

EL ATLAS DE INTERESES ENTRE LA UNIÓN EUROPEA Y AMÉRICA LATINA CARIBE

Contraste de magnitudes del grado de interés entre las dos Regiones.



Director: Profesor Doctor D. Juan José García de la Cruz

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo.....24

Capítulo 1.....26

Metodología

1.1. Objetivo y marco teórico

1.2. Técnicas de investigación

Capítulo 2.....30

Magnitudes del interés de los ciudadanos por algunos referentes de la otra región

2.1. Frecuencia con que aparecen los países de la UE en búsquedas desde América Latina Caribe.

2.2. Frecuencia con que aparecen los países de América Latina Caribe en búsquedas desde la UE.

2.3. Balance del caudal de interés de una región respecto a la otra: país a país.

2.4. Frecuencia con que aparecen las principales ciudades de la UE en búsquedas desde América Latina Caribe.

2.5. Frecuencia con que aparecen las principales ciudades de América Latina Caribe en búsquedas desde la UE.

Capítulo 3.....44

Tipo de noticias que interesan de la otra región.

3.1. Mención a los países de la UE en noticias de América Latina Caribe.

3.2. Mención a los países de América Latina Caribe en noticias de UE.

3.3. Los temas que más interesan en América Latina Caribe sobre la UE.

3.4. Los temas que más interesan en la UE sobre América Latina Caribe

3.5. Grado de cristalización en los medios de comunicación de las entidades UE y América Latina Caribe.

Capítulo 4.....53

Líderes políticos como referentes para la otra región

4.1. Presencia de los líderes políticos de la UE en las noticias de América Latina Caribe.

4.2. Presencia de los líderes políticos de América Latina Caribe en las noticias de la UE.

Todos los datos destacados del estudio

Capítulo 1

- El objetivo de estudio es el conocimiento que tienen los ciudadanos que viven en cualquier país de América Latina y el Caribe sobre la Unión Europea y, viceversa, por parte de los ciudadanos de la UE respecto a América Latina Caribe.
- El grueso del trabajo, lo que podríamos abarcar bajo la expresión de la mirada de los ciudadanos, la hemos abordado desde una perspectiva fenomenológica.
- La segunda teoría que hemos utilizado en este estudio ha sido empleada para abordar la investigación de los medios de comunicación como fuente de conocimiento entre los ciudadanos de las dos regiones, y es la conocida como teoría de la Agenda-setting.
- En la investigación la población de referencia han sido 571.888.150 habitantes que tienen acceso a Internet en las dos regiones. Finalmente, de los cientos de millones de interacciones de las poblaciones de las dos regiones a través de Internet, el diseño de investigación ha recopilado y analizado, para construir estos primeros trazos del <<Atlas de intereses entre la UE y América Latina Caribe>> un total de 273.351.403 interacciones que se han producido entre septiembre del año 2011 y septiembre del año 2012, entre las poblaciones de ambas regiones.

Capítulo 2

- El 76,9% del interés de los ciudadanos de América Latina Caribe se concentra en cuatro países de la UE: Alemania, España, Francia e Italia.
- Los 27 países de la UE obtienen alguna atención por parte de los ciudadanos de América Latina Caribe.
- La atención de los ciudadanos de la UE hacia América Latina Caribe es más distribuida, no se concentra tanto en algunos países. No hay ningún país de la región que concentre más del diez por ciento del interés de

los ciudadanos de la UE: Brasil con 7,7% y México con un 6,6% son los que más atención reciben desde la UE.

- Hay dos países que rompen claramente la proporcionalidad, son pequeños y han recibido, durante el periodo estudiado, una atención mayor a su tamaño: Jamaica, 4,5% y Cuba 3,6%. Algo similar, pero en menor desproporción, ocurre con Argentina, 4,2%.
- Hay dos ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe: Madrid y Barcelona. En un segundo escalón, pero todavía por encima del 10% está París y Roma, seguidas un escalón más abajo, por Londres.
- Las ciudades que más atención han generado para los europeos en América Latina Caribe han sido, en este orden: Buenos Aires, San Paulo, Río de Janeiro y Lima. Un escalón por debajo, entre el 4% y el 3% de toda la atención, están Santiago de Chile, México D.F., La Habana, Ciudad de Panamá, Santo Domingo y Puerto Príncipe.

El cómputo global del interés entre las dos regiones, país a país nos da un balance que muestra más interés proporcional y ponderado por parte de los ciudadanos de la UE hacia América Latina Caribe que viceversa

- Mirando al interés país con país (damero de los 33 de América Latina Caribe por los 27 de la UE), el balance global del interés es favorable, hay más interés, por parte de los países de la UE hacia los de América Latina Caribe (el contraste ha sido ponderando sus poblaciones y acceso a Internet). Del total de 891 casillas, 384, un 43% son rojas (más interés del país de América Latina Caribe y, 507, un 57% son azules (más interés desde el país de la UE), esto implica globalmente

más atención por parte de la UE hacia América Latina Caribe que viceversa.

- Sin embargo, algunos países de la UE, rompen ese vector general, es el caso de Francia (con 27 casillas rojas frente a 6 azules), seguida de Italia (22 rojas, 11 azules), Grecia y Alemania (20 rojas, 13 azules). En estos casos hay más países con interés en ellos que desde ellos, UE, en los de América Latina Caribe.
- Es interesante observar que el vector de mayor interés (América Latina Caribe → UE) se produce, esencialmente, en la interacción de la UE con los países de menor población de América Latina Caribe. Respecto a los grandes y medianos de América Latina Caribe el vector de interés es claramente de UE → América Latina Caribe.
- Estos datos nos dibujan un primer “atlas” de la mirada de los ciudadanos hacia la otra región.

