenda 2030 daba escasa importancia a los procesos de difusión.

En lo referente al estudio del nivel de presencia de las tres dimensiones de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible que se propone en el OE2, los resultados muestran un protagonismo diferencial de la social pese a que **Bebbington y Dillard** (2009) afirman que sus desafíos son más difíciles de comunicar, por lo que no estaría siendo desatendida por la prensa, tal y como afirman **López et al.** (2018) y **CANVAS Estrategias Sostenibles y Data Science Graphext** (2021). También, los datos de este estudio reflejan que *ABC* y *El Mundo* son los únicos diarios cuyos discursos aglutinan las tres vertientes sostenibles, pese a que la ecológica medioambiental cuenta con un protagonismo menor al de la económica y, sobre todo, al de la social, pese a lo importante que es construir una realidad o identidad asociada a la conciencia ecológica (**Díaz-Nosty**, 2009).

De los análisis estadísticos que se han realizado para dar respuesta al OE3 se observa, con respecto a la categoría de entidades, que abundan las internacionales y, de manera destacada, Naciones Unidas y sus organismos especializados en diversos ámbitos (infancia, salud, educación, etc.). Además, a este nivel existe un alto

Con respecto a la categoría de entidades, abundan las internacionales y, de manera destacada, Naciones Unidas y sus organismos especializados en diversos ámbitos (infancia, salud, educación, etc.)

porcentaje de menciones a la Unión Europea. Por su parte, a escala nacional y regional se mencionan ministerios y órganos de gobierno autonómicos. De esta forma, se puede comprobar que el componente institucional está muy presente en el discurso de los diarios digitales españoles sobre los ODS y la Agenda 2030 (**CANVAS Estrategias Sostenibles; Data Science Graphext**, 2021; **López-Carrión; Martí-Sánchez**, 2023) difundiendo contenidos sobre las actividades que realizan las distintas instituciones para impulsar el desarrollo de este plan de acción en sus territorios.

También, con respecto a la categoría de industrias, ninguna destaca por su elevado porcentaje (las tres principales, que son servicios del agua, generación de energías renovables y servicios financieros, no llegan a alcanzar el 5% de menciones), pero las más repetidas en los diarios analizados son la agricultura y los servicios del agua. En lo que se refiere a las regiones más mencionadas, como tendencia general, se observa un protagonismo destacado de España, así como de las comunidades autónomas y ciudades españolas con mayor población del país. En el caso de *El País*, y pese a que España es el territorio más mencionado en este diario, este protagonismo no es tan destacado, y se hace referencia a un buen número de continentes y países del mundo para abordar los ODS y la Agenda 2030, observándose en el discurso de este medio un punto de vista más global.

Sobre los temas más recurrentes en los contenidos difundidos sobre este plan de acción, la mayoría de los periódicos (*20 Minutos*, *ABC*, *El Confidencial*, *El Mundo* y *La Vanguardia*) apuesta por las políticas domésticas como temática principal, mientras que tan solo en dos casos se pone el foco en el desarrollo sostenible o la sostenibilidad (*El Español* y *El País*). Los contenidos relacionados con otras temáticas, como con el poder ejecutivo o los entornos naturales, son los que se repiten la mayoría de cabeceras. También, en cuanto a las noticias relacionadas con la COVID-19, en líneas generales no es uno de los temas más recurrentes, pese a que el inicio de la crisis sanitaria y las sucesivas oleadas de la epidemia coincidan con el periodo en el que más aumentaron las noticias sobre los ODS y la Agenda 2030 (2019-2021). *20 Minutos* ha sido el diario que más ha vinculado el coronavirus con los objetivos y metas de la ONU (aunque no como temática principal), y otros como *El Mundo* y *La Vanguardia* también, aunque en un menor porcentaje.

El último objetivo de los ODS (17) hace referencia la necesidad de establecer alianzas a todos los niveles para lograr los objetivos. En este sentido, y vinculándolo con el OE4, los discursos mediáticos se enfocan en todos los ámbitos geográficos (local, nacional e internacional), aunque cada periódico apuesta por priorizar uno en particular. *El País* y *La Vanguardia* son las cabeceras que más inciden en esa proyección internacional necesaria para conseguir el éxito del plan de la ONU. No obstante, y en línea con las posturas que destacan la importancia de las medidas a escala local para alcanzar los ODS (**Guha; Chakrabarti**, 2019; **Jiménez-Aceituno et al.**, 2020; **Moallemi et al.**, 2020) diarios como *El Español* apuestan por un prisma local para acercar los objetivos y metas a sus lectores. Asimismo, y tal y como refleja el análisis estadístico, España es la región más mencionada por todas las cabeceras. Por lo tanto, se infiere que la prensa española aborda el objeto de estudio destacando su carácter global, pero vinculándolo, en menor o mayor medida, con información de cercanía para sus lectores.

El estudio comparativo propuesto en el OE5, para identificar personas y agentes públicos que aparecen más relacionados con los objetivos impulsados por la ONU, así como a las formaciones políticas o ideologías, revela las escasas menciones de algunos partidos (solo el PCE y Vox) en los discursos mediáticos. En lo que respecta a Vox, pese a que la Agenda 2030 es un tema destacado en su discurso político (**Europa Press**, 2021) y en su discurso social (**Gorostiza-Cerviño; Moreno-Cabanillas**, 2023; **Puchalt-López; López-Trigo-Reig**, 2023), su postura de rechazo no se ha trasladado al discurso mediático. Las personalidades aludidas corresponden, principalmente, a miembros del partido Unidas Podemos que han asumido responsabilidades al frente del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, así como de la Secretaría de Estado para la Agenda 2030; igualmente hay menciones al presidente del Gobierno de España, pero en líneas generales se puede afirmar que no hay una politización del discurso, sino que las alusiones corresponden a un plano más institucional.

La medición de la extensión de las piezas informativas, propuesto en el O6, permite comprobar qué medios se acercan, en su tratamiento informativo del tema objeto de estudio, a las características del *slow journalism* (Peñafiel-Saiz et al., 2022). Los resultados muestran que *El Confidencial*, pese a que es el que menos contenidos ha publicado durante el periodo de estudio, sería en cambio la cabecera que más estaría aplicando la estrategia de profundización en las noticias difundidas sobre la hoja de ruta internacional, especialmente por el formato largo, “que permite lectura pausada, que *engancha* a la audiencia, para poder desarrollar y explicar contenidos” (Corral-Velázquez et al., 2022). Teniendo en cuenta que *ABC* es el que más contenidos ha difundido, pero el que cuenta con menor porcentaje de extensión, se concluye que la mayor cobertura a los ODS y la Agenda 2030 no está directamente relacionada con el nivel de profundización de los contenidos difundidos sobre este asunto.

