



universidad
de león

NOS
IMPULSA



Informe social listening



Tik Tok

1. ANÁLISIS DE REDES SOCIALES (SOCIAL LISTENING)

El estudio incorpora una dimensión digital para observar cómo se proyecta y vive la Semana Santa de León en redes sociales desde una perspectiva externa y espontánea. Se analizaron publicaciones y conversaciones en **Instagram, X (antes Twitter) y TikTok entre el 11 y el 20 de abril de 2025, mediante herramientas de social listening y análisis de datos masivos**. Se monitorizaron hashtags, menciones geolocalizadas y contenido visual generado por usuarios, ofreciendo una visión complementaria a la de encuestas y permitiendo comprender temas, emociones, tipos de contenido y alcance de la conversación online.

Los objetivos fueron: **(1)** detectar temas centrales (organizativos, estéticos, espirituales, sociales o turísticos); **(2)** identificar emociones expresadas, analizando lenguaje verbal y visual; **(3)** estimar magnitud e intensidad de la conversación (volumen, frecuencia, viralidad e interacción); y **(4)** analizar representaciones digitales del evento según perfiles (visitantes, residentes, cofrades, medios, creadores de contenido) y estilos discursivos o visuales.

Para ello, se aplicaron técnicas como **web scraping y APIs** para extraer grandes volúmenes de datos; procesamiento de lenguaje natural (PLN) para categorización temática, análisis semántico y detección de emociones; análisis visual mediante redes neuronales convolucionales para clasificar imágenes y vídeos por elementos, estilo y carga emocional; extracción de metadatos (ubicación, fecha, etiquetas, interacciones) y análisis de *engagement*; y segmentación de usuarios según perfil comunicativo.

Este enfoque refleja **cómo ciudadanos y visitantes reinterpretan y difunden la Semana Santa en el espacio digital**. El informe final aborda cuestiones clave: aspectos que generan adhesión, debate o controversia; momentos o imágenes con alta viralidad; diferencias de percepción entre espectadores y cofrades; e influencia del contenido visual en participación y alcance.

2. INSTAGRAM

2.1 RESULTADOS: ANÁLISIS DE SENTIMIENTO

El análisis de sentimientos en publicaciones de Instagram sobre la Semana Santa de León revela **una clara predominancia de valoraciones positivas**. Utilizando una escala de una a cinco estrellas, la **mayoría de mensajes se sitúan en la franja positiva**, destacando 119 publicaciones con cinco estrellas y 22 con cuatro estrellas. Este patrón refleja un tono general de satisfacción y admiración por parte de usuarios, cofrades, residentes y visitantes.

Las opiniones neutras (tres estrellas) son escasas, con 12 publicaciones, y las negativas (una estrella) aún menos, con solo 10 publicaciones, confirmando que la conversación digital es mayoritariamente favorable. En total, 141 de los 163 mensajes analizados presentan sentimiento positivo.

En cuanto a *engagement*, **los contenidos positivos registran los niveles más altos de interacción, con un promedio superior a 100 likes por publicación**. Destaca que las publicaciones con cuatro estrellas obtienen un promedio ligeramente mayor (116,55 likes) que las de cinco estrellas (104,08 likes), lo que sugiere que ciertas matizaciones dentro del sentimiento positivo pueden potenciar la respuesta de la audiencia.

Por su parte, **los posts neutros alcanzan un promedio de 54 likes** y casi dos comentarios, mostrando un nivel intermedio de interacción, mientras que los negativos reciben la menor respuesta, con apenas 26,5 likes de promedio y sin comentarios.

Estos resultados confirman que un tono positivo se asocia con una mayor visibilidad e interacción en Instagram, reforzando la capacidad de la Semana Santa de León para generar percepciones favorables y movilizar una participación digital activa. La celebración no solo impulsa un alto volumen de publicaciones, sino que genera emociones y valoraciones positivas, fortaleciendo su imagen cultural y social en el entorno online.

2.2 RESULTADOS: EVOLUCIÓN TEMPORAL DE LAS PUBLICACIONES

Se observa claramente que el **volumen de publicaciones no se distribuye de forma uniforme**, sino que presenta **picos coincidiendo con los momentos más significativos de la celebración, como el Jueves Santo, el Viernes Santo y el Domingo de Resurrección (Figura 1)**. Estos repuntes reflejan la intensa participación digital de cofrades, turistas y residentes durante las procesiones y actos centrales. Esta evolución temporal permite comprender mejor en qué fechas la conversación digital alcanza su punto álgido, ayudando a identificar los días de mayor visibilidad online y, por tanto, de mayor potencial de impacto para la promoción y difusión de la Semana Santa de León en redes sociales.

Figura 1. Evolución temporal de los posts de Instagram



2.3 RESULTADOS: EVOLUCIÓN DEL ENGAGEMENT DE LAS PUBLICACIONES

Se observa que, al igual que el volumen de publicaciones, **la interacción alcanzó sus puntos más altos en los días centrales de la celebración**, reflejando el interés y la participación activa de la comunidad digital durante los momentos más emotivos y concurridos de las procesiones (**Figura 2**). El análisis revela que, aunque el número de publicaciones crece en fechas clave, la calidad de la interacción —en términos *engagement*, es decir, de *likes* y comentarios— también se intensifica, lo que pone de manifiesto la capacidad de la Semana Santa para generar contenido que atrae y moviliza a los usuarios en redes sociales.

Figura 2. Evolución temporal del *engagement* en Instagram



2.4 RESULTADOS: ANÁLISIS DE HASHTAGS MÁS FRECUENTES

A continuación, se muestra **el ranking de hashtags más frecuentes** usados en las publicaciones de Instagram sobre la Semana Santa de León (**Tabla 1**).

Tabla 1. Análisis de la frecuencia de hashtags en Instagram

HASHTAG	POSTS	HASHTAG	POSTS
#semanasantaleon	43	#sabadosantoleon	28
#leonesp	42	#viernessantoleon	28
#semanasanta	34	#lunessantoleon	28
#igssleon	32	#sigma1530	28
#león	30	#miercolessantoleon	28
#martessantoleon	29	#canoneosr	28
#juevessantoleon	29	#domingoderamosleon	28
#canon24105	28	#Viernesdesoloresleon	28
#domingoderesurreccionleon	28	#sabadodepasionleon	28
#canon300	28	#semanasantaleonesa2024	28

2.5 RESULTADOS: RED DE COOCURRENCIAS DE TÉRMINOS EN LOS TEXTOS

El análisis de coocurrencia de palabras clave en los textos de Instagram revela varios **clusters semánticos bien definidos**, que reflejan las principales líneas narrativas y emociones que los usuarios comparten durante la Semana Santa de León.

En primer lugar, se identifica un clúster central de carácter **litúrgico y devocional**, que agrupa términos directamente relacionados con pasos, imágenes y momentos solemnes. En este núcleo destacan palabras como **“procesión”, “cristo”, “paso”, “hermandad” o “cofradía”**, que reafirman la importancia de los aspectos tradicionales y religiosos dentro del relato digital.

Un segundo grupo de palabras conecta con la dimensión **emocional y experiencial** de la celebración. Este clúster integra expresiones como **“emoción”, “orgullo”, “devoción”, “familia” o “gracias”**, que reflejan cómo los usuarios comparten sentimientos de pertenencia, gratitud y admiración, generando una narrativa colectiva cargada de afecto y comunidad.

evidenciando que gran parte de la conversación se concentra en la propia festividad y su desarrollo. **El cuarto tópico** incluye términos relacionados con la **identidad local y la promoción del evento**, como “León”, “leonesp” (posible hashtag), y expresiones que conectan a la comunidad con la Semana Santa (“este”, “nuestra”), señalando un sentido de pertenencia y orgullo local. Finalmente, el **quinto tópico** destaca **términos técnicos vinculados a la fotografía**, tales como “canon”, “markii”, “f28” y “sigma”, lo que indica que las publicaciones incluyen un enfoque visual y estético, haciendo referencia a la captura y calidad de las imágenes compartidas.

Este análisis nos permite entender las conversaciones que se producen en la plataforma social Instagram durante la Semana Santa de León, observándose que se articulan alrededor de la **tradición religiosa, la identidad local y la expresión visual**, integrando aspectos litúrgicos, comunitarios y estéticos.

2.7 RESULTADOS: DETECCIÓN DE PATRONES FOTOGRÁFICOS

Análisis de colores dominantes y estilo visual

Los resultados reflejan de forma aproximada la gama cromática más representativa de cada imagen. En general, se observa una **predominancia de tonos oscuros o neutros**, en coherencia con la **atmósfera solemne y nocturna** de muchas procesiones de la Semana Santa de León (**Figura 4**). Este patrón es coherente con las condiciones de iluminación típicas de los desfiles procesionales, que suelen desarrollarse al atardecer o de noche, generando imágenes de alto contraste y paletas de colores restringidas, **dominadas por negros, marrones y matices cálidos en velas o luces artificiales**. El uso de paletas oscuras, combinadas con elementos de iluminación puntual (cirios, faroles, reflectores), aporta una **estética visual muy característica y con fuerte carga emocional**, que refuerza el sentimiento de devoción y respeto asociado al evento. Este estilo visual contribuye a generar **fotografías de alta expresividad y simbolismo**, que se comparten ampliamente como forma de preservar y difundir la esencia de la celebración.