La entidad UE está totalmente asentada en la opinión pública de América Latina Caribe, pero no ocurre lo mismo en la entidad América Latina Caribe en la Unión Europea

Capítulo 3

- Francia es el país que tiene más presencia en las noticias de América Latina Caribe sobre la UE, con casi un 30% del total. En segundo lugar, ya por debajo del 15%, aparecen España y Alemania.
- Brasil, con un 10,5% y México, con 10,3%, son los países más mencionados en las informaciones sobre América Latina.
- El bloque de noticias sobre la UE que más han intere-

sado en América Latina Caribe han sido las de Relaciones Internacionales (33%), seguidas por la categoría Economía y Finanzas (29%).

- Las dos categorías de noticias sobre América Latina Caribe que más han interesado en la UE han sido las mismas que en América Latina Caribe sobre la UE, pero con menos protagonismo: Relaciones Internacionales con un 19% (un 33% cuando era la UE); y Economía y Finanzas, un 13% (29% en las noticias sobre la UE).
- La entidad UE está totalmente asentada en la opinión pública de América Latina Caribe, pero no ocurre lo mismo con la entidad América Latina en la UE.

Capítulo 4

- El líder más mencionado de la UE en las noticias sobre América Latina Caribe ha sido el presidente español Rajoy, que acapara el 34,9%. En segundo lugar, la canciller Merkel, con un 20,5%. En tercer lugar, con un 15,9%, el presidente Hollande, y en cuarto lugar, el primer ministro Cameron con un 12%.
- El líder más mencionado de América Latina Caribe en las noticias de la UE ha sido el presidente Calderón, con un 19%, seguido por Cristina Fernández, con un 15% y Dilma Rousseff, con otro 15%. Entre los tres, acaparan el 49% de todas las menciones.



CAPÍTULO 1

Metodología

1.1. Objetivo y marco teórico

La exposición del marco teórico de una investigación empírica no es un ejercicio de alarde académico, al contrario, es un acto obligado de transparencia ideológica que permite a los lectores del informe comprender los límites y sesgos de los hallazgos expuestos en sus páginas.

El objetivo de estudio es el conocimiento que tienen los ciudadanos que viven en cualquier país de América Latina y el Caribe sobre la Unión Europea y, viceversa por parte de los ciudadanos de la UE respecto a América Latina Caribe.

Sin duda, el objetivo de investigación es muy amplio y además dinámico, cambia por meses, cuando no por semanas. Cualquier acontecimiento de mucha relevancia puede convertirse en un input que transforme de manera significativa la percepción de unos u de otros o de una parte importante de cualquiera de ellos.

Este conocimiento mutuo está estructurado por factores macro-sociales de naturaleza cultural, histórica, material, política, jurídica, lingüística, demográfica y, por supuesto, económicas y comerciales. No obstante, al menos, en esta primera investigación exploratoria hemos acordado con la Fundación EU-LAC poner nuestro foco metodológico exclusivamente en la percepción de la ciudadanía. Así, nuestras principales unidades de observación han sido los ciudadanos que residen en cualquiera de los países de una y otra región.

El equipo de investigación ha decidido abordar este objetivo desde una doble perspectiva teórica. El grueso del trabajo, lo que podríamos abarcar bajo la expresión de la mirada de los ciudadanos, la hemos abordado desde una perspectiva fenomenológica(1). Se trata de una teoría sustancialmente simbólica, esto es, que enfatiza y se apoya en el significado que tienen las cosas para los actores sociales. Puede parecer una mirada que corre el peligro de dar demasiada preponderancia al mundo simbólico, pero esto sólo ocurriría en una aplicación radical de la teoría. Dicho

de un modo práctico con un ejemplo: por mucho que un colombiano o un brasileño creen que la tecnología europea es menos puntera que la japonesa o estadounidense, esto no afectará directamente a la capacidad de innovación de la UE, aunque sí a las compras de tecnología europea que dejen de hacer los colombianos y brasileños que tengan poca fe en la capacidad tecnológica de la UE. Por eso, por su impacto práctico hemos decidido abordar el conocimiento mutuo desde esta teoría que pone en el primer plano estas representaciones sociales de lo que es, hace y “para qué me sirve” la otra región (América Latina Caribe/UE),

La segunda teoría que hemos utilizado en este estudio ha sido empleada para abordar la investigación de los medios de comunicación como fuente de conocimiento entre los ciudadanos de las dos regiones, y es la conocida como teoría de la Agenda-setting(2). Esta teoría y, sobre todo, las cientos de investigaciones que la avalan en ámbitos culturales muy diferentes, ha mostrado que hay una transmisión de temas entre los medios de comunicación y la opinión pública. Aunque es lo que se ha denominado como «segundo nivel de la agenda-setting» el que hemos utilizado en el diseño metodológico de este trabajo, en concreto, como teoría para la selección de algunos referentes, atributos en términos de esta teoría, en la construcción mediática de la imagen pública de la otra región.

1.2. Técnicas de investigación

Inicialmente nos planteamos un amplio abanico de técnicas de investigación social para acometer esta investigación: encuestas a población general en ambas regiones, focus group, indicadores objetivos sobre las interacciones entre los ciudadanos de las dos regiones (comerciales, culturales, educativos, técnicas, empresariales, de ocio, etc.), análisis de contenido de los medios de comunicación, de los libros de texto, etc..

Con cualquiera de estas técnicas, incluso sumando todas ellas, el resultado obtenido sería siempre un reflejo reducido de la realidad que pretendemos indagar: <<Cuál es el conocimiento, la percepción, que tienen los ciudadanos de una región de la otra región, de sus habitantes, de lo que

hacen y, sobre todo, de lo que se puede hacer con ellos>>. Al día de hoy, Internet se ha convertido en la principal vía de comunicación entre personas o instituciones, especialmente si están geográficamente distanciadas. Por ello, la metodología final con la que se ha elaborado los datos que se muestran en este informe ha sido la observación del comportamiento de los ciudadanos respecto a la otra región que se ha producido a través del buscador Google entre septiembre del año 2011 y septiembre del año 2012. Tal como puede observarse en el siguiente gráfico descriptivo de las principales magnitudes del objetivo de investigación y de la acotación metodológica que hemos realizado es la siguiente:

1º. Partimos de una población de algo más de quinientos millones de personas en la UE y de casi seiscientos millones en América Latina Caribe. Una población total que superan los mil millones de personas.