La prensa española aborda el objeto de estudio destacando su carácter global, pero vinculándolo, en menor o mayor medida, con información de cercanía para sus lectores

Para finalizar, en la Tabla 8 se recogen de manera resumida las características más distintivas de las diferentes cabeceras analizadas en esta investigación. Tras su revisión se concluye que el discurso de la prensa sobre los ODS y la Agenda 2030 es heterogéneo y, además, que en la actualidad no existe en España un ejemplo que cumpla al 100% los valores del periodismo sostenible que proponen Adjin-Tettey et al. (2021).

Tabla 8: Principales Características del Discurso Sobre los ODS y la Agenda 2030 por Parte de los Diarios Digitales con Mayor Audiencia en España.

Medio	Características Principales Del Discurso
20minutos	<ul style="list-style-type: none"> -Menor porcentaje de menciones a la ONU. -Mayor porcentaje de menciones a la temática principal (políticas nacionales). -Único en el que los entornos naturales no figuran entre sus principales temáticas. -El que más relevancia da a las temáticas relacionadas con brotes epidémicos y coronavirus. - Menciones relevantes del partido político PCE. -El diario en el que más se menciona a personas o agentes públicos.
ABC	<ul style="list-style-type: none"> -Periódico que más piezas periodísticas publica. -Mayor porcentaje de menciones a España. -Porcentaje de extensión de piezas periodísticas más reducido y, por lo tanto, con falta de profundización. -Uno de los dos diarios que menciona las tres dimensiones de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible. -Alusiones específicas al partido político Vox.
El Confidencial	<ul style="list-style-type: none"> -Diario con menos piezas periodísticas publicadas. -Mayor porcentaje de extensión de piezas periodísticas y, por lo tanto, de profundización (<i>slow journalism</i>).
EL ESPAÑOL	<ul style="list-style-type: none"> -Cabecera que más noticias ha publicado en un solo año. -Mayor porcentaje de menciones a la temática de desarrollo sostenible o sostenibilidad. -El que más pone en valor algunas iniciativas propias con las que difunde el objeto de estudio (Enclave ODS, Observatorio de los ODS, etc). -Pone el foco principalmente en el ámbito local.
EL MUNDO	<ul style="list-style-type: none"> -El que más regiones españolas nombra. -Uno de los dos diarios que menciona las tres dimensiones de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible, además de ser el que más lemas menciona de las mismas.
EL PAÍS	<ul style="list-style-type: none"> -Mayor porcentaje de menciones a la ONU. -Menor porcentaje de menciones a España. -El que más continentes del mundo nombra. -Único que no tiene al poder ejecutivo entre las temáticas más relevantes. -El que menos refleja las tres dimensiones de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible en su discurso (solo un lema de la vertiente social). -Único caso en el que no aparecen alusiones a personas o agentes públicos. -El que más tipos de ámbitos geográficos nombra. -El que más menciones realiza de ámbitos internacionales.
LA VANGUARDIA	<ul style="list-style-type: none"> -Única que vincula de manera relevante la Unión Europea, como entidad, con el objeto de estudio.

Pese a que *ABC* y *El Mundo* sí que tienen presentes las tres dimensiones de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible, no se realiza un tratamiento informativo equilibrado puesto que la dimensión ecológica medioambiental tiene una presencia muy escasa, quedando relegada a un segundo plano. Además, estas cabeceras no destacan por la extensión de contenidos, existiendo otras como *El Confidencial* que abordan los objetivos y metas de la ONU con mayor profundidad, contexto y análisis.

Finalmente, tras comparar los resultados de esta investigación con la revisión de bibliografía, se considera que, si las diferentes cabeceras ofrecen un tratamiento informativo equilibrado de las tres dimensiones de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible en sus noticias sobre el objeto de estudio; y se aplican prácticas periodísticas como el *slow journalism* o el periodismo sostenible en estos textos, podría aumentar el conocimiento de la sociedad sobre los ODS y la Agenda 2030, y por ende, la sensibilización sobre su poder transformador.

Nota

Nota a los lectores: EL PAÍS ofrece en abierto la sección Planeta Futuro por su aportación informativa diaria y global sobre la Agenda 2030, la erradicación de la pobreza y la desigualdad, y el progreso de los países en desarrollo. Si quieres apoyar nuestro periodismo, suscríbete aquí.

Agradecimientos

Los autores agradecen los comentarios y *feedback* de Germán Llorca-Abad y Lorena Cano-Orón, así como la traducción de este manuscrito efectuada por Ernesto López-Baeza.