Figura 4. Ejemplo de post con atmósfera nocturna y oscura



Fuente: <https://www.instagram.com/p/DIMXClUiCjW/>

Clasificación de escenas (multitudes, pasos, retratos, paisajes urbanos)

Los resultados indican que **las escenas clasificadas como Retrato/Grupo pequeño tienden a recibir un nivel de interacción relativamente alto**, evidenciando el interés de la audiencia por contenidos más cercanos y personalizados (**Tabla 2**). En contraste, las escenas de tipo **Multitud**

o **Procesión nocturna** muestran un patrón de *engagement* más moderado (Figura 5), lo que sugiere que las imágenes con menos identificación individual generan menor conexión emocional directa.

Tabla 2. Análisis del *engagement* según las escenas

ESCENAS	LIKES	COMENTARIOS	POSTS
Escena luminosa	368,5	2,0	4
Multitud	86,0	1,33	6
Procesión nocturna	36,4	0	5
Retrato/Grupo pequeño	114,31	2,66	29

Figura 5. Ejemplo de post de escena de multitud



Fuente: https://www.instagram.com/p/DlqgD2fo-uX/?img_index=5

Detección de rostros y análisis de presencia humana

El análisis de rostros en las imágenes ha permitido confirmar que la inclusión de personas incrementa el atractivo de la publicación: los posts con 1–2 rostros obtienen, en promedio, más comentarios que los que no muestran ninguna persona (Tabla 3). Sin embargo, es interesante notar que los posts sin rostros pueden acumular más *likes* en algunos casos, posiblemente debido a la espectacularidad de la escena o la calidad artística de la fotografía.

Tabla 3. Análisis del *engagement* según la cantidad de personas

GRUPOS	LIKES	COMENTARIOS	POSTS
1-2 rostros	133,87	3,0	23
3+ rostros	62,67	1,30	12
Sin rostros	184	0,88	9

Tipo de contenido visual

El análisis comparativo entre formatos de publicación muestra que **los posts en formato carrusel (Sidecar) generan, en promedio, un mayor nivel de interacción** que las publicaciones de imagen única. Específicamente, los carruseles alcanzan una media de aproximadamente 126 *likes* y 1,9 comentarios por publicación, frente a los 85 *likes* y 1,2 comentarios que reciben las imágenes individuales. Esta diferencia sugiere que la audiencia valora positivamente la posibilidad de explorar varias imágenes dentro de una misma publicación, lo que prolonga el tiempo de

visualización y fomenta una experiencia narrativa más rica y detallada. En el contexto de la Semana Santa de León, los carruseles permiten mostrar diferentes ángulos, momentos y detalles de las procesiones en una única publicación, lo que refuerza su atractivo y potencia la viralidad del contenido.

2.8 RESULTADOS: DETECCIÓN DE PUBLICACIONES VIRALES

El análisis de las **cinco publicaciones más virales** evidencia cómo se combinan distintos **tipos de contenidos para captar la atención** y generar interacción en Instagram durante la Semana Santa de León. En primer lugar, **destacan posts institucionales e informativos**, como el mensaje de la Policía Local sobre el dispositivo de seguridad en la Plaza de Regla, que logra el mayor volumen de *likes* y refleja el interés de la ciudadanía por la organización y buen desarrollo de los actos multitudinarios (**Figura 6**). A la par, **contenidos de carácter más personal**, como el post de una creadora de contenido que muestra su *look* en Jueves Santo, demuestran cómo la dimensión social y de estilo se entrelaza con la tradición religiosa, ampliando la audiencia y el alcance de la conversación (**Figura 7**).

Figura 6. Top 1 post más viral



Fuente: <https://www.instagram.com/p/DILXyelosPq/>

Figura 7. Top 2 post más viral



Fuente: https://www.instagram.com/p/DIjJ_T3tuAf/

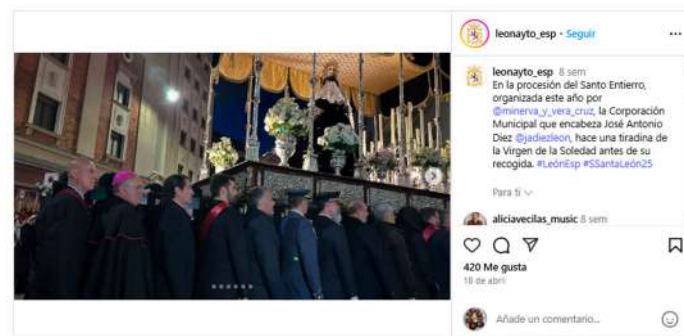
Por otro lado, **imágenes icónicas de la procesión del Domingo de Resurrección (Figura 8)**, del Santo Entierro (Figura 9), y del Señor Resucitado frente a la Catedral, suman cientos de *likes* y refuerzan la conexión emocional de los usuarios con los momentos más significativos de la Semana Santa.

Figura 8. Top 3 post más viral.



Fuente: <https://www.instagram.com/p/DlqgD2fo-uX/>

Figura 9. Top 4 post más viral



Fuente: <https://www.instagram.com/p/DImjCOPoFah/>

3. X (ANTIGUA TWITTER)

3.1 RESULTADOS: ANÁLISIS DE SENTIMIENTO

A continuación, se muestra la **distribución del sentimiento detectado en los tweets** sobre la Semana Santa de León 2025, utilizando la **clasificación multilingüe basada en BERT**. Los resultados reflejan el **predominio de publicaciones positivas**, que representan 101 de los 124 tweets analizados. **El sentimiento negativo aparece en 20 tweets**, mientras que el sentimiento neutro se observa únicamente en 3 publicaciones.

Además, en términos de interacción, se observa que **los tweets negativos registran un promedio de 9,45 likes, 3,15 retweets y 0,25 respuestas por publicación, siendo la categoría con mayor promedio de likes**. Los tweets positivos presentan un promedio de 7,68 likes, 2,42 retweets y 0,18 respuestas, ligeramente inferior al de los tweets negativos en *likes*, pero con un volumen muy superior en número de publicaciones. Por último, **los tweets neutros, aunque escasos**, tienen un promedio de 3 likes y 2,67 retweets, sin generar respuestas. Estos resultados indican que, **aunque el tono general de la conversación en Twitter sobre la Semana Santa de León 2025 es eminentemente positivo**, los tweets con sentimiento negativo tienden a recibir un nivel más alto de interacción promedio por publicación, especialmente en *likes* y *retweets*.

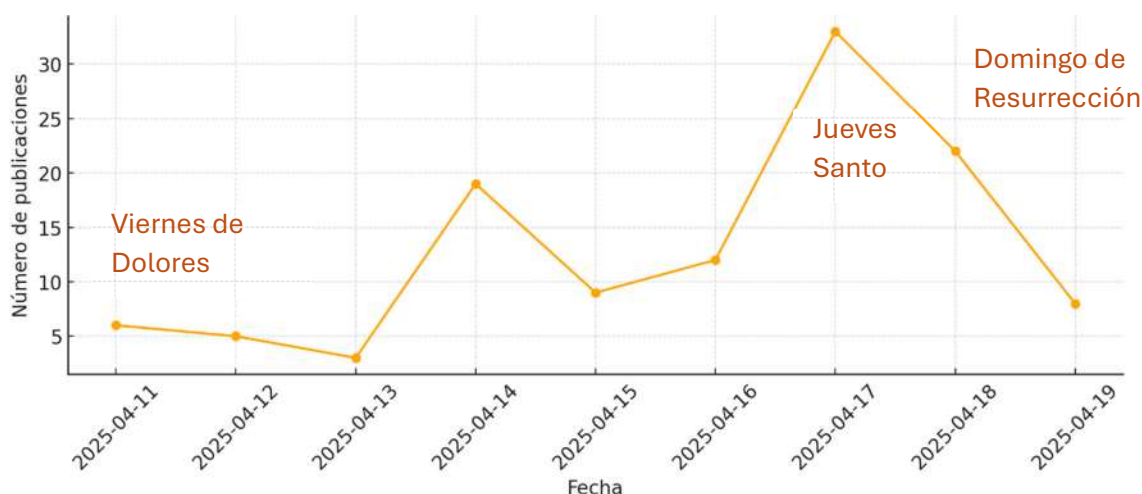
3.2 RESULTADOS: EVOLUCIÓN TEMPORAL DE LAS PUBLICACIONES

La evolución temporal de las publicaciones en X durante la Semana Santa de León 2025 muestra una dinámica claramente asociada a los días centrales de la celebración (**Figura 10**).

A lo largo del periodo analizado, se observa un **volumen inicial moderado de publicaciones** entre los días 11 y 13 de abril, coincidiendo con el inicio de la Semana Santa. A partir del día **14**, el **número de tweets comienza a incrementarse de forma notable**, alcanzando su **punto álgido el 17 de abril**, correspondiente al **Jueves Santo**, que registra el mayor pico de actividad digital. Esta alta participación se mantiene en niveles elevados **durante el Viernes Santo, día 18**, para posteriormente experimentar un descenso progresivo hasta el final del periodo.

Estos resultados reflejan **cómo la conversación en Twitter se intensifica a medida que avanzan las celebraciones litúrgicas y procesionales** más relevantes, evidenciando el interés y la implicación de los usuarios durante los momentos más significativos de la Semana Santa de León.