2º. De todos ellos han sido incluidos en la investigación 571.888.150 habitantes que tienen acceso a Internet en las dos regiones. Finalmente, de los cientos de millones de interacciones de estas poblaciones a través de Internet, el diseño de investigación ha recopilado y analizado, para construir estos primeros trazos del <<Atlas de intereses entre la UE y América Latina Caribe>> un total de 273.351.403 interacciones que se han producido entre septiembre del año 2011 y septiembre del año 2012, entre las poblaciones de ambas regiones.

3º. De todas las interacciones que se han generado en un año entre nuestro potencial universo de referencia (ciudadanos de ambas regiones con acceso a Internet), hemos seleccionado sólo aquellas que incluían algunos términos metodológicamente adecuados para realizar comparaciones y contrastes entre ciudadanos tan variados en: nacionalidad, religión, lenguas, cultura, historia, tecnología, etc. Esta metodología nos ha llevado a registrar 273.351.403 de registros de interacciones que hemos ido generando y analizando según el país desde el que se han producido. Aunque la magnitud de la cifra de interacciones es enorme, hay que aclarar que es sólo una pequeña parte de las interacciones a través de Google entre esos 571.888.150 de ciudadanos que tienen acce-

so a Internet en las dos regiones. Eso sí, se ha realizado la búsqueda sobre atributos de las dos regiones que han destacado los medios de comunicación y las instituciones políticas de ambas regiones, en concreto: nombre de los países, ciudades y máximos líderes políticos electos que han estado en el poder en el periodo estudiado.

Por otro lado, tanto la Fundación EU-LAC como el equipo de investigación del IPI sabemos que el conocimiento recíproco entre poblaciones que apenas tienen contacto directo real en su vida cotidiana no se hace esencialmente a través de Internet, sino a través de lo que cuentan los medios de comunicación sobre la otra región en su propio país. Por ello, hemos iniciado, precisamente el estudio, con un registro de cuales han sido los principales temas sobre los que han informado a sus ciudadanos respecto a la actualidad de la otra región. De nuevo, buscando la operatividad y para no quedar sencillamente sepultados por exceso de información, hemos generado la categorización de las noticias más frecuentes. Observando, precisamente cuáles son los atributos más usados en las noticias sobre la otra región.

Para las dos metodologías hemos utilizado diversos motores de búsqueda de Google y el mayor número de lenguas oficiales de los países que conforman las dos regiones. Por supuesto, hemos tropezado con múltiples y diversos obstáculos o sorpresas metodológicas, problemas que o bien hemos solucionado, o bien se ha considerado que la generación de los datos no era fiable, en este último caso, sencillamente hemos descartado los datos y, por lo tanto, no han sido incluidos en este informe. Esto ha provocado, sin duda, algunos vacíos o lagunas descriptivas que lamentamos y esperamos subsanar, si hay ocasión, en investigaciones posteriores.

(1) Sin duda el referente para esta perspectiva es Alfred Schutz, y su obra. Hay una recopilación amplia en Schutz. A. 1962. Collected papers I: the problem of social reality. The Hague, Nijhoff; ídem, 1964. Collected papers II: the problem of social reality. The Hague, Nijhoff.

(2) Hace ya tres décadas, Maxwell McCombs y Donald Shaw publicaron el artículo que ha sido el pistoletazo de arranque de esta teoría: «The Agenda-setting Functions of the Mass Media», en Public Opinion Quarterly, en el que abordaban la influencia de la agenda de los medios noticiosos sobre la agenda pública.



POBLACIÓN AMLC: 588.788.675



POBLACIÓN UE: 502.748.071



USUSARIOS INTERNET AMLC:
212.358.040



USUSARIOS INTERNET UE:
359.530.110

Nº RESULTADOS ANALIZADOS
273.351.403

Magnitudes del interés de los ciudadanos por la otra región

En este capítulo mostramos algunos indicadores del cruce de miradas entre los ciudadanos de las dos regiones. Tal como hemos señalado en el capítulo de metodología, las magnitudes de las interacciones son tan enormes que las cifras son de tamaño demográfico.

A continuación mostramos cómo se han comportado los ciudadanos con acceso a Internet (571.888.150 personas entre las dos regiones en el año 2011) durante un año respecto algunos referentes de la otra región con capacidad de permitir la agregación del interés de ciudadanos de tantos países y condiciones sociales, económicas y culturales tan variadas.

El nombre de cada uno de los países o de las ciudades con las que hemos indagado su dinámica de mutua atención son variables que hemos investigado sistemáticamente en cada uno de los países de la otra región. Esto nos permite apuntar un primer esbozo de cómo es la dinámica de interés de la ciudadanía de cada región respecto a la otra. Nuestro supuesto de partida es que los nombres de los países y de las principales ciudades de la otra región son referentes que nos sirven de indicadores de los flujos de interés, de atención, de los ciudadanos de una región sobre la otra. No es fácil encontrar categorías, términos, keywords, que reúnan los atributos de los nombres de los países y de las principales ciudades de las dos regiones. Es muy difícil encontrar otros términos que sean tan operativos, tan claros, que conlleven en alto potencial porcentaje de atención por parte de los ciudadanos de todos los países de la otra región.

Son los primeros trazos en la elaboración del “Atlas” de intereses entre las dos regiones. Sin duda, un trabajo de enorme magnitud y complejidad que requerirá enormes esfuerzos para detallarlo y actualizarlo en el futuro.