Bibliografía

- Adjin-Tettey, Theodora Dame; Garman, Anthea; Krüger, Franz; Olausson, Ulrika; Berglez, Peter; Tallert, Lars; Berger, Guy; Fritzson, Vilhelm** (2021). "Towards sustainable journalism in sub-Saharan Africa: Policy brief". Sweden: Fojo Media Institute. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn%3Anbn%3Ase%3Ahj%3Adiva-52988>
- Aririguzoh, Stella** (2022). "Communication competencies, culture and SDGs: effective processes to cross-cultural communication". *Humanities and Social Sciences Communications*, v. 9, n. 1, pp. 96. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01109-4>
- Artaraz, Miren** (2002). "Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible". *Ecosistemas*, v. 11, n. 2. <https://www.revistaecosistemas.net/index.php/ecosistemas/article/view/614>
- Bebbington, Jan; Dillard, Jesse** (2009). "Social sustainability: An organizational-level analysis". En: *Understanding the Social Dimension of Sustainability*. Dillard, Jesse; Dujon, Veronica; King, Mary-Claire (Eds.), pp. 157-173. UK: Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203892978-18>
- Boto-Álvarez, Alejandra; García-Fernández, Roberto** (2020). "Implementation of the 2030 agenda sustainable development goals in Spain". *Sustainability*, v. 12, n. 6, pp. 2546. <https://doi.org/10.3390/su12062546>
- Canel, María-José** (2021). "Public Communication and Sustainability in a Post-Truth Era". En: *The Handbook of Communication Rights, Law, and Ethics: Seeking Universality, Equality, Freedom and Dignity*. Corredoira, Loreto; Bel, Ignacio; Cetina, Rodrigo (Eds.), pp. 265-278. USA: John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781119719564.ch22>
- CANVAS Estrategias Sostenibles; Data Science Graphext** (2021). "Agenda 2030 en los medios de comunicación: el rol de los medios en la difusión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Informe anual)". España: Radar CANVAS. https://www.canvasconsultores.com/wp-content/uploads/2021/02/Agenda-2030-en-los-medios_Estudio-CANVAS-Graphext.pdf
- Carrasco-Polaino, Rafael; Piqueiras-Conlledo, Paloma** (2023). "Comunicar los ODS para crear conciencia ciudadana: un análisis de la actividad de la Administración Pública en Twitter". *Revista Mediterránea de Comunicación*, v. 14, n. 2, pp. 69-81. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.24107>
- Cavagnaro, Elena; Curiel, George** (2012). *The Three Levels of Sustainability*. UK: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351277969>
- CIS** (2019). "Estudio nº 3238. Barómetro de enero 2019". https://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3220_3239/3238/es3238mar.pdf
- CIS** (2020). "Estudio nº 3292. Barómetro de septiembre 2020". https://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3280_3299/3292/Es3292mar.pdf
- CIS** (2023). "¿Qué es el CIS?". https://www.cis.es/cis/opencms/ES/8_cis/quienessomos
- Conejero-Paz, Enrique; Segura-Cuenca, María-del-Carmen** (2020). "Gobernanza global y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en España". *3c Empresa: investigación y pensamiento crítico. Edición Especial COVID-19: Empresa, China y Geopolítica*, n. 1, pp. 149-169. <https://doi.org/10.17993/3cemp.2020.edicionespecial1.149-169>
- Corral-Velázquez, Gabriel-Alfonso; Peñafiel-Saiz, Carmen; Gurrutxaga, Guillermo** (2022). "Apuntes para una revisión sistemática sobre el concepto Slow journalism. Estudio internacional 2017-2020 en Argentina, Colombia, España y México". *Signo y Pensamiento*, v. 41. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp41.arsc>
- Cummings, Sarah; Regeer, Barbara; de Haan, Leah; Zweekhorst, Marjolein; Bunders, Joske** (2018). "Critical discourse analysis of perspectives on knowledge and the knowledge society within the Sustainable Development Goals". *Development Policy Review*, v. 36, n. 6, pp. 727-742. <https://doi.org/10.1111/dpr.12296>
- de la Casa, José María Herranz; Caballero, Sara García** (2020). "Comprometidos con los ODS: cómo están comunicando las organizaciones los Objetivos de Desarrollo Sostenible." In: *Los objetivos de desarrollo sostenible desde una perspectiva de derechos humanos, el trabajo social y la comunicación*. pp. 25-54. Tirant lo Blanch.
- Del-Castillo, Carlos** (2021). "Un nuevo medidor de audiencias digitales para ir más allá de acumular visitas". *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, n. 42, pp. 55-64. <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/wp-content/uploads/sites/2/2021/10/55-64-Carlos-del-Castillo.pdf>
- Díaz-Nosty, Bernardo** (2009). "Cambio climático, consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad". *Revista latina de comunicación social*, v. 12, n. 64, pp. 99-119. <https://doi.org/10.4185/10.4185/RLCS-64-2009-808-99-119>

- Easterly, William** (2015). "The SDGs should stand for senseless, dreamy, garbled". *Foreign Policy*, v. 28, pp. 1-5. <https://oromianeconomist.com/tag/uns-new-sustainable-development-goals/>
- El Español** (2021). "El Español lanza Enclave ODS, su nueva apuesta informativa por la sostenibilidad y los derechos humanos". https://www.elespanol.com/invertia/medios/20210831/espanol-enclave-ods-apuesta-informativa-sostenibilidad-derechos/608189899_0.html
- El País** (2015). "Objetivos de Desarrollo Sostenible". <https://elpais.com/especiales/2015/planeta-futuro/objetivos-desarrollo-sostenible>
- Europa Press** (2021). "Decálogo de Vox contra la 'Agenda 2030': igualdad, unidad, producción nacional, familia y España rural". <https://www.europapress.es/nacional/noticia-decalogo-vox-contra-agenda-2030-igualdad-unidad-produccion-nacional-familia-espana-rural-20211010132755.html>
- Factiva** (2023). "Factiva y servicios de optimización". <https://www.dowjones.com/professional/es/factiva>
- Fernández-Reyes, Rogelio** (2004). "Periodismo ambiental y periodismo sostenible". *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, v. 2, pp. 311-317. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16801217>
- Fernández-Reyes, Rogelio** (2010). "La sostenibilidad: una nueva etapa en el periodismo ambiental y en el periodismo en general". *DELOS: desarrollo local sostenible*, v. 3, n. 8, pp. 1-17. <https://idus.us.es/handle/11441/52294>
- Focus 2030** (2023). "Qui connaît les Objectifs de développement durable? Comparaison entre 4 pays industrialisés". <https://focus2030.org/Qui-connaît-les-Objectifs-de-developpement-durable-Comparaison-entre-4-pays>
- Galiano-Coronil, Araceli; Ortega-Gil, Manuela** (2019). "Marketing social, indicadores de bienestar y ODS. Análisis de @desdelam oncloa". *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, v. 9, n. 18, pp. 219-238. <https://doi.org/10.17163/ret.n18.2019.03>
- García-García, Ernest** (2018). "La transición ecológica: definición y trayectorias complejas". *Ambienta: la Revista del Ministerio de Medio Ambiente*, n. 125, pp. 86-100. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6950389>
- García-Sánchez, Isabel-María; Amor-Esteban, Víctor; Galindo-Álvarez, David** (2020). "Communication Strategies for the 2030 Agenda Commitments: A Multivariate Approach". *Sustainability*, v. 12, n. 24, pp. 10554. <https://doi.org/10.3390/su122410554>
- Gobierno de España** (2018). "Plan de acción para la implementación de la agenda 2030: hacia una estrategia española de desarrollo sostenible". <https://www.mdsocialesa2030.gob.es/agenda2030/documentos/plan-accion-implementacion-a2030.pdf>
- Gómez-Gil, Carlos** (2018). "Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una revisión crítica". *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, v. 140, pp. 107-118. https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/revista_papeles/140/ODS-revision-critica-C.Gomez.pdf
- Gorostiza-Cerviño, Aritz; Moreno-Cabanillas, Andrea** (2023). "El discurso de odio en las cuentas de Facebook de Vox en los parlamentos autonómicos de España". En: *La comunicación en un contexto convulso*. Figuerero-Benítez, Juan-Carlos (Ed.), pp. 568-585. España: Dykinson. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9027700>
- Guha, Joydeep; Chakrabarti, Bhaskar** (2019). "Achieving the Sustainable Development Goals (SDGs) through decentralisation and the role of local governments: A systematic review". *Commonwealth Journal of Local Governance*, n. 22, pp. 1-21. <https://doi.org/10.5130/cjlg.v0i22.6855>
- Holt, Diane; Barkemeyer, Ralf** (2012). "Media coverage of sustainable development issues – attention cycles or punctuated equilibrium?". *Sustainable Development*, v. 20, n. 1, pp. 1-17. <https://doi.org/10.1002/sd.460>
- Iranzo, Amador; Latorre-Lázaro, Teresa** (2019). *La noticia: manual práctico de redacción*. España: Publicaciones de la Universitat Jaume I. <https://doi.org/10.6035/Sapientia149>
- Janoušková, Svatava; Hák, Tomáš; Nečas, Vlastimil; Moldan, Bedřich** (2019). "Sustainable development—A poorly communicated concept by mass media. Another challenge for SDGs?". *Sustainability*, v. 11, n. 11, pp. 3181. <https://doi.org/10.3390/su11113181>
- Jiménez-Aceituno, Amanda; Peterson, Garry D.; Norström, Albert V.; Wong, Grace Y.; Downing, Andrea S.** (2020). "Local lens for SDG implementation: lessons from bottom-up approaches in Africa". *Sustainability Science*, v. 15, n. 3, pp. 729-743. <https://doi.org/10.1007/s11625-019-00746-0>
- Kubiszewski, Ida; Mulder, Kenneth; Jarvis, Diane; Costanza, Robert** (2022). "Toward better measurement of sustainable development and wellbeing: A small number of SDG indicators reliably predict life satisfaction". *Sustainable Development*, v. 30, n. 1, pp. 139-148. <https://doi.org/10.1002/sd.2234>
- Lancia, Franco** (2012). "The logic of the T-LAB tools explained". <http://www.tlab.it/en/toolsexplained.php>
- López-Carrión, Alberto-Ernesto; Martí-Sánchez, Myriam** (2023). "Análisis de la cobertura y del discurso de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030 en la prensa digital española (2015-2022)". *Revista Latina de Comunicación Social*, v. 82. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2024-2057>