Figura 10. Evolución temporal de los posts en X



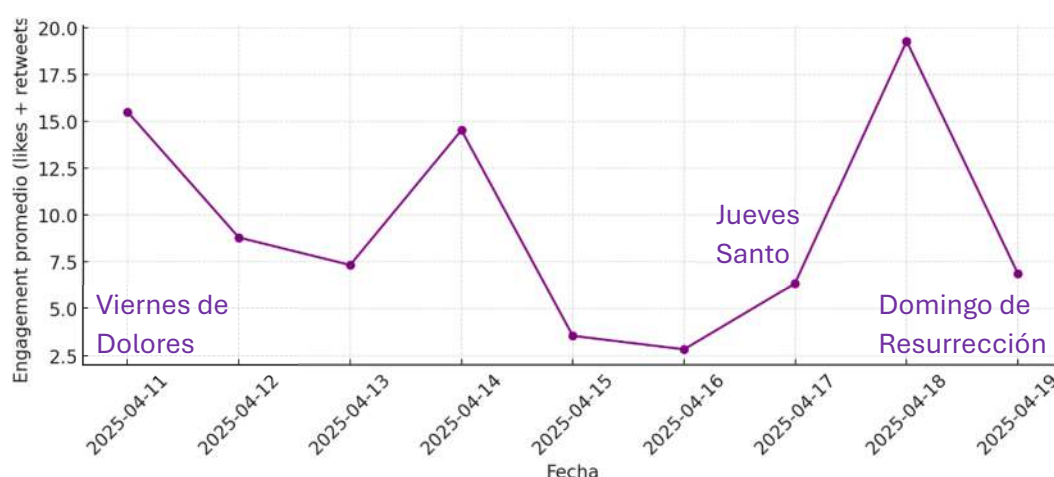
3.3 RESULTADOS: EVOLUCIÓN DEL ENGAGEMENT DE LAS PUBLICACIONES

La evolución del **engagement promedio en Twitter** muestra una dinámica variable a lo largo de la Semana Santa de León 2025 (**Figura 11**).

Se observa un **nivel elevado de interacción al inicio, el 11 de abril**, que disminuye progresivamente en los días siguientes, con un leve repunte el 14 de abril. Sin embargo, es **el 18 de abril, Viernes Santo**, cuando se registra el **pico más alto de engagement promedio**, reflejando el gran interés y la participación activa de los usuarios durante uno de los días más emblemáticos de la celebración.

Tras este máximo, **el engagement desciende nuevamente hacia el final del periodo analizado**. Estos resultados evidencian cómo la interacción en X alcanza sus cotas más elevadas en los días centrales y de mayor relevancia litúrgica de la Semana Santa.

Figura 11. Evolución temporal del *engagement* en X



3.4 RESULTADOS: ANÁLISIS DE HASHTAGS MÁS FRECUENTES

El análisis de los hashtags más utilizados en X durante la Semana Santa de León 2025 revela **una fuerte conexión entre las publicaciones y la identidad local y religiosa de la celebración (Tabla 4)**. El **hashtag más recurrente es #leonesp**, que sitúa la conversación en un marco geográfico concreto, reforzando la dimensión territorial del evento. Le siguen **#semanasanta** y **#leonciudaddesemanasanta**, ambos directamente relacionados con la festividad, reflejando la intención de los usuarios de **visibilizar su contenido** dentro de un contexto de celebración colectiva y devoción.

Destacan también hashtags vinculados a los días clave de la Semana Santa, como **#juevesanto** y **#viernesanto**, así como términos propios de la liturgia y la tradición procesional, como **#procesion**, **#cofradia**, **#cristo**, **#virgen**, **#nazareno** o **#paso**, que aluden a imágenes, hermandades y figuras religiosas. La **presencia de hashtags institucionales y mediáticos**, como **#ssantaleon25** y **#latelevisióndelasemanasanta**, pone de manifiesto la participación activa de medios de comunicación y organizaciones oficiales en la conversación digital, actuando como nodos de difusión de información y generadores de *engagement*.

En conjunto, estos resultados evidencian que **X funcionó como un espacio de expresión de fe y orgullo local**, así como un canal de información y retransmisión de los eventos más relevantes de la Semana Santa leonesa.

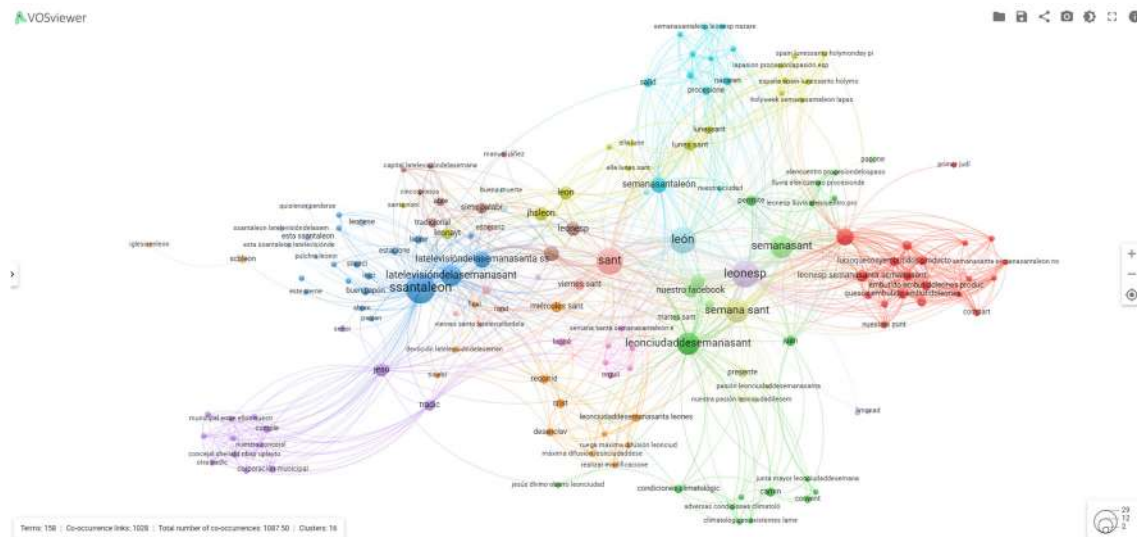
Tabla 4. Análisis de la frecuencia de hashtags en X

HASHTAG	POSTS	HASHTAG	POSTS
#leonesp	45	#viernesanto	9
#semanasanta	30	#paso	8
#leonciudaddesemanasanta	29	#hermandad	8
#latelevisióndelasemanasanta	25	#papones	7
#ssantaleon25	18	#nazareno	6
#procesion	14	#santa	6
#juevesanto	13	#cristoencoronadodeespinas	5
#cofradia	12	#solemnidad	5
#cristo	10	#procesionesleon	5
#virgen	9		

3.5 RESULTADOS: RED DE COOCURRENCIAS DE TÉRMINOS EN LOS TEXTOS

El análisis de coocurrencia de términos en los tweets publicados durante la Semana Santa de León 2025 revela 16 clústeres temáticos diferenciados, que permiten comprender las principales conversaciones y focos de interés de los usuarios en X (**Figura 12**).

Figura 12. Red de coocurrencias de términos en los textos



El **Clúster 1**, de **color rojo** (Figura 12), agrupa términos relacionados con la **promoción gastronómica local**, incluyendo menciones a **productos típicos como embutidos, quesos y chorizo**, así como nombres de marcas o comercios específicos. Esta agrupación refleja la relevancia del consumo gastronómico y la promoción de productos leoneses durante estas fechas, integrándose en la conversación religiosa y turística.

El **Clúster 2**, de **color azul oscuro**, está formado por términos vinculados a las **condiciones climatológicas y la organización de los eventos**, con palabras como “condiciones”, “climatológicas”, “adversas” y menciones a la Junta Mayor. Este cluster sugiere preocupaciones logísticas y comunicados relacionados con posibles cancelaciones o modificaciones de las procesiones debido a la meteorología.

El **Clúster 3**, en **azul celeste** recoge términos sobre retransmisiones y cobertura mediática, con nodos destacados como “latelevisión delasemanasanta” y “ssantaleon”, evidenciando la importancia de la televisión local y plataformas digitales como vehículo de difusión de las procesiones.

El **Clúster 4**, en **verde claro** incluye días específicos de la Semana Santa (lunes santo, martes santo) y términos en inglés relacionados con la proyección internacional del evento (holymonday, holyweek, Spain), indicando publicaciones destinadas a un público global o turístico.

El **Clúster 5**, en **color morado** contiene términos vinculados a instituciones locales, como “concejal” o “corporación municipal”, reflejando la presencia y participación institucional en los eventos y la comunicación pública.

El **Clúster 6**, de **color naranja** centra en términos litúrgicos y de las procesiones, como “nazareno”, “procesione” o “salid”, reflejando la dimensión devocional y organizativa de los desfiles procesionales.

El **Clúster 7**, de **color rosa** integra menciones a imágenes religiosas y pasos, como “cristo”, “desenclav”, “tiniebl” y “recorrid”, mostrando la conversación sobre actos específicos y símbolos religiosos de la Semana Santa leonesa.

3.6 RESULTADOS: ANÁLISIS DE TEMÁTICAS (*topic modeling*)

El análisis de temáticas mediante LDA revela que la conversación en X durante la Semana Santa de León 2025 se estructura alrededor de cinco grandes áreas de contenido.