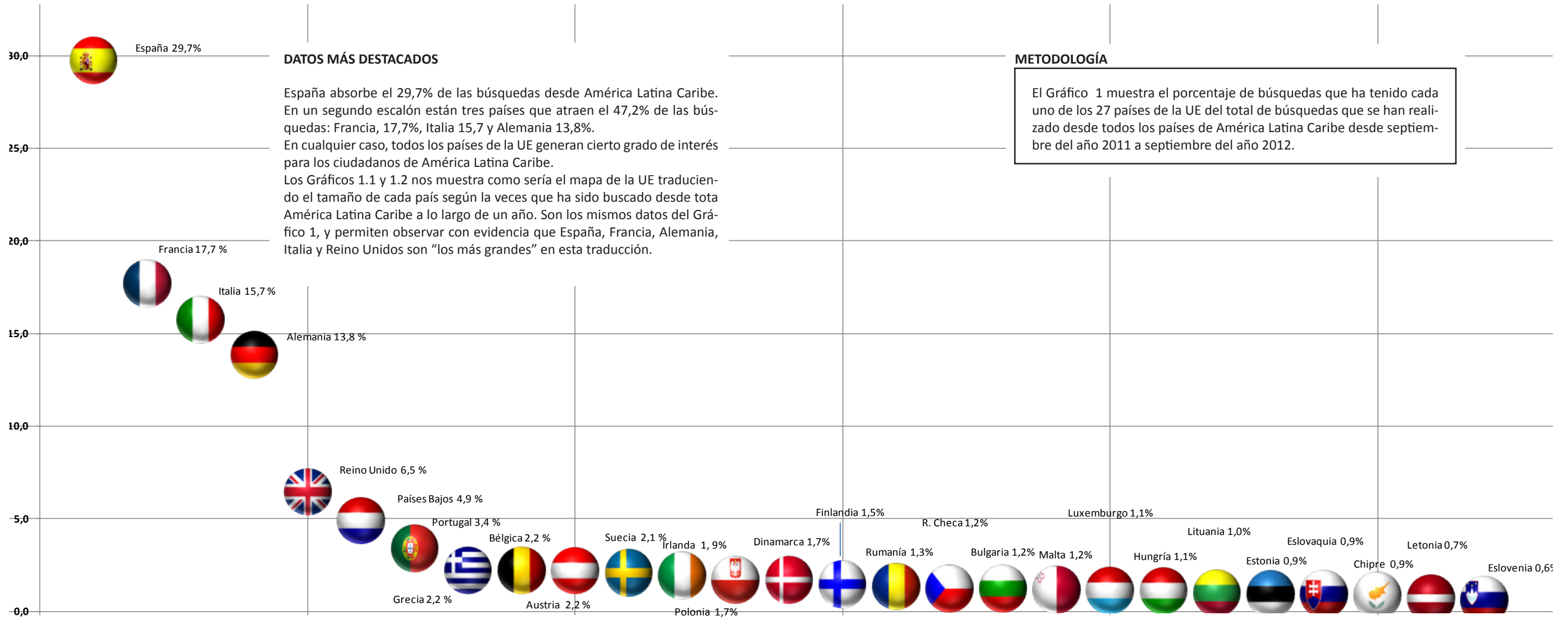


Datos destacados del capítulo

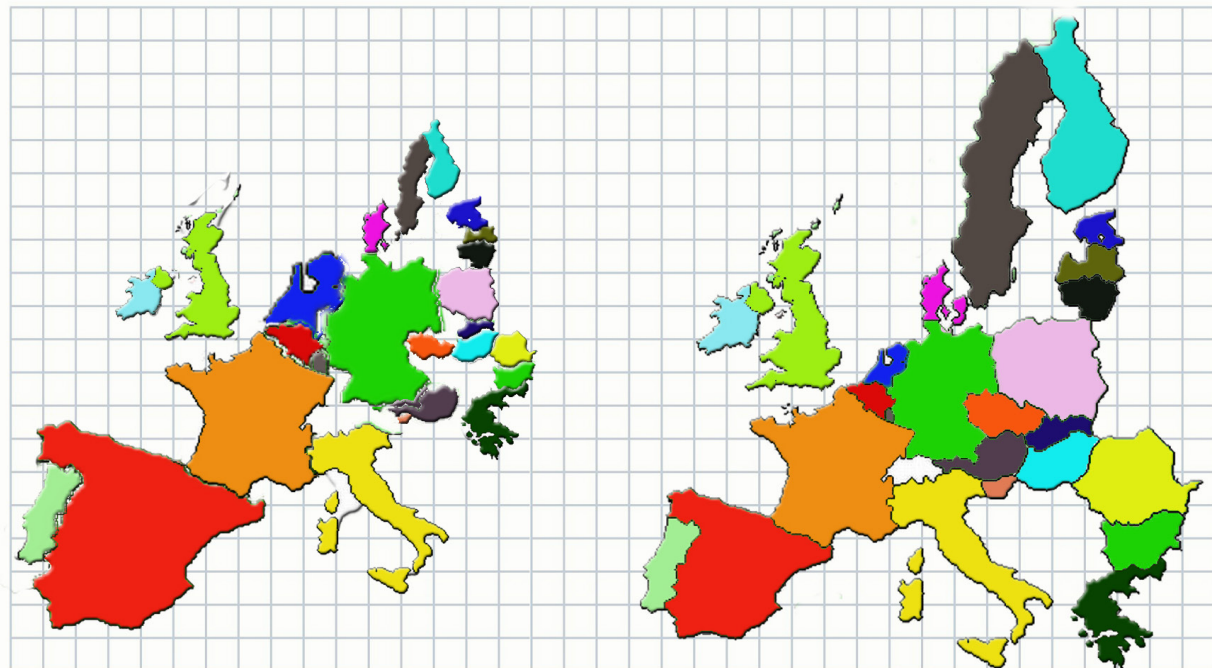
- El 76,9% del interés de los ciudadanos de América Latina Caribe se concentra en cuatro países de la UE: Alemania, España, Francia e Italia.
- Los 27 países de la UE obtienen alguna atención por parte de los ciudadanos de América Latina Caribe.
- La atención de los ciudadanos de la UE hacia América Latina Caribe es más distribuida, no se concentra tanto en algunos países. No hay ningún país de la región que concentre más del diez por ciento del interés de los ciudadanos de la UE: Brasil con 7,7% y México con un 6,6% son los que más atención reciben desde la UE.
- Hay dos países que rompen claramente la proporcionalidad, son pequeños y han recibido, durante el periodo estudiado, una atención mayor a su tamaño: Jamaica, 4,5% y Cuba 3,6%. Algo similar, pero en menor desproporción, ocurre con Argentina, 4,2%.
- Hay dos ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe: Madrid y Barcelona. En un segundo escalón, pero todavía por encima del 10% está París y Roma, seguidas un escalón más abajo, por Londres.
- Las ciudades que más atención han generado para los europeos en América Latina Caribe han sido, en este orden: Buenos Aires, San Paulo, Río de Janeiro y Lima. Un escalón por debajo, entre el 4% y el 3% de toda la atención, están Santiago de Chile, México D.F., La Habana, Ciudad de Panamá, Santo Domingo y Puerto Príncipe.
- Mirando al interés país con país (damero de los 33 de América Latina Caribe por los 27 de la UE), el balance global del interés es favorable, hay más interés, por parte de los países de la UE hacia los de América Latina Caribe (el contraste ha sido ponderando sus poblaciones y acceso a Internet). Del total de 891 casillas, 384, un 43% son rojas (más interés del país de América Latina Caribe y, 507, un 57% son azules (más interés desde el país de la UE), esto implica globalmente más atención por parte de la UE hacia América Latina Caribe que viceversa.
- Sin embargo, algunos países de la UE, rompen ese vector general, es el caso de Francia (con 27 casillas rojas frente a 6 azules), seguida de Italia (22 rojas, 11 azules), Grecia y Alemania (20 rojas, 13 azules). En estos casos hay más países con interés en ellos que desde ellos, UE, en los de América Latina Caribe.
- Es interesante observar que el vector de mayor interés (América Latina Caribe → UE) se produce, esencialmente, en la interacción de la UE con los países de menor población de América Latina Caribe. Respecto a los grandes y medianos de América Latina Caribe el vector de interés es claramente de UE → América Latina Caribe.
- Estos datos nos dibujan un primer “atlas” de la mirada de los ciudadanos hacia la otra región.