- López, Iván; Arriaga, Alicia; Pardo, Mercedes** (2018). "La dimensión social del concepto de desarrollo sostenible: ¿La eterna olvidada?". *Revista Española de Sociología*, v. 27, n. 1, pp. 25-41. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2018.2>
- MacFeely, Steve** (2020). "Measuring the Sustainable Development Goal Indicators: An Unprecedented Statistical Challenge". *Journal of Official Statistics*, v. 36, n. 2, pp. 361-378. <https://doi.org/10.2478/jos-2020-0019>
- Moallemi, Enayat A; Malekpour, Shirin; Hadjikakou, Michalis; Raven, Rob; Szetey, Katrina; Ningrum, Dianty; Dhiaulhaq, Ahmad; Bryan, Brett A** (2020). "Achieving the Sustainable Development Goals Requires Transdisciplinary Innovation at the Local Scale". *One Earth*, v. 3, n. 3, pp. 300-313. <https://doi.org/10.1016/j.oneear.2020.08.006>
- Mulholland, Eric; Bernardo, Alessia; Berger, Gerald** (2017). *Communication and awareness raising in the implementation of the 2030 agenda and the SDGs: Activities and challenges. ESDN Quarterly Report, 44*. Austria: European Sustainable Development Network (ESDN). https://www.sd-network.eu/quarterly%20reports/report%20files/pdf/2017-April-Communication_and_Awareness_Raising_in_the_Implementation_of_the_2030_Agenda_and_the_SDGs.pdf
- ONU** (1997). "Resolución 67/97 de la Asamblea General "Agenda para el Desarrollo" A/RES/51/240". <https://undocs.org/A/RES/51/240>
- ONU** (2015a). "Objetivos de Desarrollo Sostenible". <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible>
- ONU** (2015b). "Resolución 70/1 de la Asamblea General "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible" A/RES/70/1". <https://undocs.org/A/RES/70/1>
- Peñafiel-Saiz, Carmen; Manias-Muñoz, Miren; Manias-Muñoz, Itsaso** (2022). "Profile of digital slow journalism audiences in Argentina, Colombia, and Mexico". *Profesional de la información*, v. 31, n. 3, pp. 310307. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.07>
- Porat, Erez; Blau, Ina; Barak, Azy** (2018). "Measuring digital literacies: Junior high-school students' perceived competencies versus actual performance". *Computers & Education*, v. 126, pp. 23-36. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.06.030>
- Puchalt-López, María; López-Trigo-Reig, María** (2023). "Agenda 2030: Análisis de la conversación social de PP, PSOE, Vox y UP en Twitter". En: *Desafíos y retos de las redes sociales en el ecosistema de la comunicación. Volumen 2*. Sierra-Sánchez, Javier; Cabezuolo-Lorenzo, Francisco (Eds.), pp. 329-345. España: McGraw Hill. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8939194>
- Quintas-Froufe, Natalia; González-Neira, Ana** (2021). "Evolución de la medición digital de la audiencia en el mercado español: estado de la cuestión y retos de futuro". *Profesional de la información*, v. 30, n. 1, pp. e300102. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.02>
- RTVE** (2020). "RTVE, por un planeta mejor". <https://www.rtve.es/corporacion/rc/ods>
- RTVE** (2023). "Nace rtve2030.es, un portal que usa IA para medir el tiempo dedicado a asuntos de interés social en 23 programas informativos y divulgativos". <https://www.rtve.es/rtve/20230615/nace-rtve2030es-portal-usa-ia-medir-tiempo-dedicado-asuntos-interes-socialn-23-programas-informativos-divulgativos/2449503.shtml>
- Sachs, Jeffrey; Lafortune, Guillaume; Fuller, Grayson; Drumm, Eamon** (2023). *Implementing the SDG Stimulus. Sustainable Development Report 2023*. Ireland: Dublin University Press. <https://doi.org/10.25546/102924>
- Sachs, Jeffrey; Schmidt-Traub, Guido; Kroll, Christian; Lafortune, Guillaume; Fuller, Grayson; Woelm, Finn** (2021). *Sustainable Development Report 2020: The Sustainable Development Goals and Covid-19 Includes the SDG Index and Dashboards*. UK: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108992411>
- Sánchez-Gassen, Nora; Penje, Oskar; Slätmo, Elin** (2018). *Global goals for local priorities: The 2030 Agenda at local level*. Sweden: Nordregio. <https://doi.org/10.30689/R2018:2.1403-2503>
- Servaes, Jan** (2008). *Communication for Development and Social Change*. India: SAGE Publications India Pvt Ltd. <https://doi.org/10.4135/9788132108474>
- Sharma, Hari Bhakta; Vanapalli, Kumar Raja; Samal, Biswajit; Cheela, VR Sankar; Dubey, Brajesh K; Bhattacharya, Jayanta** (2021). "Circular economy approach in solid waste management system to achieve UN-SDGs: Solutions for post-COVID recovery". *Science of the Total Environment*, v. 800, pp. 149605. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.149605>
- Shulla, Kalterina; Voigt, Bernd-Friedrich; Cibian, Stefan; Scandone, Giuseppe; Martinez, Edna; Nelkovski, Filip; Salehi, Pourya** (2021). "Effects of COVID-19 on the Sustainable Development Goals (SDGs)". *Discover Sustainability*, v. 2, n. 1, pp. 15. <https://doi.org/10.1007/s43621-021-00026-x>
- Srivastava, Ankita; Sharma, Raghvendra; Suresh, Arjun** (2020). "Impact of Covid-19 on Sustainable Development Goals". *International Journal of Advanced Science and Technology*, v. 29, n. 9, pp. 4968-4972. <http://serisc.org/journals>