El primer tema recoge términos que hacen **referencia general a la celebración**, combinando palabras como “santa”, “santo” y la etiqueta “leonciudaddesemanasanta”, lo que sugiere publicaciones de carácter descriptivo o institucional vinculadas a la marca ciudad y al evento en su conjunto. **El segundo tema** está formado por palabras como “santo”, “procesión” y “latelevisióndelasemanasanta”, reflejando la **relevancia de la retransmisión televisiva** y la cobertura de los principales actos litúrgicos durante estas fechas. **El tercer tema** integra hashtags oficiales como “semanasantaleon” y “semanasanta2025” junto a *menciones directas a procesiones*, indicando un uso comunicativo orientado a la categorización y difusión de contenidos por parte de los usuarios y entidades organizadoras. **El cuarto tema** agrupa palabras de carácter religioso y reflexivo como “semana”, “santa” y “pasión”, evidenciando publicaciones con un **tono más devocional** centradas en la experiencia espiritual de la Pasión de Cristo. Finalmente, **el quinto tema** presenta términos como “buen”, “la8leon”, “procesión” y “cofradía”, que apuntan a **valoraciones positivas de los actos celebrados**, menciones a cofradías concretas y referencias a la cadena de televisión local que cubre la Semana Santa leonesa.

3.7 RESULTADOS: DETECCIÓN DE PATRONES FOTOGRÁFICOS

Análisis de colores dominantes y estilo visual

El análisis cromático de las imágenes publicadas en X durante la Semana Santa de León 2025 muestra una paleta **dominada por tonos oscuros y neutros, principalmente negros, marrones, grises y matices cercanos al beige**, combinados en menor proporción con colores cálidos como dorados y anaranjados (**Figura 13**).

Figura 13. Ejemplo de post con la paleta cromática predominante (tonos oscuros y cálidos)



Fuente: <https://x.com/LeonPolicia/status/1913172522373165494>

Esta combinación refleja **la sobriedad estética característica de las procesiones leonesas**, marcada por los hábitos oscuros de los cofrades, los detalles dorados de los pasos y la iluminación tenue de la noche.

El predominio **de colores oscuros y cálidos contribuye a la creación de un estilo visual coherente con el tono solemne y tradicional de la celebración**, reforzando la percepción de seriedad, devoción y respeto asociada a la Semana Santa en el imaginario colectivo (**Figura 14**).

Figura 14. Ejemplo de post con predominancia de paleta cromática oscura y cálida



Fuente: <https://x.com/SSantaLeon/status/1913004546433171867>

Clasificación de escenas (multitudes, pasos, retratos, paisajes urbanos)

El análisis del *engagement* según las escenas representadas en las imágenes de Twitter durante la Semana Santa de León 2025 revela **patrones diferenciados en función del tipo de contenido visual**. Las **escenas luminosas, caracterizadas por colores dominantes de alto brillo**, obtuvieron un promedio de 3,71 *likes* y 0,29 comentarios por publicación, reflejando un nivel de interacción moderado. Las imágenes **clasificadas como procesión nocturna**, definidas por tonos oscuros y composición de paisaje o cuadrada, alcanzaron un *engagement* ligeramente superior, con una media de 9,93 *likes* y 0,19 comentarios, lo que sugiere que las fotografías nocturnas de pasos y procesiones generan especial interés entre los usuarios, posiblemente por su estética solemne y la iluminación característica de estos actos.

Por su parte, las **imágenes categorizadas como retrato o grupo pequeño**, que incluyen tanto primeros planos de cofrades como fotos de asistentes en pequeños grupos, registraron un promedio de 4,89 *likes* y 0,11 comentarios, evidenciando un nivel de interacción menor respecto a las procesiones nocturnas, pero superior al de las escenas luminosas en términos de *likes*. Cabe destacar que **no se identificaron publicaciones clasificadas bajo la categoría multitud** (definida como paisaje con más de dos rostros visibles) en la muestra analizada, lo que indica la

escasez de imágenes que muestren grandes aglomeraciones de personas con rostros reconocibles, probablemente debido al tipo de fotografías compartidas o a las limitaciones en la detección automática de rostros en escenas multitudinarias (**Figura 15**).

Figura 15. Ejemplo de post con colores dominantes oscuros y con paisaje o cuadradas



Fuente: <https://x.com/Guichosoto/status/1912079158798131493>

Finalmente, la categoría “Otras”, que agrupa imágenes no clasificadas debido a su alta diversidad de contenido, **mostró un engagement elevado, con una media de 9,34 likes y 0,36 comentarios**, posicionándose como el grupo con mayor número de publicaciones (107 posts) y un nivel de interacción similar al de las procesiones nocturnas. Este patrón sugiere que, aunque las imágenes nocturnas concentran la atención visual de los usuarios, existe también un volumen importante de publicaciones diversas que generan una interacción significativa, reflejando la riqueza de contenidos compartidos.

Detección de rostros y análisis de presencia humana

El análisis de detección de rostros en las imágenes publicadas en X durante la Semana Santa de León 2025 revela que la **presencia humana identificable en las fotografías es relativamente baja (Figura 16)**.

De las imágenes analizadas, aproximadamente **un tercio incluye al menos un rostro**, siendo la mayoría de estas imágenes **clasificadas como retrato o grupo pequeño (1-2 rostros)**. Las imágenes que muestran más de **dos rostros son prácticamente inexistentes**, lo que sugiere que los usuarios no suelen fotografiar grandes grupos de personas con rostros visibles o que estas imágenes no se publican de forma prioritaria en la plataforma. Esto puede deberse tanto a la naturaleza del evento, que favorece las imágenes de pasos y escenas procesionales, como a la elección consciente de los usuarios de evitar mostrar multitudes con rostros identificables, posiblemente por respeto a la privacidad o por preferencias estéticas.

Figura 16. Ejemplo de post incluye al menos un rostro



Fuente: <https://x.com/Aspaceleon/status/1912036044410601693>

El *engagement* asociado a las **imágenes con presencia humana presenta matices relevantes**. Las **imágenes sin rostros obtienen en general un mayor *engagement***, mayor promedio de *likes* (9,17) y comentarios (0,32), en comparación con las imágenes que muestran 1-2 rostros, que registran 4,89 *likes* y 0,11 comentarios promedio. Este patrón sugiere que **los usuarios de Twitter valoran especialmente las imágenes centradas en los pasos procesionales**, los detalles ornamentales o las escenas urbanas que transmiten el ambiente general de la Semana Santa sin focalizarse en personas específicas.

Sin embargo, **las imágenes que contienen rostros, aunque generan un menor número de reacciones**, desempeñan un papel importante en la construcción de la narrativa experiencial del evento, al reflejar la vivencia individual o de pequeños grupos, así como el orgullo de participación y la pertenencia a la comunidad cofrade. La baja frecuencia de imágenes con varios rostros y el mayor *engagement* en publicaciones sin presencia humana directa reflejan la preferencia de los usuarios por compartir contenidos que documenten la solemnidad, el simbolismo religioso y la dimensión estética de la Semana Santa de León, más que su dimensión social o grupal en términos de multitudes reconocibles.

Tipo de contenido visual

El análisis de los diferentes tipos de contenido visual publicados en X durante la Semana Santa de León 2025 revela patrones diferenciados de *engagement* según la estructura y los recursos comunicativos utilizados en los posts.

En primer lugar, se observa que las publicaciones que **incluyen tres imágenes** obtuvieron el promedio más alto de *likes* (12,67) y comentarios (1,17), además de un nivel elevado de menciones (0,83) y compartidos (2,00). Este resultado sugiere que compartir varias imágenes en un único post potencia la interacción de los usuarios, posiblemente porque permite mostrar distintas perspectivas de la procesión o del evento, generando un relato visual más completo que favorece la atención y el interés (**Figura 17**).

Figura 17. Ejemplo de post incluye al menos tres fotografías



Fuente: <https://x.com/JADIEZLEON/status/1911859895705481594>

Asimismo, los **posts con vídeo** mostraron un *engagement* muy elevado, con un promedio de 12,44 *likes* y 4,59 compartidos, además de un nivel relativamente alto de comentarios (0,32) y menciones (0,24). Esta tendencia confirma la capacidad de los vídeos para captar la atención y fomentar la viralidad en Twitter, especialmente durante eventos culturales que combinan música, movimiento y sonido ambiental como las procesiones de Semana Santa, donde los vídeos permiten una experiencia inmersiva que las imágenes no logran (**Figura 18**).

Figura 18. Ejemplo de post incluye un vídeo



Fuente: <https://x.com/DDValderrueda/status/1911859291872743771>

Por su parte, los posts con **cuatro imágenes** mantuvieron un *engagement* intermedio, con 6,45 *likes* promedio y niveles moderados de compartidos (1,64) y menciones (0,27), mientras que los posts con una sola imagen, si bien son los más frecuentes (32 publicaciones), presentan un *engagement* inferior en comparación con las publicaciones más ricas visualmente, con un promedio de 4,75 *likes* y 1,75 compartidos. Este resultado refleja que, aunque el formato de imagen única sigue siendo habitual, la combinación de varias imágenes incrementa la percepción de valor en el contenido compartido.

En contraste, los posts **sin ningún contenido visual (44 publicaciones)** registraron los niveles de **engagement más bajos** en términos de *likes* (3,20) y compartidos (1,43), aunque su número promedio de comentarios (0,23) es similar al de los vídeos, lo que sugiere que, aunque las publicaciones textuales generan menor reacción visual, mantienen un rol conversacional, especialmente para expresar opiniones, emociones religiosas o reflexiones sobre el evento.

En cuanto a los recursos digitales, **los posts con URLs** (4 publicaciones) alcanzaron un promedio de 5 *likes* y 2,25 compartidos, además de un nivel relativamente alto de comentarios (0,50), lo que evidencia que, cuando se comparten enlaces relevantes, estos generan interacción y fomentan la discusión o el acceso a información adicional.