2.1. Frecuencia con que aparecen los países de la

UE en búsquedas desde América Latina Caribe



2.1.1 La miopía perceptiva entre las dos regiones:



La UE vista desde América Latina Caribe



2.2. Frecuencia con que aparecen los países de

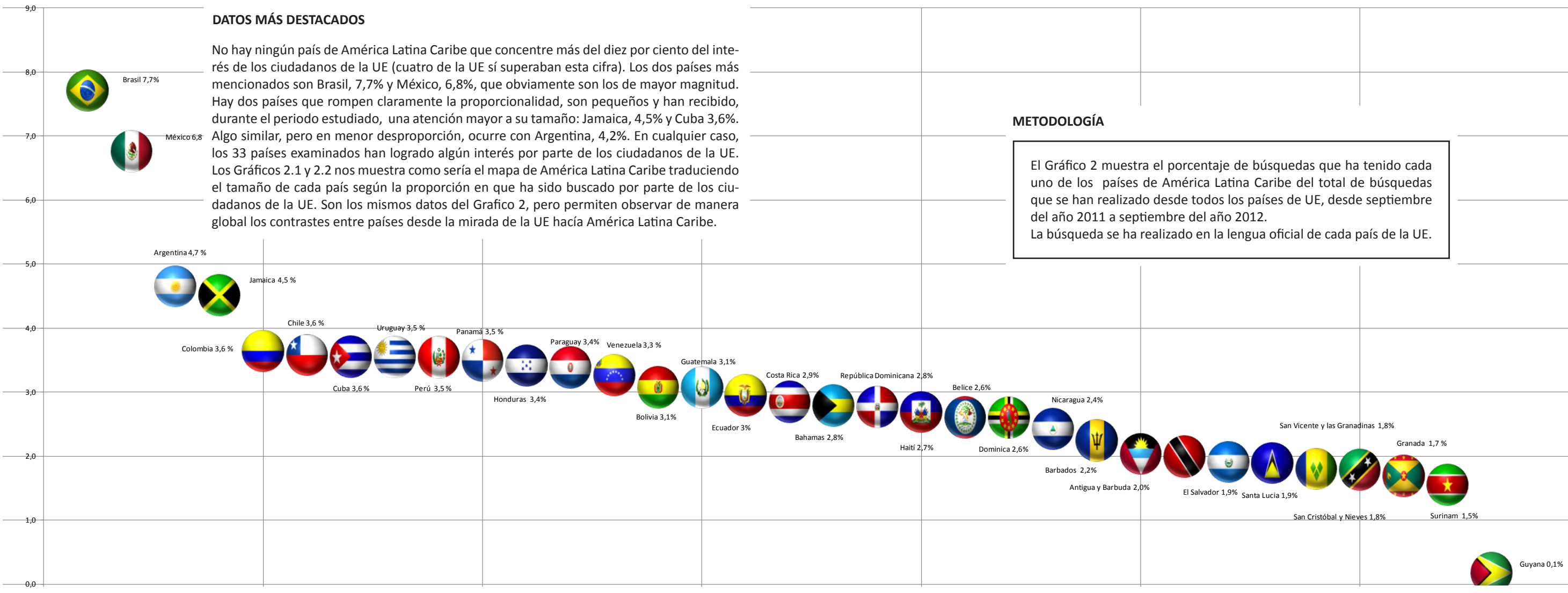
América Latina Caribe en búsquedas desde la UE