[/index.php/IJAST/article/view/17764](#)

Strange, Tracey; Bayley, Anne (2008). *Sustainable Development: Linking Economy, Society, Environment*. France: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264055742-en>

The Objective (2023). "Santiago Abascal: «Si alguien en Vox defiende la Agenda 2030, yo personalmente lo voy a cesar»". <https://theobjective.com/espana/politica/2023-04-15/entrevista-santiago-abascal-parte-2>

Toro-Peña, Óscar (2020). "El periodismo especializado en desarrollo en el marco de la Agenda 2030. Una mirada hacia España". En: *Redes sociales y ciudadanía: hacia un mundo ciberconectado y empoderado*. Aguaded, Ignacio; Vizcaíno-Verdú, Arantxa (Eds.), pp. 771-777. España: Grupo Comunicar. <https://doi.org/10.3916/Alfamed2020>

United Nations Environment Programme; International Trade Centre (2017). "Guidelines for Providing Product Sustainability Information: Global guidance on Making Effective Environmental, Social and Economic Claims, to Empower and Enable Consumer Choice". <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/22395>

UNRIC-United Nations Regional Information Centre (2023). "RTVE lanza un portal que usa la IA para medir el tiempo dedicado a los ODS". <https://unric.org/es/ia-para-medir-el-tiempo-dedicado-a-los-ods>

Wang, Qiang; Huang, Rui (2021). "The impact of COVID-19 pandemic on sustainable development goals – A survey". *Environmental Research*, v. 202, pp. 111637. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2021.111637>

ANEXO I

20 minutos					
Lemma_B	Coeff	CE_B	CE_AB	CHI ²	(p)
SOCIAL	0,47328731	230	101	189,4687490	0
DERECHO	0,45959596	198	91	181,5468830	0
VICEPRESIDENTE	0,32991644	78	41	94,9971981	0
NACIONAL	0,30869019	98	43	72,0434976	0
IONE_BELARRA	0,29111979	155	51	46,5300166	0
PABLO_IGLESIAS	0,28506977	188	55	37,1420368	0
GOBIERNO	0,27477176	274	64	20,7472841	0
SECRETARIA	0,25644061	48	25	55,6729295	0
ESTADO	0,22905702	139	38	19,8796044	0
ONU	0,21842444	56	23	32,5463208	0
MINISTERIO	0,18161543	81	23	12,9761718	0
INFORME	0,16412199	27	12	19,5196555	0
CUMPLIMIENTO	0,16303866	19	10	22,1934085	0
VICEPRESIDENCIA	0,16140004	38	14	15,3630636	0
ESPAÑA	0,15902810	135	26	2,5278820	0,112
PEDRO_SÁNCHEZ	0,14088882	43	13	8,5985356	0,003
CONSEJO_DE_MINISTROS	0,13772237	45	13	7,5235115	0,006
EMPRESA	0,13334912	48	13	6,1308957	0,013
ACTUAL	0,13055824	24	9	10,1786447	0,001
ANTEPROYECTO	0,12856487	11	6	14,0922275	0
GENERAL	0,12340671	65	14	2,5765239	0,108
METAS	0,12309149	12	6	12,0775261	0,001
POBREZA	0,12062448	42	11	4,5995706	0,032
ENRIQUE_SANTIAGO	0,11844484	9	5	12,1034164	0,001
URBANO	0,11844484	9	5	12,1034164	0,001
LEY	0,11677484	120	18	0,0116928	0,914
PANDEMIA	0,11379812	39	10	3,8645939	0,049
PCE	0,11236664	10	5	10,0495839	0,002
CUMPLIR	0,11167657	49	11	2,4604800	0,117
ECONÓMICO	0,10813078	73	13	0,6085613	0,435
PRESIDENTE	0,10811250	35	9	3,5039941	0,061
DEFENSA	0,10660036	16	6	6,7450696	0,009
LILITH_VERSTRYNGE	0,10660036	16	6	6,7450696	0,009
MARGARITA_ROBLES	0,10606061	22	7	5,2567001	0,022
PAÍS	0,10453025	104	15	0,0053421	0,942
ACUERDO	0,10354346	57	11	1,0200422	0,313
OCUPAR	0,10341754	17	6	5,8532030	0,016
PERSONA	0,10317013	93	14	0,0119583	0,913
CLAVE	0,10257624	12	5	7,0523894	0,008
YOLANDA_DÍAZ	0,10211194	31	8	3,1459673	0,076
INCLUIR	0,10152415	49	10	1,3392223	0,247
DEPARTAMENTO	0,10050378	18	6	5,0790843	0,024
ECONOMÍA	0,10050378	32	8	2,7963990	0,094
GRADO	0,10050378	8	4	8,0276852	0,005
RETO	0,10050378	18	6	5,0790843	0,024
ASEGURAR	0,09988907	41	9	1,7928077	0,181
CORONAVIRUS	0,09988907	41	9	1,7928077	0,181
PRÁCTICA	0,09855207	13	5	5,9383029	0,015
MEDIO	0,09756157	26	7	3,1819659	0,074
PRESENTAR	0,09573783	27	7	2,7906619	0,095