Finalmente, **los posts que incluyen emojis** (34 publicaciones) presentaron un *engagement* intermedio, con 5,94 *likes* y 2,15 compartidos, indicando que los emojis funcionan como recurso expresivo y de conexión emocional con la audiencia, aunque no necesariamente como un controlador principal de *likes* masivos.

3.8 RESULTADOS: DETECCIÓN DE PUBLICACIONES VIRALES

El análisis de las cinco publicaciones más virales en X durante la Semana Santa de León 2025 revela cómo diferentes tipos de contenido **consiguen captar la atención y generar interacción entre los usuarios**.

En primer lugar, destaca el perfil @987tv_es, que acapara tres de las cinco publicaciones más virales. Su tweet más popular, con 114 *likes* y 31 *retweets*, describe con gran impacto visual y emocional un momento destacado de la procesión, generando una respuesta inmediata en la audiencia con su descripción “¡¡Pelos de punta!! El giro de 90° en la cu...” (**Figura 19**). Otro tuit de esta cuenta, con un tono más reflexivo y religioso, también alcanzó altos niveles de interacción, demostrando la capacidad de combinar contenido visual y textual para maximizar el *engagement* (**Figura 20**). Además, la cuenta @DDValderrueda logró posicionar un tweet con 48 “me gusta” y 12 *retweets* que destaca la “*mágica salida del Nazareno en la procesión*”, transmitiendo la emoción y solemnidad del evento a través de una narrativa cercana. La interacción en este caso se ve reforzada por la presencia de comentarios, lo que sugiere un mayor nivel de conversación en torno al contenido (**Figura 21**).

El perfil oficial de la Semana Santa de León, @SSantaLeon, aparece entre los cinco más virales con una publicación emotiva que celebra la resurrección, titulada “*El señor ha resucitado: ¡Aleluya! Feliz Pascua...*”, que generó 33 “me gusta” y 12 *retweets*, además de un comentario, evidenciando el interés por mensajes institucionales que transmiten el espíritu religioso de la festividad (**Figura 22**). Finalmente, otro tweet de @987tv_es relacionado con la “Sagrada Cena” completó el top 5, con 22 “me gusta” y 8 *retweets*, confirmando que tanto las publicaciones informativas como las narrativas visuales y religiosas son clave para maximizar la interacción en Twitter durante la Semana Santa (**Figura 23**).

Podemos concluir que X, durante la Semana Santa de 2025, se construye a partir de una combinación de **contenido visual potente, mensajes religiosos emotivos y narrativas que conectan con la tradición y la comunidad leonesa**.

Figura 19. Top 1 post más viral en X



Fuente: https://x.com/987tv_es/status/1913200973834596539

Figura 20. Top 2 post más viral en X



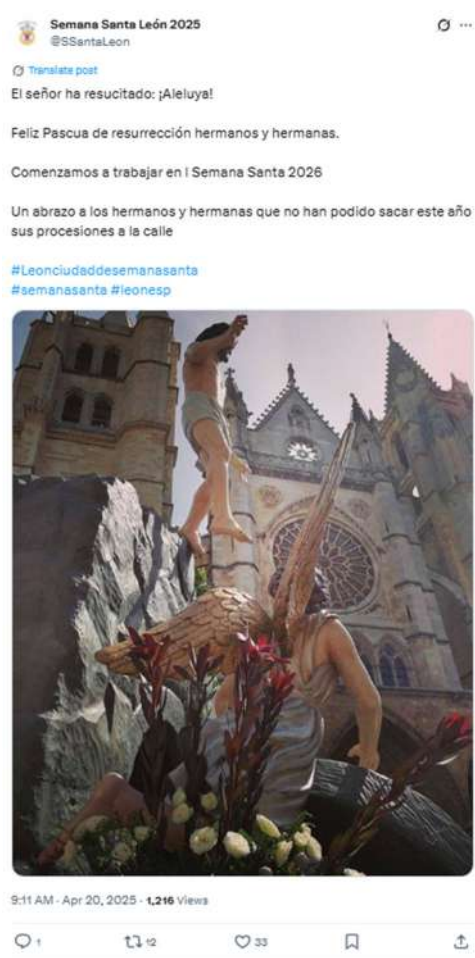
Fuente: https://x.com/987tv_es/status/1913213333244621153

Figura 21. Top 3 post más viral en X



Fuente: <https://x.com/DDValderrueda/status/1911859291872743771>

Figura 22. Top 4 post más viral en X



Fuente: <https://x.com/SSantaLeon/status/1913852891850305878>

Figura 23. Top 5 post más viral en X



Fuente: https://x.com/987tv_es/status/1913182503843594488

4. TIKTOK

4.1 RESULTADOS: ANÁLISIS DE SENTIMIENTO

El análisis de sentimiento de publicaciones en TikTok sobre la Semana Santa de León 2025, realizado mediante el modelo multilingüe **BERT**, muestra que la mayoría de los posts son neutrales (180 de 313). Las **publicaciones positivas suman 93 y las muy positivas 15**, reflejando una proporción relevante de contenido emocionalmente favorable. Por el contrario, las publicaciones negativas son 21 y las muy negativas solo 4.

En términos de interacción, los posts neutrales obtienen un promedio de 12.864 *likes*, 127 comentarios y 1.800 compartidos, indicando un *engagement* moderado. Las publicaciones positivas presentan **promedios más altos en likes (24.957) y compartidos (3.903)**, aunque con menos comentarios. Las muy positivas logran los valores más altos de *likes* (34.712) y compartidos (5.379), pero generan menos comentarios. Por otro lado, **las publicaciones negativas generan más comentarios (375)** y compartidos (5.640), aunque con menos *likes* (3.486), sugiriendo que el contenido negativo fomenta debates más intensos. Las muy negativas, siendo escasas, muestran bajos niveles de interacción en todas las métricas.

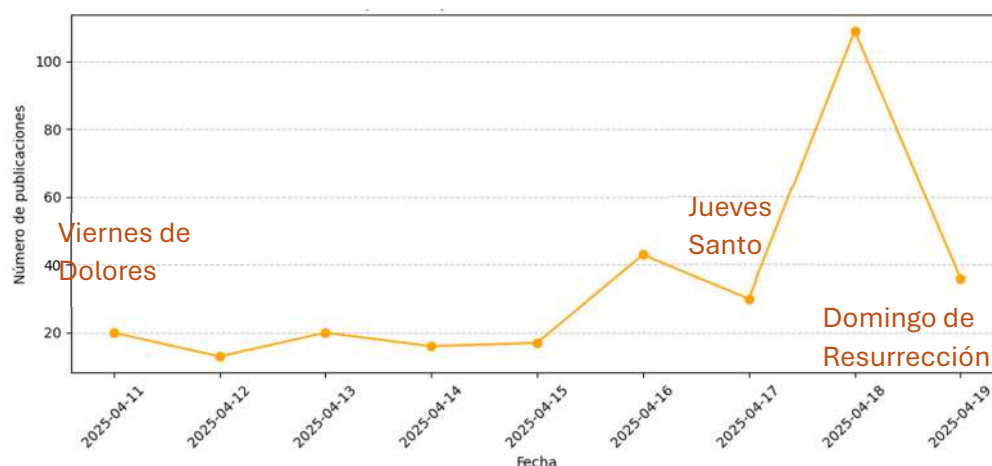
Comparando metodologías, **el análisis lexicográfico básico clasificó la mayoría de las publicaciones como neutrales (291 de 304, un 95,7 %)**, mostrando su limitada capacidad para detectar matices emocionales en textos breves y coloquiales. Este método identificó solo 11 posts negativos y 2 positivos. En cambio, el modelo BERT reveló una distribución más equilibrada y matizada de sentimientos y permitió asociar mejor la intensidad emocional con las métricas de interacción.

4.2 RESULTADOS: EVOLUCIÓN TEMPORAL DE LAS PUBLICACIONES

La evolución temporal de las publicaciones en TikTok durante la Semana Santa de León 2025 muestra una dinámica claramente asociada a los días centrales de la celebración (**Figura 24**).

Durante los primeros días del periodo analizado, entre el 11 y el 13 de abril, se observa un volumen moderado de publicaciones. A partir del 14 de abril, el número de publicaciones comienza a incrementarse de manera sostenida, alcanzando un primer pico el 16 de abril. **El punto máximo de actividad digital** se registra el 18 de abril, coincidiendo con uno de los días más importantes de la Semana Santa, momento en el que la participación en TikTok se dispara notablemente con más de 100 publicaciones. Tras este pico, el volumen de publicaciones desciende el 19 de abril, aunque mantiene un nivel relativamente alto.