DATOS MÁS DESTACADOS

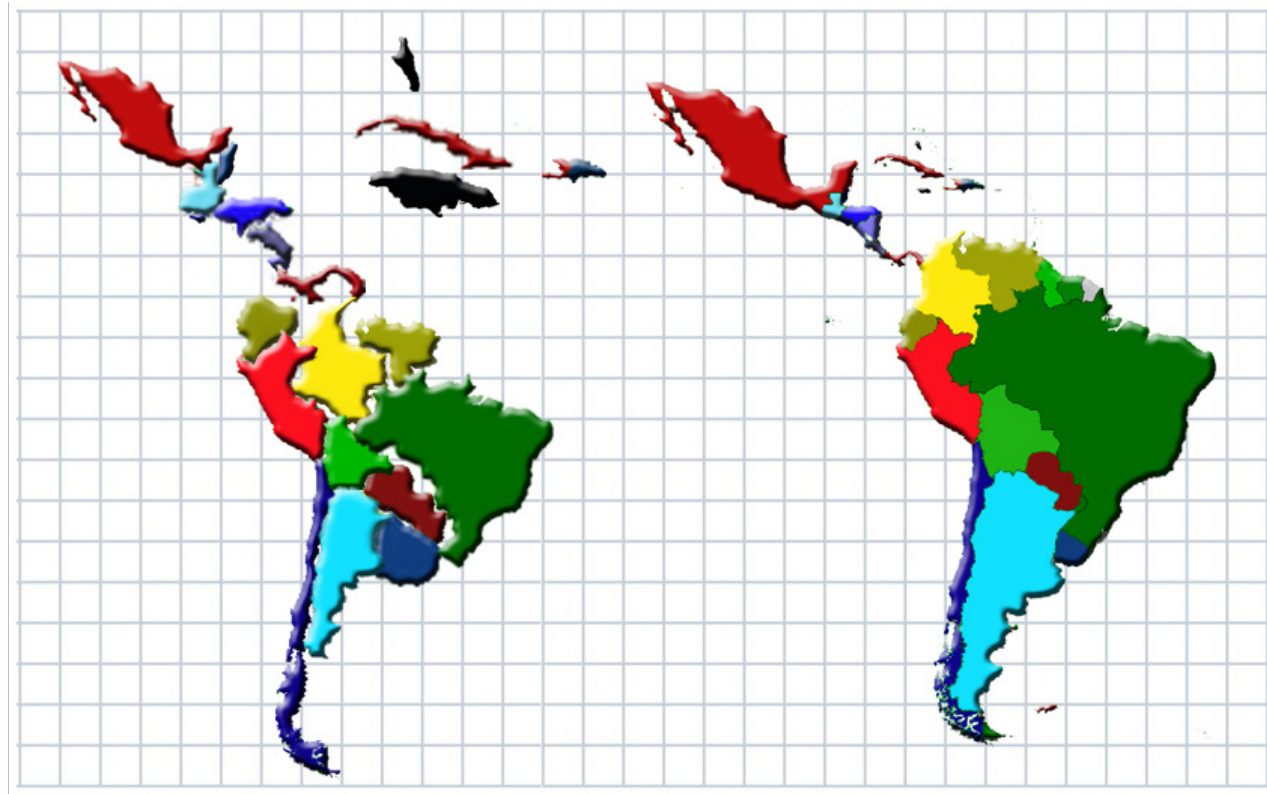
No hay ningún país de América Latina Caribe que concentre más del diez por ciento del interés de los ciudadanos de la UE (cuatro de la UE sí superaban esta cifra). Los dos países más mencionados son Brasil, 7,7% y México, 6,8%, que obviamente son los de mayor magnitud. Hay dos países que rompen claramente la proporcionalidad, son pequeños y han recibido, durante el periodo estudiado, una atención mayor a su tamaño: Jamaica, 4,5% y Cuba 3,6%. Algo similar, pero en menor desproporción, ocurre con Argentina, 4,2%. En cualquier caso, los 33 países examinados han logrado algún interés por parte de los ciudadanos de la UE. Los Gráficos 2.1 y 2.2 nos muestra como sería el mapa de América Latina Caribe traduciendo el tamaño de cada país según la proporción en que ha sido buscado por parte de los ciudadanos de la UE. Son los mismos datos del Grafico 2, pero permiten observar de manera global los contrastes entre países desde la mirada de la UE hacia América Latina Caribe.

METODOLOGÍA

El Gráfico 2 muestra el porcentaje de búsquedas que ha tenido cada uno de los países de América Latina Caribe del total de búsquedas que se han realizado desde todos los países de UE, desde septiembre del año 2011 a septiembre del año 2012. La búsqueda se ha realizado en la lengua oficial de cada país de la UE.



2.2.1 La miopía perceptiva entre las dos regiones:



América Latina Caribe vista desde la UE



2.4. Frecuencia con que aparecen las principales ciudades de la UE desde América Latina Caribe

| | |
|-----------------|------|
| Madrid | 21,1 |
| Barcelona | 17,9 |
| París | 12,0 |
| Roma | 11,8 |
| Londres | 7,9 |
| Oporto | 5,7 |
| Berlín | 3,6 |
| Milán | 2,6 |
| Atenas | 2,0 |
| Lisboa | 1,7 |
| Bruselas | 1,5 |
| Amsterdam | 1,4 |
| Viena | 1,4 |
| C.de Luxemburgo | 1,2 |
| Frankfurt | 1,2 |
| Praga | 1,1 |
| Dublín | 0,9 |
| Estocolmo | 0,8 |
| Marsella | 0,6 |
| Budapest | 0,6 |
| Varsovia | 0,5 |
| Helsinki | 0,5 |
| Copenhague | 0,5 |
| La Haya | 0,4 |
| Edimburgo | 0,3 |
| Riga | 0,3 |
| Amberes | 0,2 |
| Sofía | 0,2 |
| Bratislava | 0,2 |
| Graz | 0,1 |
| Nicosia | 0,1 |
| Tallin | 0,0 |
| Liubiana | 0,0 |
| Vilna | 0,0 |
| La Valeta | 0,0 |
| Plovdiv | 0,0 |