ABC					
Lemma_B	Coeff	CE_B	CE_AB	CHI ²	(p)
DERECHO	0,31926197	495	233	464,267594	0
SOCIAL	0,28829393	993	298	230,348245	0
ONU	0,27248929	366	171	329,940322	0
MINISTERIO	0,22287379	326	132	190,713872	0
CUMPLIMIENTO	0,20740411	112	72	231,775635	0
IONE_BELARRA	0,18813432	284	104	119,958506	0
METAS	0,16259442	65	43	143,842970	0
ESTADO	0,15684680	306	90	59,428127	0
GOBIERNO	0,15281260	704	133	13,357922	0
CUMPLIR	0,15143274	166	64	81,470341	0
COMPROMISO	0,14662587	263	78	52,441487	0
SECRETARIA	0,14210503	70	39	98,877871	0
EMPRESA	0,13225514	597	106	6,314204	0,012
PABLO_IGLESIAS	0,12781914	233	64	34,013042	0
ESPAÑA	0,12568855	565	98	4,619183	0,032
ENRIQUE_SANTIAGO	0,12552303	43	27	82,969507	0
ALINEADO	0,12450964	47	28	79,098626	0
VICEPRESIDENTE	0,12194215	121	44	48,843329	0
ACCIÓN	0,11738121	149	47	36,876093	0
CONSECUCIÓN	0,11608547	58	29	60,780393	0
POBREZA	0,11282243	135	43	34,550813	0
ALCANZAR	0,10906838	125	40	32,489891	0
SECRETARIO	0,10866665	102	36	37,183149	0
GENERAL	0,10734001	244	55	13,971093	0
POLÍTICAS	0,10709402	179	47	21,386901	0
ESTRATEGIA	0,10698327	203	50	18,163722	0
ORGANIZACIÓN	0,10604411	250	55	12,507058	0
LOGRAR	0,10083017	132	38	23,007874	0
SOSTENIBILIDAD	0,09999200	302	57	5,369229	0,020
OBJETIVO	0,09853455	311	57	4,292716	0,038
ESPAÑOL	0,09820520	281	54	5,756414	0,016
EMPRESARIAL	0,09549764	155	39	15,230803	0
HOJA_DE_RUTA	0,09522082	41	20	39,989063	0
RETO	0,09464547	166	40	13,289511	0
DIRECTOR	0,09433124	221	46	7,882047	0,005
PAÍS	0,09274069	389	60	0,422305	0,516
HAMBRE	0,09212524	53	22	32,241581	0
CLIMA	0,09206779	58	23	30,658524	0
REALIZAR	0,09145661	169	39	10,864460	0,001
ERRADICAR	0,09145661	25	15	42,742602	0
PRESIDENTE	0,09127851	257	48	4,157854	0,041
PROYECTO	0,09041591	437	62	0,004856	0,944
INFORME	0,08997028	193	41	7,790225	0,005
SECRETARÍA	0,08968059	26	15	40,081536	0
ALIANZA	0,08917717	79	26	22,562488	0
VOX	0,08859680	74	25	23,146794	0
PÚBLICO	0,08786867	351	54	0,352812	0,553
GLOBAL	0,08781195	165	37	9,083293	0,003
ECONÓMICO	0,08593485	278	47	1,599048	0,206
SOCIEDAD	0,08475313	262	45	1,830331	0,176

El Confidencial					
Lemma_B	Coeff	CE_B	CE_AB	CHI ²	(p)
DERECHO	0,36997568	122	65	190,5264020	0
SOCIAL	0,32180910	209	74	106,7523010	0
ONU	0,24519514	76	34	72,0757777	0
GOBIERNO	0,21972212	266	57	20,4050398	0
VICEPRESIDENTE	0,21320072	46	23	58,2758583	0
RETO	0,19466152	46	21	45,4443237	0
PABLO_IGLESIAS	0,19008830	134	35	22,7673405	0
SECRETARIA	0,18352865	23	14	48,0895520	0
IONE_BELARRA	0,18198847	87	27	27,0322653	0
MINISTERIO	0,16463090	84	24	19,4887487	0
ESTADO	0,15075567	92	23	12,8187036	0
EMPRESA	0,14663955	134	27	6,9174726	0,009
PRESIDENTE	0,14282185	56	17	15,8695559	0
GLOBAL	0,14058039	45	15	17,3474679	0
METAS	0,13949481	13	8	27,8005432	0
PEDRO_SÁNCHEZ	0,13336627	72	18	9,9265408	0,002
CUMPLIR	0,13336627	50	15	13,5557139	0
NOMBRAMIENTO	0,13269099	11	7	25,5668648	0
DESAFÍO	0,12205796	13	7	19,7151033	0
MILLONES	0,11995469	89	18	4,57754637	0,032
OBLIGAR	0,11761799	14	7	17,4465619	0
JUNTO	0,11689566	35	11	11,0462364	0,001
ACCIÓN	0,11674566	29	10	12,3646460	0
ESPAÑA	0,11616639	198	26	0,01950514	0,889
COMISIÓN	0,11444531	51	13	7,52540043	0,006
ENRIQUE_SANTIAGO	0,11362978	15	7	15,49942300	0
INNOVACIÓN	0,10975393	21	8	12,13846800	0
AGUA	0,10962640	74	15	3,82258044	0,051
CONSEJO	0,10889310	48	12	6,53522918	0,011
SITUAR	0,10889310	12	6	14,93895130	0
ECONÓMICO	0,10753018	67	14	4,05106626	0,044
BIENESTAR	0,10487351	23	8	10,04875540	0,002
DELEGADO	0,10462111	13	6	13,01561960	0
TEZANOS	0,10462111	13	6	13,01561960	0
TRANSVERSAL	0,10462111	13	6	13,01561960	0
PARTE	0,10320433	95	16	1,44735198	0,229
PROYECTO	0,10169083	86	15	1,72149477	0,19
ACTO	0,10162520	31	9	7,41134898	0,006
SOSTENIBILIDAD	0,10110471	87	15	1,59465738	0,207
AVANZADO	0,09940535	10	5	12,43644850	0
PREGUNTAS	0,09840627	20	7	8,89817728	0,003
VINCULADO	0,09739695	15	6	9,99548622	0,002
PEDIR	0,09679387	27	8	6,92514769	0,008
HACIA	0,09590268	52	11	3,32225992	0,068
NECESITAR	0,09590268	52	11	3,32225992	0,068
LÍDER	0,09504969	63	12	2,26118415	0,133
CUMBRE	0,09477928	11	5	10,54526850	0,001
REGIÓN	0,09477928	11	5	10,54526850	0,001
SECTOR	0,09462818	113	16	0,19338147	0,66
SEGUIR	0,09437402	75	13	1,42338435	0,233