Figura 24. Evolución temporal de los posts de TikTok



4.3 RESULTADOS: EVOLUCIÓN DEL ENGAGEMENT DE LAS PUBLICACIONES

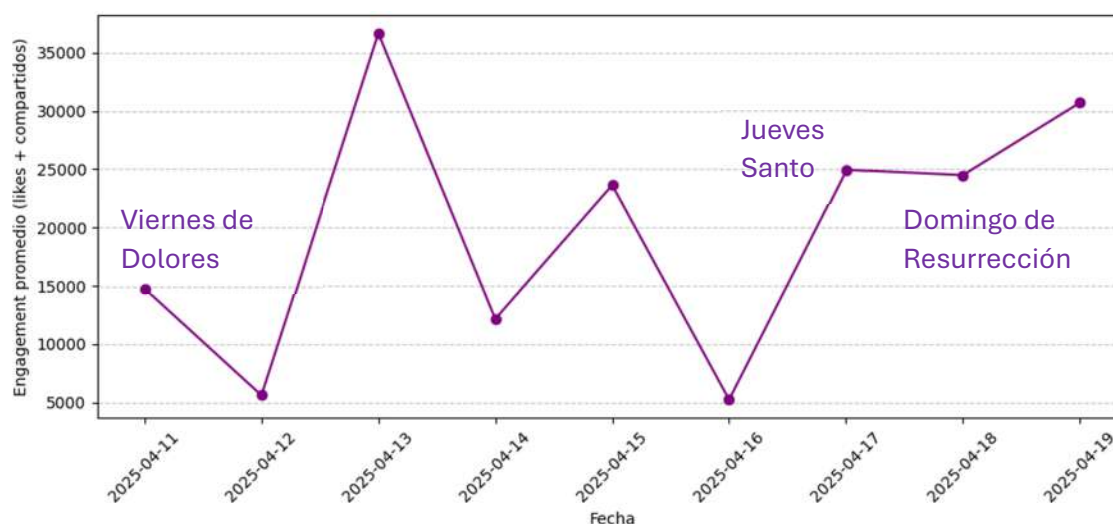
La evolución del *engagement* en TikTok durante la Semana Santa de León 2025, medido como la suma promedio de *likes* y compartidos diarios, presenta un comportamiento fluctuante a lo largo del periodo analizado (**Figura 25**).

Se observa un **primer pico notable el 13 de abril**, que marca un incremento considerable en la interacción promedio por publicación. Tras una ligera caída el día 14, la tendencia vuelve a subir y **alcanza nuevos máximos el 15 y el 17 de abril**, días clave en la celebración litúrgica.

Aunque el ***engagement* disminuye levemente el 16 de abril**, se recupera de forma sostenida hasta llegar a otro pico el 19 de abril, cerrando el periodo con un alto nivel de interacción.

Estos patrones reflejan que **el interés y la participación de los usuarios no solo se concentran en los días centrales de la Semana Santa**, sino que también **se mantiene un dinamismo antes y después** de los eventos principales. La **variabilidad del *engagement* indica que ciertos contenidos generan picos de atención excepcionales**, destacando la naturaleza dinámica y competitiva de la conversación en TikTok.

Figura 25. Evolución temporal del *engagement* de TikTok



4.4 RESULTADOS: ANÁLISIS DE HASHTAGS MÁS FRECUENTES

Durante el periodo analizado de la Semana Santa de León 2025 en TikTok, se identificaron los hashtags más frecuentes que los usuarios emplearon para etiquetar sus publicaciones y así contextualizar sus contenidos dentro de la conversación digital (**Tabla5**).

El hashtag predominante fue #semanasanta, presente en 208 publicaciones, lo que confirma el **foco temático central del evento religioso y cultural**. Le siguieron otros hashtags relacionados directamente con la localización y el evento, como #leon (143 veces), #leonesp (53), y #semanasantaleon (32), que subrayan el **interés específico en la ciudad de León** y sus celebraciones. En la lista también aparecen etiquetas relacionadas con **fechas concretas dentro de la Semana Santa**, como #juevesanto (27) y #lunesanto (14), reflejando la segmentación temporal y la relevancia de días específicos para la comunidad usuaria. Además, se detectan **hashtags que amplían el contexto a temas turísticos y de ocio**, como #vacaciones (24), junto a etiquetas populares propias de TikTok como #fyp (22) y #viral_video (15), que indican estrategias para aumentar la visibilidad y alcance de los contenidos.

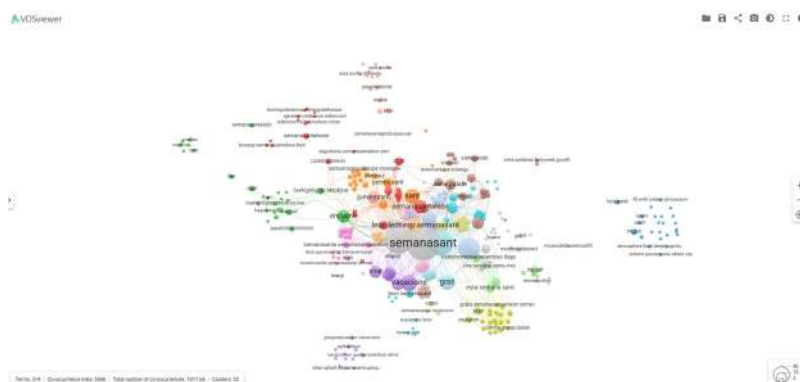
Tabla 5. Análisis de la frecuencia de hashtags en TikTok

HASHTAG	FRECUENCIA
#semanasanta	208
#leon	143
#leonesp	53
#semanasantaleon	32
#semanasanta2025	28
#juevessanto	27
#vacaciones	24
#procesion	19
#quehacerenleon	15
#lunessanto	14

4.5 RESULTADOS: RED DE COOCURRENCIAS DE TÉRMINOS EN LOS TEXTOS

El análisis de coocurrencia de términos en los textos publicados en TikTok durante la Semana Santa de León 2025 revela una red compuesta por múltiples clústeres temáticos claramente diferenciados, que facilitan la comprensión de las principales temáticas y focos de interés presentes en la conversación digital (**Figura 26**).

Figura 26. Red de coocurrencias de términos en los textos de TikTok



La red detecta al menos **20 clústeres** que abarcan desde **la promoción cultural y turística hasta aspectos litúrgicos, sociales y emocionales vinculados a la celebración**. Por ejemplo, el **Clúster 1** agrupa términos relacionados con **la promoción de la gastronomía y productos típicos leoneses**, reflejando el interés por aspectos culturales y tradicionales integrados en la celebración.

Otros clústeres recogen temáticas como la **organización y logística de eventos, la cobertura mediática y retransmisiones en vivo, la proyección internacional del evento** (con términos en inglés que indican difusión global), y la presencia de instituciones y cofradías en la Semana Santa. También se destacan agrupaciones que reflejan el simbolismo religioso y los ritos procesionales, con términos relacionados con nazarenos, pasos y celebraciones específicas como Jueves Santo y Viernes Santo.

El análisis destaca **cómo los usuarios combinan expresiones de orgullo local y sentimiento religioso** con promoción turística y comunicación institucional, configurando una conversación

multidimensional que refleja la riqueza social, cultural y económica del evento en el entorno digital.

4.6 RESULTADOS: ANÁLISIS DE TEMÁTICAS (*topic modeling*)

El análisis temático mediante LDA sobre las publicaciones de TikTok relacionadas con la Semana Santa de León 2025 permitió identificar cinco temas principales que estructuran la conversación digital en esta plataforma.

El topic 1 se centra en la dimensión religiosa y devocional, con términos destacados como “jesús”, “nazareno”, “semanasanto” y “dulce”, evidenciando la presencia de contenido que remite a símbolos y personajes centrales de la festividad, así como referencias culturales asociadas. **El topic 2 refleja aspectos turísticos y de ocio**, incluyendo palabras como “fyp” (For You Page), “vacación”, “procesion” y “quehacerenleon”, lo que indica la integración de la Semana Santa con actividades recreativas y la promoción turística en redes sociales. **El topic 3 destaca conexiones internacionales y culturales**, con términos como “tradición”, sugiriendo una comunidad extendida que participa o sigue las celebraciones desde otras regiones, además de la relevancia de la tradición y relatos en vivo (“live”). **El topic 4 está relacionado con la organización y contexto local del evento**, con palabras como “ciudad”, “abril”, “procesión” y “león”, señalando la importancia de la identidad territorial y la concreción temporal de las celebraciones. Finalmente, el **topic 5 engloba términos vinculados a las festividades religiosas y elementos** característicos de Pascua, como “pascua”, “huevo” y “gratis”, junto a referencias a actividades y nombres propios que aparecen en la conversación.

4.7 RESULTADOS: DETECCIÓN DE PATRONES FOTOGRÁFICOS

Análisis de colores dominantes y estilo visual

El análisis cromático de las imágenes extraídas de publicaciones en TikTok durante la Semana Santa de León 2025 revela una paleta dominada por **tonos oscuros y neutros, principalmente negros, marrones y grises, combinados con matices cálidos como dorados y ocre**. Esta composición cromática refleja la sobriedad y solemnidad característica de las procesiones leonesas, evocando los hábitos oscuros de los cofrades, la ornamentación dorada de los pasos y la luz tenue propia de los actos nocturnos.

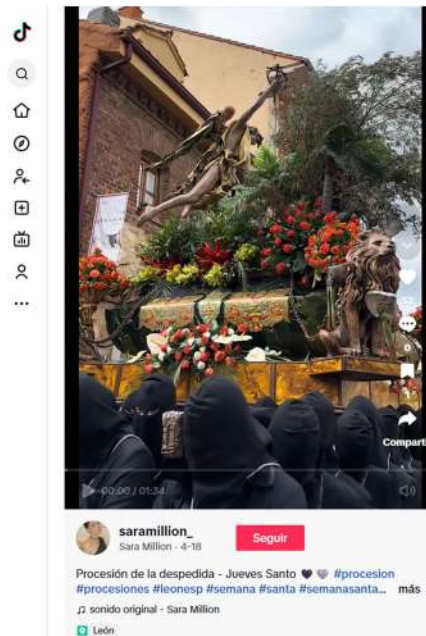
Figura 27. Ejemplo de post con la paleta cromática predominante (tonos oscuros y cálidos)



Fuente: <https://www.tiktok.com/@luurgueez/video/7494239386293292310>

La **prevalencia de colores oscuros y cálidos contribuye a un estilo visual coherente con el ambiente reverente y tradicional de la celebración**, reforzando en la audiencia una percepción de respeto, devoción y arraigo cultural. Esta armonía cromática también facilita la identificación inmediata del evento y fortalece la imagen visual de la Semana Santa en la comunidad digital.

