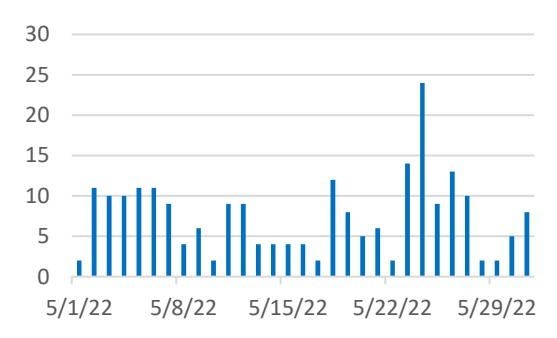
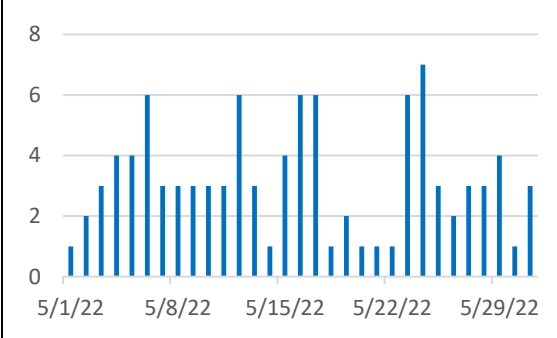
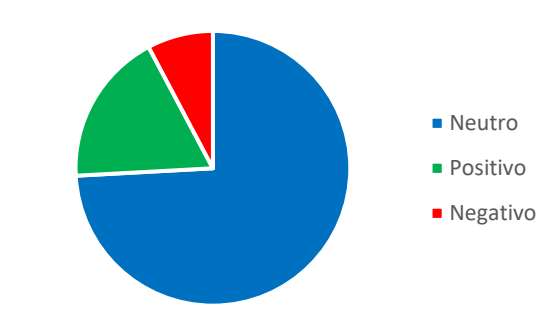
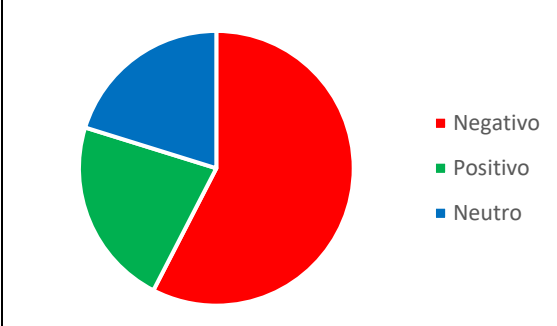


España. Escucha activa en medios digitales y redes sociales

Fecha de referencia	Mayo 2022	
Período cubierto	1/5/2022 a 31/5/2022	
Sentimiento general	Neutro/Negativo	
Medios Digitales	Redes sociales	
232 menciones Bajada del 0,86%	99 menciones Subida del 3,12%	
		
		

Resumen general

En el mes de mayo, los principales medios de comunicación escritos en catalán han publicado diversas noticias online relacionadas con el turismo con un sentimiento general positivo/neutro. La pandemia ha dejado paso a las noticias sobre las previsiones y los buenos resultados registrados durante estos primeros meses del año, generando un clima de optimismo. Este mes de mayo se ha iniciado la temporada turística, impulsada en gran parte por el buen tiempo, que ha aumentado las ganas de viajar, pero también por el puente del primero de mayo y otras festividades como San Isidro en Madrid. Todo indica que el verano cumplirá con las expectativas y será el año en el que se logrará –incluso superará– la recuperación total del sector. Las noticias de sentimiento negativo son escasas y coinciden con temáticas muy concretas, como, por ejemplo, informaciones sobre la viruela del mono o la situación de los refugiados ucranianos en nuestro país.

En Twitter, sin embargo, más de la mitad de los post analizados son de corte crítico o negativo, correspondiéndose la mayoría con quejas de usuarios particulares que manifiestan su opinión sobre distintas temáticas o realizan comentarios negativos sobre alguna noticia con la que no están de acuerdo. Lo que se deduce de las publicaciones de esta red es que claramente la actividad turística se ha retomado, pero los mensajes no transmiten el entusiasmo que se ve en los medios de comunicación.