DATOS MÁS DESTACADOS

Hemos realizado las búsquedas desde América Latina Caribe sobre 36 ciudades de la UE. Este gráfico nos permite observar que algunas ciudades de la UE concentran mucha atención por parte de los ciudadanos de América Latina Caribe, especialmente: Madrid y Barcelona. En un segundo escalón, pero todavía por encima del 10% están París y Roma, seguidas un escalón más abajo, por Londres. Luego se sitúan Oporto, Berlín, Milán y Atenas. Sabemos que en el caso de Barcelona y Madrid se agregan sin estar a nuestro alcance metodológico filtrarlo, los nombres de sus equipos de fútbol más famosos, de enorme seguimiento, precisamente en toda América Latina Caribe: F.C. Barcelona y Real Madrid que incluyen la denominación de las dos ciudades. También suponemos que hay cierta agregación con Roma, que suma en este caso, especialmente ser la sede del Vaticano. Y este año Londres sede de los Juegos Olímpicos. Y finalmente, Oporto que da nombre a un tipo de vino de fama internacional. El contraste entre el referente país y ciudad nos muestra que al día de hoy parece que la identidad entre la entidad UE y los países es clara, pero no con sus principales ciudades, que entendemos tienen identidad propia a los ojos de los ciudadanos de América Latina Caribe: Atenas, Barcelona, Berlín, Lisboa, Londres, Madrid, Milán, Oporto, París, incluso Bruselas, parecen tener una identidad independiente.

2.5. Frecuencia con que aparecen las principales ciudades de América Latina Caribe desde la UE

| | |
|-----------------|------|
| Buenos Aires | 12,5 |
| Sao Paulo | 11,5 |
| Rio de Janeiro | 10,4 |
| Lima | 8,9 |
| S. de Chile | 4,2 |
| México D.F. | 4,0 |
| La Habana | 3,9 |
| C. de Panamá | 3,3 |
| Santo Domingo | 3,2 |
| Puerto Príncipe | 3,2 |
| Bogotá | 2,8 |
| Caracas | 2,7 |
| La Paz | 2,5 |
| C. de Guatemala | 2,2 |
| Kingston | 2,2 |
| Montevideo | 2,2 |
| Nassau | 2,2 |
| Puerto España | 2,1 |
| Quito | 2,0 |
| San Salvador | 2,0 |
| Guadalajara | 1,7 |
| Sucre | 1,6 |
| San José | 1,6 |
| Medellín | 1,3 |
| Córdoba | 0,9 |
| Guayaquil | 0,9 |
| Asunción | 0,9 |
| Valparaíso | 0,8 |
| Arequipa | 0,6 |
| Managua | 0,5 |
| Tegucigalpa | 0,4 |
| Maracaibo | 0,3 |
| Cobán | 0,3 |
| Encarnación | 0,1 |

METODOLOGÍA

Los Gráficos 4 y 5 muestran el porcentaje de búsquedas que ha tenido cada uno de las treinta y seis ciudades de la UE desde América Latina Caribe y las 34 de América Latina Caribe en la UE Periodo: septiembre del año 2011 a septiembre del año 2012.

DATOS MÁS DESTACADOS

No hay ninguna ciudad que concentre más del quince por ciento de la atención de los ciudadanos de la UE. Las cuatro ciudades más buscadas desde la UE son, en este orden: Buenos Aires, Sao Paulo, Río de Janeiro y Lima. En un segundo escalón están, también de más a menos: Santiago de Chile, México D.F., La Habana, Ciudad de Panamá, Santo Domingo y Puerto Príncipe. Entre los dos bloques suman el 65% de todas las búsquedas desde la UE sobre las ciudades de América Latina Caribe. Parece que las ciudades, al menos las más buscadas, también tienen su propia identidad independiente del país de pertenencia.

Tipo de noticias que interesan de la otra región

En este capítulo pasamos de la mirada de los ciudadanos al trabajo de los medios de comunicación como ventanas a través de las que se miran las dos regiones. Sólo una minoría estadísticamente insignificante de los ciudadanos de las dos regiones tiene oportunidad de tener un conocimiento directo, frecuente, y amplio de la otra región, el resto de ciudadanos, sabemos lo que pasa, lo hacen en el otro lado, lo que les preocupa u ocupa a través de lo que nos cuenten los medios de comunicación.

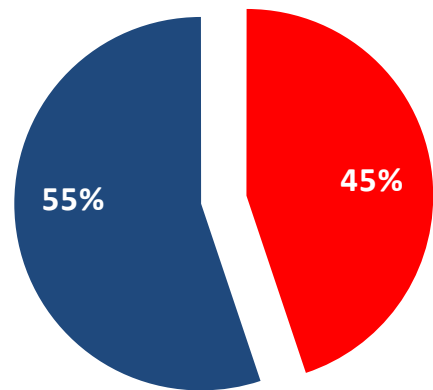


Datos destacados del Capítulo

- Francia es el país que tiene más presencia en las noticias de América Latina Caribe sobre la UE, con casi un 30% del total. En segundo lugar, ya por debajo del 15%, aparecen España y Alemania.
- Brasil, con un 10,5% y México, con 10,3%, son los países más mencionados en las informaciones sobre América Latina en la UE. Conforman un segundo escalón entre un 9% y el 8%: Colombia, Argentina, Venezuela y Chile.
- El bloque de noticias sobre la UE que más han interesado en América Latina Caribe han sido las de Relaciones Internacionales (33%), seguidas por la categoría Economía y Finanzas (29%).
- Las dos categorías de noticias sobre América Latina Caribe que más han interesado en la UE han sido las mismas que en América Latina Caribe sobre la UE, pero con menos protagonismo: Relaciones Internacionales con un 19% (un 33% cuando era la UE); y Economía y Finanzas, un 13% (29% en las noticias sobre la UE).
- La entidad UE está totalmente asentada en la opinión pública de América Latina Caribe, pero no ocurre lo mismo con la entidad América Latina en la UE.