Figura 28. Ejemplo de post con predominancia de paleta cromática oscura y cálida



Fuente: https://www.tiktok.com/@saramillion_/video/7494421943630777622

Al desglosar los resultados según el tipo de escena visual identificada en las publicaciones, observamos diferencias en el *engagement* promedio medido en *likes*, reproducciones, compartidos, comentarios y colecciones. Se han identificado cuatro categorías principales de tonalidades dominantes: tonos claros, tonos cálidos, tonos fríos y tonos oscuros. A continuación, se presentan los principales resultados asociados a cada categoría cromática, así como su relación con las métricas de *engagement*.

Las imágenes con **predominancia de tonos cálidos** mostraron un **mayor nivel de interacción**, con valores significativamente superiores en *likes*, reproducciones, compartidos, comentarios y colecciones en comparación con las otras categorías. Esto sugiere que los contenidos visuales con paletas cálidas, que incluyen colores como dorados, anaranjados y marrones, resultan más atractivos para los usuarios.

Las fotografías **dominadas por tonos fríos, como azules y verdes**, también **generaron un *engagement* considerable**, aunque menor que las cálidas. Por su parte, las imágenes con tonos claros y tonos oscuros presentaron niveles de interacción bajos, probablemente debido a su menor presencia o a una estética menos llamativa para la audiencia en esta temática.

Este patrón confirma la **importancia de la elección cromática** en la creación de contenidos visuales efectivos para la promoción y difusión de eventos culturales, donde el color no solo influye en la estética, sino también en la percepción y respuesta del público.

Clasificación de escenas (multitudes, pasos, retratos, paisajes urbanos)

Mediante técnicas de visión artificial se clasificaron las imágenes en función de **la cantidad y presencia de rostros humanos y características visuales** en cinco categorías: procesión nocturna, retrato o grupo pequeño, sin rostros, multitud y otras. Esta clasificación facilita la comprensión del tipo de contenido visual predominante y su impacto en la interacción del público.

La mayoría de las **imágenes corresponden a escenas de procesión nocturna (108 posts) y retratos o grupos pequeños (125 posts)**, evidenciando un enfoque en momentos íntimos y personales dentro de la celebración. Las imágenes de procesión nocturna registraron un **promedio de 9,93 likes, 198.554 reproducciones, 1.660 compartidos, 223 comentarios y 987 colecciones**, mostrando una interacción notable, especialmente en comentarios y colecciones, probablemente asociada a la carga emocional y solemnidad de estas escenas.

Las imágenes categorizadas como **retratos o grupos pequeños, que incluyen primeros planos** de cofrades y asistentes en pequeños grupos, obtuvieron un promedio superior de *likes* (24,99) y compartidos (3.732) respecto a la procesión nocturna, pero menor número de comentarios (137). Esto sugiere que los usuarios valoran y comparten más estos contenidos personales, aunque generan menos discusión.

Las **fotos sin rostros (71 posts)**, que pueden incluir paisajes, detalles o escenas generales sin personas visibles, mostraron un *engagement* intermedio con 16,47 *likes* promedio y 183 comentarios, evidenciando que este tipo de imágenes también capturan el interés y generan interacción, especialmente en comentarios, quizás por su valor documental o artístico.

Por otro lado, **no se detectaron posts que cumplieran con la categoría de multitud**, definida como escenas con más de dos rostros visibles, lo que puede deberse a la dificultad técnica de detectar rostros en grandes aglomeraciones o al tipo de imágenes compartidas.

Finalmente, **la categoría otras, que agrupa imágenes con contenidos variados y sin clasificación** precisa, tuvo un *engagement* promedio similar a las procesiones nocturnas, con 9,34 *likes* y 0,36 comentarios, y fue la segunda con mayor número de publicaciones (107). Esto refleja la diversidad y riqueza del contenido compartido durante la Semana Santa.

Los resultados indican que tanto las escenas íntimas y personales como las procesiones nocturnas son los contenidos que mayor atención e interacción generan en TikTok.

Figura 29. Ejemplo de post con colores dominantes oscuros



Fuente: <https://www.tiktok.com/@javifper/video/7494786005074119959>

Las escenas clasificadas como **retratos o grupos pequeños**, que suelen mostrar personas en primer plano con un estilo visual más cálido y cercano, **generan el mayor *engagement* en términos de likes, reproducciones y compartidos**. Este tipo de contenido visual destaca por transmitir cercanía y emoción, lo que potencia la interacción del público.

En contraste, las **procesiones nocturnas**, caracterizadas por paletas oscuras y tonos neutros que reflejan la solemnidad y tradición, **muestran un *engagement* moderado pero consistente**, especialmente en colecciones y comentarios, indicando un interés sostenido en el contenido cultural y espiritual.

Las **publicaciones sin rostros** predominantes exhiben una **interacción intermedia**, mientras que las escenas de multitudes y otras categorías presentan menor *engagement* promedio, lo que puede atribuirse a la menor conexión emocional o visual directa con los espectadores.

Detección de rostros y análisis de presencia humana

El análisis de detección de rostros en las imágenes publicadas en TikTok durante la Semana Santa de León 2025 revela **distintos niveles de presencia humana identificable**. Las imágenes se clasificaron en tres categorías según la cantidad de rostros detectados: “sin rostros” (0 rostros visibles), “retratos o grupo pequeño” (1-2 rostros) y “multitud” (3 o más rostros).

Los resultados muestran que **la mayoría de las imágenes corresponden a las categorías “retratos o grupo pequeño” (125 publicaciones) y “multitud” (108 publicaciones) (Figura 30)**, mientras que las imágenes sin rostros son algo menos frecuentes (71 publicaciones). Esta distribución indica que, aunque una parte importante de los usuarios publica fotos con personas claramente visibles, también existe un volumen considerable de imágenes que no incluyen rostros reconocibles.

Figura 30. Ejemplo de post incluye multitud en TikTok



Fuente: <https://www.tiktok.com/@ameliemonamourr/video/7494229129324432663>

En términos de ***engagement***, las imágenes con “retratos o grupo pequeño” **generan el mayor promedio de likes (24,99)**, aunque presentan un nivel moderado de comentarios (138 en

promedio). Por su parte, las imágenes clasificadas como “sin rostros” alcanzan un promedio de *likes* de 16,46 y un mayor promedio de comentarios (183), lo que sugiere que el público también valora las imágenes que transmiten la atmósfera general o los detalles procesionales sin focalizarse en personas. Finalmente, las publicaciones con “multitud” tienen un *engagement* menor en *likes* (8,87), pero registran un número elevado de comentarios (223), indicando que estas imágenes generan interacción, aunque con menor cantidad de *likes*.

Estos patrones reflejan **cómo las imágenes con presencia humana**, especialmente las de grupos pequeños o retratos, **son centrales para construir la narrativa experiencial** de la Semana Santa, mientras que las imágenes sin rostros también desempeñan un papel importante al capturar el simbolismo y la solemnidad del evento sin centrarse en identidades individuales.

Tipo de contenido visual

La categoría de contenido visual en TikTok durante la Semana Santa de León 2025 ofrece una **visión detallada sobre cómo diferentes características del material audiovisual** influyen en el *engagement* generado por los usuarios. Este análisis incluye variables como la **duración del vídeo**, la **localización geográfica del contenido** y la **música acompañante**, que configuran la experiencia sensorial y emocional del espectador.

El **análisis por duración de los vídeos** muestra que los clips de duración media (15-30 segundos) generan el mayor nivel de *engagement* en términos de *likes*, compartidos, comentarios y reproducciones. Con 95 publicaciones, estos vídeos obtienen un promedio de 28.067 *likes*, 6.215 compartidos, 180 comentarios y 677.569 reproducciones, lo que indica que este rango de tiempo es óptimo para captar y mantener la atención del público en TikTok.

En contraste, **los vídeos cortos** (menos de 15 segundos), a pesar de ser 35 en total, presentan un *engagement* moderado con un promedio de 13.809 *likes* y 183.717 reproducciones. Por otro lado, los vídeos largos (más de 30 segundos), aunque son la mayoría con 174 publicaciones, generan menos *likes* promedio (11.688) y reproducciones (205.178) que los vídeos de duración media, aunque registran el mayor promedio de comentarios (205), lo que puede indicar un público más comprometido o discusiones más profundas en contenidos extenso.

Respecto a la localización, la ciudad de Leon (sin tilde) destaca con un número pequeño de publicaciones (9) pero con un *engagement* muy alto, alcanzando un promedio de 51.253 *likes*, 9.022 compartidos, 234 comentarios y más de un millón de reproducciones (1.111.356). Esto podría reflejar una fuerte concentración de audiencia o contenido especialmente relevante para esa localidad. La ciudad de León, con 64 publicaciones, mantiene un nivel sólido de interacción, aunque inferior, con 16.102 *likes* promedio y 679.524 reproducciones.