Por su parte, en el análisis de la actividad institucional en Facebook predomina el sentimiento positivo/neutro, con abundancia de acciones promocionales. Diferentes instituciones y organismos animan a los usuarios a conocer y participar en eventos culturales o deportivos, siendo la mayoría en pequeñas localidades o pueblos.

Temáticas y contenidos destacados

A. Intención de viajar

“Agosto en mayo: las playas valencianas se llenan de punta a punta”, titula [À punt](#). El buen tiempo del fin del primer fin de semana de mayo, sumado a la festividad del Día del Trabajador, fueron la combinación perfecta para que turistas y residentes acudieran en masa a disfrutar de la costa valenciana. Para principios de mayo, también [Ara Balears](#) publicaba que el 98% de los hoteles de Mallorca ya estaban abiertos. La creciente afluencia de turistas se constata en los comentarios que realizan los usuarios particulares en redes sociales. Por esas mismas fechas, [@VicentFlor](#) (6.429 seguidores) [publica](#) en Twitter: “¿Me lo parece a mí o el centro de Valencia está apretado de turistas como hacía tiempo que no se veía (incluido antes de la pandemia)?” Su punto de vista fue corroborado por 79 personas que le dieron ‘Me gusta’ al tuit. Además, [@tirant1980](#) (558 seguidores) [añadía](#): “No te quiero decir cómo está Ibiza. Estamos flipando. Hoy el tráfico era igual que en agosto. Y los supermercados a mediodía sin apenas un montón de productos. Increíble”.

[Levante, El Mercantil Valenciano](#) afirma el 18 de mayo que el “turismo vuelve a las cifras prepandemia”. De hecho, el regreso de la actividad turística ya está teniendo sus consecuencias directas, como, por ejemplo, en el aumento del empleo. [Ara Balears](#) publica el 19 de mayo que “el empleo en el sector turístico aumenta un 125% en Baleares en abril, con más de 125.200 afiliados, siendo este el mayor incremento de todo el país”.

Pero no todos los efectos de esta reactivación son positivos. La alta ocupación en Cataluña va a provocar que los refugiados ucranianos se vean obligados a marcharse de los hoteles donde viven. Al menos, así lo informa la [CCMA](#) el 20 de mayo: “Con la llegada del verano, cientos de refugiados ucranianos que se alojan en hoteles catalanes tendrán que trasladarse a otros lugares, incluso de fuera de Cataluña”.

A pesar de que los medios e instituciones reciben con entusiasmo la vuelta del turismo a nuestro país, en redes sociales critican este modelo que promueve la llegada de viajeros. [@jainmahp](#) (1.556 seguidores) [comenta una noticia](#) el 3 de mayo del Diario de Mallorca: “A 285 euros/semana. Es más barato vivir en un hotel que ser de Mallorca. Esto es de locos”. En este mismo sentido, [@abennassar](#) [publica](#) el 19 de mayo: “He escuchado un anuncio hoy en @rac1 y no me lo podía creer... he hecho una búsqueda por internet y resulta que es verdad: 8 días en Mallorca, con vuelos desde la península,

desplazamientos y hotel todo incluido, por 259 euros. ¿Es este el cambio de modelo turístico que publicitáis @goib?-. Por otra parte, en Cataluña [@JordiSerracant](#) (3.450 seguidores) [dice](#) el 7 de mayo: “Juraría en que ahora en Lidl somos los pocos clientes no turistas. Madre mía el verano que nos espera”.

Aunque, por otro lado, también en Twitter diferentes usuarios comparten experiencias positivas en destinos, como, por ejemplo, [este tuit](#) del 30 de mayo de [@palbertiserra](#) (1.958 seguidores): “Hemos tenido la suerte de vivir el #DíaDeCanarias en Tenerife. ¡Buena gente! Sorprendido de que no todo es sol y playa”.