El Español					
Lemma_B	Coeff	CE_B	CE_AB	CHI ²	(p)
ENCLAVE_ODS	0,43315277	257	252	1243,524100	0
ONU	0,21388328	307	136	170,193057	0
OBSERVATORIO_DE_LOS_ODS	0,20929455	71	64	273,032268	0
ESPAÑOL	0,20272285	298	127	145,343191	0
SOCIAL	0,16804152	697	161	20,699090	0
SOSTENIBILIDAD	0,16712471	418	124	50,916398	0
URBANO	0,16370362	102	60	128,952040	0
ESPAÑA	0,15450124	505	126	24,685469	0
ACCIÓN	0,15316464	202	79	72,513211	0
CUMPLIMIENTO	0,14944027	85	50	107,222558	0
DERECHO	0,14421940	270	86	44,265472	0
CIUDAD	0,13907418	277	84	36,627265	0
OBJETIVO	0,13706754	292	85	31,985073	0
SOCIEDAD	0,13487655	361	93	20,982616	0
GOBIERNO	0,13364381	400	97	16,053885	0
EMPRESA	0,13306809	587	117	4,061251	0,044
CONSECUCIÓN	0,12663716	58	35	78,299257	0
NOTICIAS	0,12203117	49	31	75,261117	0
COMPROMISO	0,11995576	244	68	21,420897	0
OPINIÓN	0,11908847	90	41	53,037525	0
ESTRATEGIA	0,11907137	174	57	31,694315	0
CRUZ_SÁNCHEZ_DE_LARA	0,11624437	54	31	63,335072	0
METAS	0,11610427	73	36	54,940736	0
HISTORIA	0,11480115	168	54	28,244183	0
PLAN	0,11410563	217	61	19,830994	0
PLANETA	0,11373513	248	65	15,675400	0
ORGANIZADO	0,11355086	53	30	59,710501	0
ESTADO	0,11346351	289	70	11,338034	0,001
CAMBIO	0,11247683	508	92	0,536089	0,464
GENERAL	0,11224428	189	56	22,203190	0
LOGRAR	0,11117145	130	46	32,004573	0
LOCAL	0,10984097	145	48	27,470642	0
MUNDO	0,10896952	462	85	0,750399	0,386
FUTURO	0,10874498	263	64	10,604007	0,001
ALCANZAR	0,10842331	168	51	22,001722	0
PEDRO_SÁNCHEZ	0,10758586	164	50	21,886485	0
EDITOR	0,10746802	19	17	71,258545	0
NECESARIO	0,10743438	199	55	16,641757	0
JORNADA	0,10584435	57	29	47,039925	0
VIDA	0,10582416	402	77	1,487836	0,223
PACO_BREE	0,10574705	22	18	66,039322	0
CUMPLIR	0,10489379	159	48	20,279746	0
CAIXAFORUM	0,10391802	18	16	66,415484	0
REFERENTE	0,10246870	99	37	29,789868	0
CLIMÁTICO	0,10219578	477	81	0,000859	0,977
MINISTERIO	0,10195507	100	37	29,004288	0
POLÍTICAS	0,10090929	151	45	18,131257	0
ENTREVISTA	0,10075784	27	19	55,007851	0
INVERTIA	0,09894223	28	19	51,812286	0
MADRID	0,09821375	189	49	11,139307	0,001

El Mundo					
Lemma_B	Coeff	CE_B	CE_AB	CHI ²	(p)
ONU	0,24937986	111	47	74,6555731	0
SOCIAL	0,23150058	254	66	31,7044982	0
DERECHO	0,20693223	111	39	41,1812124	0
CUMPLIR	0,18866824	64	27	41,6476445	0
ESTADO	0,18827963	96	33	32,8290648	0
BITCOINS	0,18540496	11	11	66,0849186	0
CUADROS	0,18298126	21	15	56,2960996	0
IONE_BELARRA	0,18170389	69	27	35,6692710	0
MINISTERIO	0,18090681	55	24	39,4471075	0
GOBIERNO	0,17844356	190	44	13,1811060	0
PAGADO	0,17751174	12	11	58,7758915	0
SECRETARIO	0,17068411	31	17	42,0176535	0
PABLO_IGLESIAS	0,16462202	61	23	27,9095580	0
CONSECUCIÓN	0,15372967	16	11	38,8744854	0
SIGUIENTE	0,14940358	14	10	37,4123394	0
DIRIGIDO	0,14638501	21	12	31,6500004	0
ESPAÑA	0,14367622	175	34	4,0198168	0,045
INFRAESTRUCTURA	0,13778380	120	27	6,8940470	0,009
CONTRIBUCIÓN	0,13750000	20	11	27,1886427	0
ACCIÓN	0,13716816	48	17	17,7658667	0
CUMPLIMIENTO	0,13446322	14	9	28,6374039	0
MILLONES	0,13137170	132	27	4,2857442	0,038
TRABAJO_DECENTE	0,12909944	12	8	26,9176882	0
COMPROMISO	0,12892199	91	22	7,4900291	0,006
TELEVISIÓN	0,12821941	23	11	21,2379217	0
INVERSIÓN	0,12808688	84	21	8,0934261	0,004
POBREZA	0,12677314	28	12	18,7954210	0
INDUSTRIA	0,12577882	16	9	23,0668215	0
CAMBIO	0,12534435	145	27	2,3248356	0,127
EUROS	0,12514196	88	21	6,7815418	0,009
SANEAMIENTO	0,11858541	18	9	18,8058995	0
SECRETARIA	0,11858541	18	9	18,8058995	0
CONTRIBUIR	0,11741705	51	15	9,6692393	0,002
MARCADO	0,11547005	15	8	18,7121345	0
PERDER	0,11547005	15	8	18,7121345	0
ABIERTO	0,11418753	29	11	13,3300382	0
TRATAR	0,11359237	62	16	6,8408606	0,009
VICEPRESIDENTE	0,11180340	25	10	13,5699144	0
EDUCACIÓN	0,11067972	50	14	7,7843601	0,005
ALIANZA	0,11044266	31	11	11,4578974	0,001
PAÍS	0,11025122	136	23	0,7859731	0,375
MEJORA	0,10978876	21	9	14,0519562	0
CLIMA	0,10963225	26	10	12,4774081	0
POLÍTICAS	0,10958925	51	14	7,3184023	0,007
GLOBAL	0,10927167	67	16	5,1313706	0,023
ACTIVIDAD	0,10787924	87	18	2,9818796	0,084
DEMOSTRAR	0,10726454	22	9	12,7849537	0
TRABAJO	0,10606602	90	18	2,4553389	0,117
ACUERDO	0,10552897	55	14	5,6837080	0,017
METAS	0,10458250	14	7	14,6004444	0