En cuanto a la música, los artistas y agrupaciones que acompañan los vídeos evidencian un perfil muy variado de *engagement*:

- Javi destaca por un elevado promedio de compartidos (4.655,29) y reproducciones (1.014.094), con 9 publicaciones, indicando una alta viralidad y difusión de su música en los vídeos (**Figura 31**).
- La Agrupación Musical Cristo de la Expiración y la Virgen de los Reyes también muestran un *engagement* notable en términos de compartidos y comentarios, con cifras de 309 y 145 compartidos promedio, y 242 y 41 comentarios, respectivamente, lo que evidencia la importancia de la música tradicional o de agrupaciones locales en la resonancia del contenido.

- Otros artistas como Carlos Masri Filiber, Saularen, Carmen♀, Banda de Música Miraflores-Gibraljaire y Cris cuentan con un menor número de interacciones, aunque siguen contribuyendo a la diversidad sonora y temática en los vídeos analizados.

Este abanico musical sugiere que la música juega un rol fundamental en la construcción del ambiente y la identidad cultural en los vídeos de Semana Santa, y que ciertos artistas locales o específicos pueden generar un impacto significativo en la audiencia.

Figura 31. Ejemplo de post que incluye música



Fuente: <https://www.tiktok.com/@javifper/video/7494611417727913238>

4.8 RESULTADOS: DETECCIÓN DE PUBLICACIONES VIRALES

El análisis de las publicaciones virales en TikTok durante la Semana Santa de León 2025 identificó patrones clave en la viralidad del contenido. Se evaluaron métricas como *likes*, compartidos, comentarios y reproducciones para determinar el impacto real de cada vídeo.

Los vídeos con duración media (15-30 segundos) generaron mayor *engagement*, evidenciando que los usuarios prefieren contenidos que ofrezcan escenas completas o detalles relevantes sin resultar extensos. En términos de localización, los contenidos publicados desde León destacaron por su alto promedio de interacciones, posiblemente debido a la relevancia cultural local y la concentración de eventos emblemáticos que atraen tanto a residentes como a públicos externos.

Respecto a la música, **se observó que piezas de artistas locales o relacionadas con la Semana Santa incrementaron significativamente la interacción,** subrayando el papel de la música como elemento narrativo y emocional en los vídeos. La combinación de duración adecuada, localización estratégica y música relevante potencia la visibilidad y el impacto de los contenidos, consolidando a TikTok como plataforma eficaz para la difusión cultural de eventos tradicionales.

Los posts más virales registraron entre 27.800 y más de 180.000 compartidos, reflejando un alto nivel de difusión. Además, acumularon entre 2,2 y 6,1 millones de reproducciones, confirmando su capacidad para captar la atención masiva.

Los textos de los posts combinan etiquetas temáticas (#semanasanta, #foryou, #parati), descripciones emotivas y referencias a cofradías, procesiones y elementos humorísticos o virales (p. ej. #kanyewest). Los contenidos más vistos destacaron momentos icónicos de la Semana Santa, como la Dolorosa o el Nazareno, reflejando el interés por la tradición y el simbolismo religioso.

5. CONCLUSIONES GENERALES

Este análisis de redes sociales sobre la Semana Santa de León 2025 aporta **una visión actualizada y basada en datos reales sobre cómo se vive y percibe esta celebración en el ámbito digital**. A partir de la monitorización y el estudio **de Instagram, X (antiguo Twitter) y TikTok**, podemos extraer las siguientes conclusiones clave en cuanto a planificación y promoción cultural.

Alta visibilidad y valoración positiva en redes sociales

- ❖ La Semana Santa de León genera una fuerte presencia en redes sociales, con un **volumen significativo de publicaciones** que alcanza picos en los días centrales de la celebración (**Jueves y Viernes Santo, Domingo de Resurrección**).
- ❖ El **sentimiento general** detectado en los textos de las publicaciones es mayoritariamente **positivo**, con una amplia mayoría de mensajes expresando admiración, orgullo y emociones favorables hacia las procesiones y actos.
- ❖ Esta **percepción positiva se traduce en un alto nivel de interacción**, medido en *likes* y comentarios, especialmente en contenidos que reflejan la solemnidad y el carácter tradicional del evento.

Contenidos visuales y engagement

- ❖ Las **imágenes y vídeos** juegan un papel fundamental en la difusión y viralidad de la Semana Santa. Destacan especialmente las **fotografías con tonos oscuros y cálidos que capturan la atmósfera nocturna y solemne**, así como los retratos y pequeños grupos que humanizan el evento.
- ❖ Los **contenidos que incluyen varias imágenes** o vídeos suelen generar mayor interacción, sugiriendo que una narrativa visual rica y diversa es más atractiva para la audiencia digital.
- ❖ La **presencia humana** en las imágenes es un factor importante para conectar emocionalmente, aunque las fotografías sin rostros visibles también obtienen un buen nivel de *engagement*, posiblemente por su valor estético o simbólico.

Dinámica de publicación y engagement en Instagram

- ❖ Instagram es la plataforma donde las imágenes predominan, con un **gran énfasis en la calidad visual y estética**. Las publicaciones que muestran imágenes con tonos oscuros y cálidos, propios de la atmósfera nocturna de la Semana Santa, generan un alto nivel de interacción.
- ❖ Los **retratos y fotografías de pequeños grupos personales** destacan por humanizar la celebración, fomentando la empatía y la conexión emocional con la audiencia.
- ❖ Los **carruseles de imágenes y vídeos cortos** obtienen un *engagement* superior, demostrando que la diversidad visual en una misma publicación favorece la atención y el interés.

- ❖ La **ubicación geográfica** etiquetada en Instagram contribuye a **reforzar la promoción turística y cultural**, con León posicionándose como un destino destacado durante el evento.

Análisis de conversación y contenido en Twitter

- ❖ X muestra un patrón comunicativo orientado a la **expresión de opiniones, emociones y noticias relacionadas** con la Semana Santa, con gran presencia de hashtags específicos que facilitan la concentración de la conversación.
- ❖ Los **mensajes positivos y emotivos predominan**, reflejando orgullo y devoción, y se acompañan frecuentemente de enlaces a contenidos multimedia (imágenes y vídeos) que enriquecen el relato.
- ❖ Las **publicaciones con múltiples imágenes o vídeos** registran mayor engagement, subrayando la importancia de contar historias visuales variadas que mantengan el interés del público.
- ❖ La detección y análisis de rostros en imágenes permite clasificar el contenido en categorías útiles para entender **el tipo de presencia humana en la narrativa visual**, destacando la preferencia por escenas íntimas o centradas en elementos simbólicos.

Relevancia de localización y música en TikTok

- ❖ En TikTok, la ciudad de León y su entorno se posicionan como **focos destacados de contenido y viralidad**, con publicaciones que alcanzan altos niveles de likes y reproducciones.
- ❖ La duración media de los vídeos también influye en el *engagement*, siendo los vídeos de **duración media (15-30 segundos)** los que alcanzan mayor interacción, posiblemente por ofrecer un equilibrio entre detalle y atención del espectador.
- ❖ La **música** asociada a los vídeos, **especialmente artistas locales** o piezas vinculadas a la tradición cultural, contribuye a potenciar la difusión y el impacto emocional de los contenidos.

Oportunidades para la promoción y mejora

- ❖ Los datos revelan que el **público digital valora tanto la tradición religiosa como los aspectos culturales y turísticos**, por lo que es recomendable potenciar la creación de contenido que integre estos elementos, favoreciendo la participación activa y la difusión amplia.
- ❖ El **uso estratégico de formatos audiovisuales variados**, incluyendo vídeos de duración media y carruseles fotográficos, puede aumentar significativamente el alcance y el *engagement*.
- ❖ La **identificación y promoción de hashtags oficiales y geolocalizados** puede facilitar la concentración y visibilidad de la conversación digital, beneficiando la gestión de la imagen pública y la comunicación institucional.

Recomendaciones para los organismos públicos

- ❖ **Fomentar la colaboración con creadores de contenido locales** y medios digitales para generar narrativas visuales que reflejen tanto la solemnidad como la vivencia popular de la Semana Santa.
- ❖ **Potenciar campañas que inviten a compartir imágenes y vídeos** de calidad con etiquetas oficiales para amplificar el alcance en plataformas clave.

- ❖ **Analizar y aprovechar las tendencias musicales** y de formatos audiovisuales en TikTok para conectar con audiencias jóvenes y diversificar la promoción cultural.
- ❖ **Monitorizar periódicamente la conversación en redes para** detectar nuevas tendencias, emociones y oportunidades de mejora en la difusión del evento.
- ❖ **Fomentar el contenido audiovisual de calidad con duración óptima**, dado que los vídeos de duración media (15-30 segundos) tienen mayor *engagement* en TikTok, se podría incentivar a creadores locales y entidades culturales a producir contenido dentro de ese rango, para maximizar visibilidad y alcance.
- ❖ León y localidades cercanas muestran alto interés y participación digital, por lo tanto, **implementar estrategias de marketing turístico** para aprovechar esta tendencia para reforzar campañas territoriales, por ejemplo, promoviendo hashtags oficiales o eventos digitales localizados.
- ❖ **La música vinculada a la tradición y a artistas locales** genera mayor conexión emocional y viralidad. La Junta podría apoyar y promocionar colaboraciones con músicos regionales para enriquecer el contenido cultural en redes.
- ❖ Las **publicaciones que combinan imágenes con tonos oscuros y cálidos**, junto con carruseles y vídeos cortos, obtienen mayor interacción. Se recomienda apoyar la formación y recursos para que creadores potencien estas prácticas.
- ❖ Dado que cada plataforma (TikTok, Instagram, Twitter) presenta dinámicas y públicos diferentes, **se aconseja adaptar la comunicación a cada red social**.