En Facebook, las diferentes instituciones de las localidades catalanoparlantes aprovechan esta red social para promocionar sus actividades y promover su oferta turística. Por ejemplo, el Palacio Ducal de los Borja de Gandía [@palauducal](#) (18.777seguidores) [anunciaba](#) el 31 de mayo en su página oficial las últimas entradas a la venta “para conocer a una de las familias más importantes de nuestro territorio” y añadía un enlace para comprarlas.

The screenshot shows a tweet from the account 'À Punt'. The header includes the 'À Punt' logo and navigation links: NOTÍCIES, ESPORTS, L'ORATGE, A LA CARTA, PROGRAMACIÓ, and LA COLLA. The tweet title is 'Agost al maig: les platges valencianes s'omplin de gom a gom'. The text of the tweet reads: 'El sol del cap de setmana i el pont de l'1 de maig han sigut la perfecta combinació perquè valencians i turistes hagen acudit en massa a gaudir de la costa'. Below the text is a photograph of a coastal town. The user's name is 'Vicent Flor' (@VicentFlor). The tweet text continues: 'M'ho sembla a mi o el centre de València està atapeït de turistes com feia temps que no es veia (inclòs abans de la pandèmia)?'. There is a 'Traducir Tweet' link. The tweet was posted at 9:50 p. m. on May 2, 2022, via Twitter for Android. It has 1 quote and 79 likes. The bottom of the tweet shows icons for reply, retweet, like, and share.

Refugiats ucraïnesos, obligats a marxar dels hotels on viuen per l'arribada de turistes

Creu Roja els proposa traslladar-se a altres comunitats, però moltes famílies ja tenen els fills escolaritzats i ho rebutgen

Redacció

20/05/2022 - 15.09 | Actualitzat 21/05/2022 - 17.02



TEMA: REFUGIATS

Este diumenge 5 i el pròxim 12 de juny 🙌 VISITES TEATRALITZADES al Palau Ducal dels Borja de Gandia! 🇪🇸🇮🇹🇬🇪🇵🇸. Tens l'ocasió perfecta per a conèixer a una de les famílies més importants del nostre territori, vos esperem! Últimes entrades a la venda! 📌 Comprales a través del següent enllaç: [https://www.palauducal.com/producto/visitas-teatralizadas/Visit Gandia Valencia Secreta Valencia Bonita AmbfiTeatre](https://www.palauducal.com/producto/visitas-teatralizadas/Visit%20Gandia%20Valencia%20Secreta%20Valencia%20Bonita%20AmbfiTeatre)

Ver traducción



PALAUDUCAL.COM

VISITAS TEATRALIZADAS - Palau Ducal dels Borja

Reserva e informació: Aforo máximo 40 personas. Todas las personas que o...

6

Me gusta

Comentar

Compartir

B. Seguridad y confianza

En abril, se puso fin a la obligación de llevar mascarillas en interiores, aunque con algunas excepciones, como centros sanitarios, residencias y medios de transporte. Cumplido un mes de la entrada en vigor de la norma, [El Periódico](#) aprovechaba la fecha para realizar una pieza el 19 de mayo que titulaba: "El ocaso de la mascarilla: de gran salvadora a pieza que acumula polvo". Aunque [@pepcalabona](#) (3.292 seguidores), se queja en Twitter el 31 de mayo precisamente de que algunos parecen haberse olvidado ya del todo de este accesorio y [publica una foto con un cartel de una farmacia donde se indica la obligatoriedad de su uso, y añade](#): "¿Sabéis quién es el único tonto que la

llevaba puesta? Los turistas se lo pasan por (...) con el permiso de los trabajadores. Ya lo dijo una vez un alcalde amigo mío. En Mallorca en verano, (...)”.