EL PAÍS					
Lemma_B	Coeff	CE_B	CE_AB	CHI ²	(p)
ONU	0,28465342	965	414	198,5851570	0
GOBIERNO	0,21799746	758	281	71,0411127	0
ESPAÑA	0,20191049	705	251	51,2322749	0
IMPLEMENTACIÓN	0,20164215	167	122	217,2130020	0
PAÍS	0,20046896	1320	341	1,5385402	0,215
POLÍTICAS	0,18627632	751	239	23,9313480	0
GLOBAL	0,18298331	545	200	46,8716389	0
METAS	0,17453578	257	131	100,4737160	0
COMISIONADO	0,17304218	88	76	184,1209940	0
MUNDO	0,17191495	838	233	5,5335216	0,019
LOGRAR	0,17027763	340	147	67,2641038	0
INTERNACIONAL	0,16955204	585	192	23,5638720	0
CUMPLIMIENTO	0,16567528	150	95	124,5894420	0
CUMPLIR	0,16494498	262	125	78,7990167	0
PLAN	0,16181785	327	137	55,6999638	0
COMPROMISO	0,15329236	397	143	29,9373085	0
ACCIÓN	0,15140517	306	124	44,1212719	0
SOCIAL	0,15065993	812	201	0,0367299	0,848
RETO	0,14909719	331	127	35,8740383	0
POBREZA	0,14587377	542	159	7,3646676	0,007
CONSECUCIÓN	0,14382493	105	69	97,7289137	0
ALCANZAR	0,14323055	289	114	36,1949559	0
MILENIO	0,14279802	86	62	106,4950990	0
SOCIEDAD_CIVIL	0,14150767	479	145	9,1883279	0,002
CAMBIO	0,13853421	542	151	3,5691903	0,059
ESTADO	0,13842534	460	139	8,6407442	0,003
EMPRESA	0,13834973	595	158	1,4868445	0,223
ESPAÑOL	0,13747301	427	133	10,7893835	0,001
ESTRATEGIA	0,13341030	288	106	24,4623557	0
APROBAR	0,13002913	114	65	66,1370327	0
NIVEL	0,12896458	291	103	19,3917693	0
GENERAL	0,12862703	304	105	17,2326511	0
COOPERACIÓN	0,12452776	482	128	1,1900012	0,275
OBJETIVO	0,12242568	342	106	8,1672961	0,004
PÚBLICO	0,12176825	528	131	0,0335874	0,855
OPORTUNIDAD	0,12111545	311	100	10,2701581	0,001
PROGRESO	0,12086037	210	82	24,6931223	0
MUNDIAL	0,12047199	515	128	0,0418824	0,838
INFORME	0,12011077	329	102	7,8664157	0,005
AVANZAR	0,11878026	163	71	32,6955631	0
CREAR	0,11699513	264	89	12,5472133	0
APROBACIÓN	0,11571187	63	43	65,7704121	0
ODM	0,11391778	65	43	61,5174661	0
RELACIONADO	0,11376138	163	68	26,6921477	0
URBANO	0,11286554	156	66	27,3022536	0
DESIGUALDAD	0,11236443	333	96	3,5416702	0,06
UNIVERSAL	0,11232179	139	62	30,9379078	0
ACTOR	0,11120793	202	74	16,5185707	0
AVANCES	0,11090982	138	61	29,4989835	0
PLANETA	0,11061621	302	90	4,7910633	0,029

La Vanguardia					
Lemna_B	Coeff	CE_B	CE_AB	CHI ²	(p)
DERECHO	0,32986351	187	98	215,7330010	0
SOCIAL	0,30685917	398	133	119,1978790	0
ONU	0,26937179	221	87	109,1091900	0
VICEPRESIDENTE	0,22870279	141	59	82,2902161	0
EMPRESA	0,19271480	304	73	20,8182343	0
PABLO IGLESIAS	0,18743923	247	64	24,4000523	0
GOBIERNO	0,15929272	342	64	3,8904927	0,049
INFORME	0,15736382	77	30	35,0181252	0
ALINEADO	0,15629050	17	14	60,2606311	0
CUMPLIR	0,15623041	73	29	35,3163033	0
SOSTENIBILIDAD	0,14613669	175	42	11,4261049	0,001
GENERAL	0,14022004	132	35	13,9804363	0
CONTRIBUCIÓN	0,13808619	25	15	39,5965866	0
SECRETARIO	0,13412640	57	22	24,9722686	0
ESTRATEGIA	0,13287350	75	25	19,8990609	0
CUMPLIMIENTO	0,13266892	39	18	29,6763611	0
POBREZA	0,12865421	80	25	16,6775657	0
GLOBAL	0,12630774	83	25	14,9808304	0
IONE BELARRA	0,12630774	83	25	14,9808304	0
COMPAÑÍA	0,12344508	109	28	9,8552024	0,002
LOCAL	0,12246092	51	19	19,8252379	0
SOCIEDAD	0,12213002	174	35	3,6003548	0,058
ESPAÑA	0,12149965	186	36	2,7799649	0,095
COMPROMISO	0,12035786	123	29	7,1591167	0,007
APROBAR	0,12018860	33	15	23,9456768	0
ACCIÓN	0,11989239	65	21	15,3091340	0
CONTRIBUIR	0,11908078	101	26	9,2017994	0,002
MINISTERIO	0,11884567	60	20	15,8413153	0
MUNDIAL	0,11849402	110	27	7,9158927	0,005
ECONOMÍA	0,11527418	125	28	5,3969084	0,020
PYMES	0,11515703	27	13	23,1793978	0
ERRADICAR	0,11489466	13	9	29,8131263	0
PLANETA	0,11471471	71	21	11,8577952	0,001
BARCELONA	0,10856556	87	22	7,2287202	0,007
INTERNACIONAL	0,10749072	97	23	5,7759942	0,016
CAMBIO	0,10602306	193	32	0,3472682	0,556
PROSPERIDAD	0,10559715	19	10	20,9845057	0
METAS	0,10557419	23	11	19,3373627	0
ESPAÑOL	0,10534069	101	23	4,7791263	0,029
PRESENTAR	0,10378950	71	19	7,6900619	0,006
PARTE	0,10301283	115	24	3,0892159	0,079
MUNDO	0,10235630	182	30	0,2847415	0,594
ENRIQUE_SANTIAGO	0,10188894	10	7	23,5669751	0
CONSECUCIÓN	0,10126321	25	11	16,4008400	0
MARCO	0,10047246	68	18	6,9962266	0,008
UNIÓN EUROPEA	0,09920405	31	12	13,5973522	0
AVANZAR	0,09863300	49	15	9,3287406	0,002
COMISIONADO	0,09714729	11	7	20,2678417	0
CLIMÁTICO	0,09704448	164	27	0,2476159	0,619
RETO	0,09699256	109	22	2,2676140	0,132