El Gobierno continúa relajando las medidas para controlar el coronavirus. A final de este mes, muchos medios se hacían eco de la noticia de que ya se puede viajar a España desde fuera de la UE sólo con un test negativo de Covid. Desde el pasado 21 de mayo los turistas no comunitarios ya no necesitan un certificado de vacunación para entrar en nuestro país. Entre ellos, por ejemplo, han publicado la noticia [El Nacional.cat](#) y [El Punt Avui](#).

Lo cierto es que, la tendencia del último mes es poner fin a la mayoría de las restricciones que se instauraron a por la situación epidemiológica y que en muchos casos tenían como consecuencia colateral el freno a la actividad turística. En este contexto, otra de las medidas que se va quedando obsoleta es el certificado Covid, que como dice un artículo de [Rac1](#), el 26 de mayo, “ya no es imprescindible para casi nada”. El medio titula: “¿Todavía necesito el certificado Covid para viajar? El mapa con los requisitos de cada país”. La buena evolución de la pandemia ha hecho que la gran mayoría de países también hayan levantado restricciones y ya no soliciten ninguna prueba de vacunación o test negativo para entrar. Aunque a los turistas extracomunitarios les basta un test negativo para entrar en España, el pasaporte Covid sigue siendo válido para los ciudadanos de la UE.

[Levante, El Mercantil Valenciano](#) informaba el 27 de mayo sobre que las dosis de refuerzo contra el Covid se han estacado entre los menores de 40 años, a consecuencia también de la situación sanitaria favorable y del fin de muchas de las restricciones.

Más allá de la pandemia, ha tenido bastante trascendencia también las noticias sobre la viruela del mono. El 18 de mayo, como publicaba [Betevé](#), Sanidad activaba la alerta por 23 casos de la viruela del mono en Madrid pendientes de confirmar. El goteo de nuevos contagios continúa de momento en España, y se siguen reportando nuevos casos. Ya se han confirmado más de cien, y previsiblemente seguirán creciendo en los próximos días.

Un mes de la relaxació davant el coronavirus

L'ocàs de la mascareta: de gran salvadora a peça que acumula pols



Pep Cala Bona 🇪🇺 🇩🇪
@pepcalabona

Sabeu qui és l'únic imbecil que la duita passada dins l'apotecària? Jo.
El turistes s'ho passen per l'entrecuixa amb el permís dels treballadors.
Ja 'ho va dir un cop un batle amic meu.. A Mallorca a l'estiu tota cuca viu.

[Traducir Tweet](#)



SALUT

El turisme de fora de la UE ja pot viatjar a Espanya amb test negatiu de covid-19

El BOE publica l'ordre que flexibilitza els requisits i deixa de ser obligatori el certificat de vacunació

Joan Tardà Fernández
Foto: EFE
Barcelona. Dissabte, 21 de maig de 2022. 10:46
Temps de lectura: 2 minuts





C. Otros temas relevantes

La maquinaria de la industria turística vuelve a funcionar y a lo largo de todo el mes se ha podido ver en los medios todo tipo de campañas e iniciativas de promoción en los diferentes territorios de España –más en especial en las tres comunidades de habla catalana, tanto por la importancia que tiene el sector en la economía de estas regiones, como por el interés de lo local de sus lectores–. Por ejemplo, el 31 de mayo, [Betevé](#) publica: “La campaña *La revolución gastronómica continúa en Barcelona* quiere volver a poner en el mapa la ciudad como destino de la alta gastronomía”.

Por otro lado, continúa la controversia sobre los Juegos Olímpicos (JJOO) de invierno de 2030 en los Pirineos. Las desavenencias entre Cataluña y Aragón, fundamentalmente provocadas por cuestiones políticas, han llevado a anular en hasta dos ocasiones la presentación de la propuesta del acontecimiento deportivo al Comité Olímpico Internacional (COI). La polémica se ha trasladado tanto a medios como a redes sociales. Por su parte, los medios de comunicación cubren las novedades que hay sobre el proceso. Por ejemplo, [El Punt Avui](#) publicaba el 7 de mayo que Aragón rechazaba la nueva propuesta del COE. Su presidente Javier Lambán se lamentaba porque Zaragoza lo "pierde casi todo" y el Pirineo aragonés "no gana casi nada". Este acontecimiento tiene especial importancia por lo que al turismo se refiere, ya que el evento serviría para posicionarse como destino de nieve y atraer a turistas de todo el mundo durante la celebración del evento.

Mientras, en redes sociales, algunos usuarios ven estos Juegos Olímpicos como un sinsentido: “Después de los Juegos de Invierno en el Mediterráneo llega la Playa artificial a Madrid... ¿Y si dejamos de hacer cosas sin sentido? #EmergenciaClimática”, [publicado](#) por [@Ciddavid](#) (8.733 seguidores). [@petroleuse_sbd](#) (1.531 seguidores) [reafirma el anterior tuit](#): “Playa en Madrid, surf en Sabadell, juegos olímpicos de invierno en el Mediterráneo... Nos gobiernan unos irresponsables”.

Otro tema que ha atraído la atención de los medios es el *Wonder of the Seas*, el crucero más grande del mundo, que ha desembarcado en diferentes lugares del Mediterráneo, entre ellos [València](#), [Barcelona](#) y [Palma](#), en su primer viaje por Europa. Los medios de comunicación regionales han cubierto esta noticia a lo largo del mes, mientras las

autoridades debatían sobre la limitación de este tipo de turismo. En Barcelona, la alcaldesa Ada Colau “imita el modelo balear”, tal y como informa el 25 de mayo [Ara Balears](#). Las Islas Baleares han establecido un máximo de barcos diarios. Se ha convertido así en el primer destino español en establecer un tope para este tipo de turismo, informa la [CCMA](#) el 6 de mayo. El puerto de Palma recibirá un 14,5% menos de escalas de cruceros.

betevé directes 🔍 👤 ☰

última hora El 3.040, el número del sorteig de desempat de les escoles bressol 2022-23

avui destaquem covid Catalunya - accident ronda Dalt - Primavera Sound - Selectivitat 2022 - Segona Pasqua

Rellançar Barcelona com a destinació de l'alta gastronomia

La campanya "La revolució gastronòmica continua a Barcelona" vol tornar a posar al mapa la ciutat com a destinació de l'alta gastronomia

Marc Bermejo | dimarts, 31 de maig del 2022, a les 18.05



dani marinova
@petroleuse_sbd



Platja a Madrid, surf a Sabadell, jocs olímpics d'hivern al Mediterrani... Ens governen uns irresponsables.

[Traducir Tweet](#)

 **324.cat**  @324cat · 23 may.

Crítiques al projecte d'una platja artificial de 40.000 metres quadrats prop de Madrid
bit.ly/3LEMicH



Notícies

▶ Vídeos

🔊 Àudios

Seccions ▾

PALMA

Les Balears posen límit als creuers: tres al dia i només un amb més de 5.000 passatgers

El principal port de Mallorca es converteix en el primer de l'estat espanyol i el segon d'Europa a posar un topall a l'arribada de creuers

Redacció

06/05/2022 - 13.55 | Actualitzat 06/05/2022 - 14.12



TEMA:

Nota metodològica

Este informe se basa en una muestra de la información publicada en medios de comunicación online y redes sociales en el período indicado. Las publicaciones se filtran de forma automática para seleccionar aquellas que incluyen términos relacionados con el turismo y con los destinos españoles. Posteriormente, en base a la selección de publicaciones obtenida, los analistas valoran, clasifican e interpretan los resultados para elaborar el presente informe.

Los medios digitales considerados en el estudio son aquellos con mayores audiencias en el ámbito nacional y regional, así como aquellos con publicaciones sectoriales relevantes y las ediciones nacionales de medios y revistas españolas. En el caso de las redes sociales, la muestra recoge las publicaciones o comentarios de usuarios con un importante número de impactos.

Debido a las características del estudio, la información recogida es principalmente cualitativa, siendo necesario un proceso manual de interpretación y análisis de los resultados, lo que implica un cierto grado de subjetividad en el informe.