PORCENTAJE DE NOTICIAS PUBLICADAS DE UNA REGIÓN EN LA OTRA

- América Latina Caribe en la UE
- Unión Europea en América Latina Caribe





30%



15,1%



13,1%



9%



6%



5%



4,5%



2,3%



2%



2%



METODOLOGÍA

El Gráfico 6 muestra el porcentaje de las noticias que se han generado en América Latina Caribe y en las que aparece cada uno de los 27 países de la UE. La búsqueda se ha realizado en las noticias recogidas por Google/Noticias en cada uno de los países América Latina Caribe entre septiembre del año 2011 y el mismo mes del año 2012, siendo el universo de referencia noticias que impliquen a la UE. Los datos se ofrecen en porcentajes sobre el total en todos.

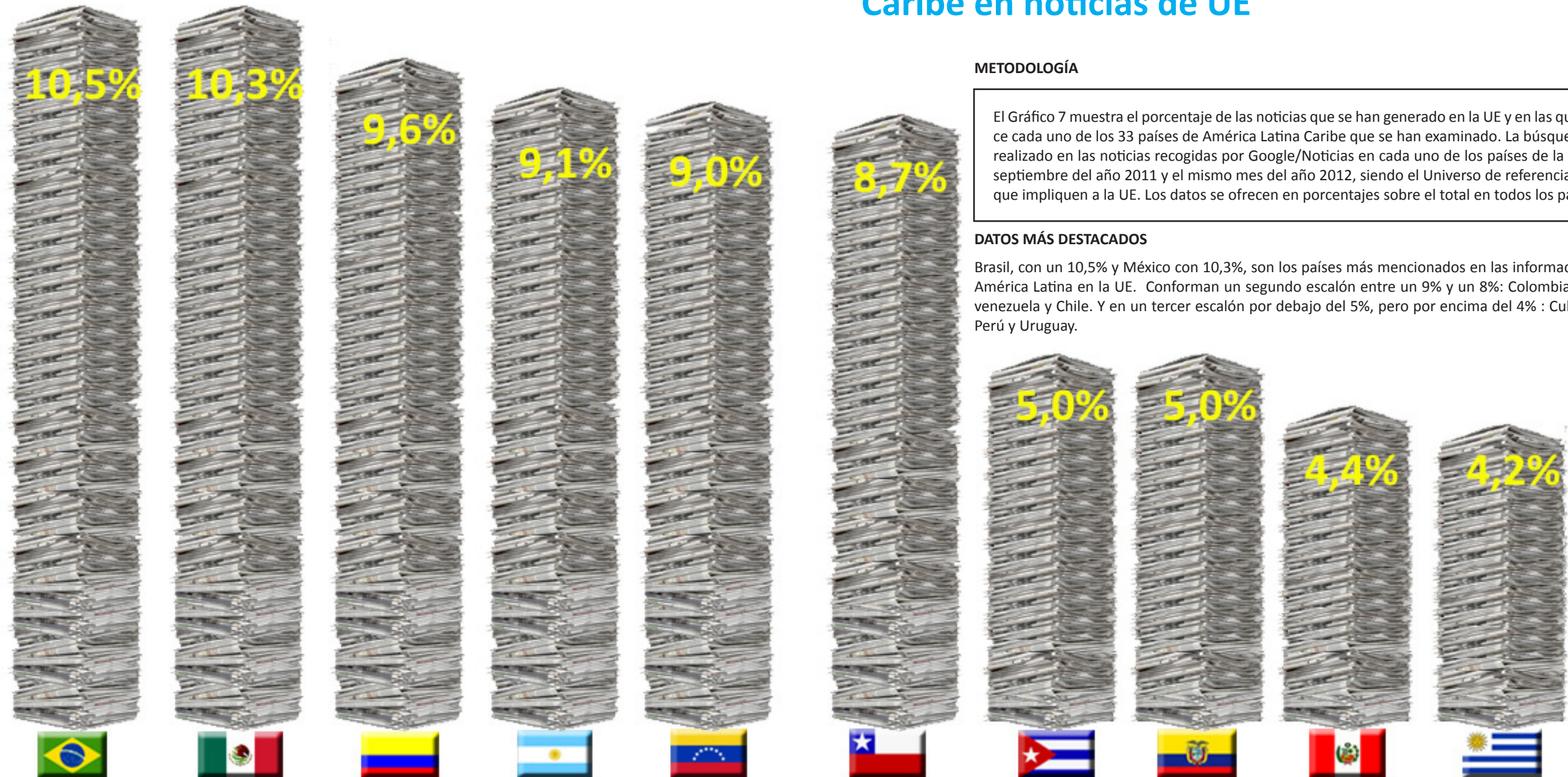
3.1. Mención a los países de la UE en noticias de América Latina Caribe

DATOS MÁS DESTACADOS

Francia es el país que tiene más presencia en las noticias de América Latina Caribe sobre la UE, con casi un 30% del total. En segundo lugar, ya por debajo del 15%, aparecen España y Alemania. En tercer lugar, Italia y Portugal. En cuarto lugar, Grecia e Irlanda.

Por supuesto, el especial protagonismo de España, Grecia, Irlanda e Italia tiene que ver con la crisis económica que afecta a España. Alemania tiene el protagonismo de su liderazgo en el seno de la UE y Francia ha sumado su papel institucional y las elecciones a la presidencia.

3.2. Mención a los países de América Latina Caribe en noticias de UE



METODOLOGÍA

El Gráfico 7 muestra el porcentaje de las noticias que se han generado en la UE y en las que aparece cada uno de los 33 países de América Latina Caribe que se han examinado. La búsqueda se ha realizado en las noticias recogidas por Google/Noticias en cada uno de los países de la UE entre septiembre del año 2011 y el mismo mes del año 2012, siendo el Universo de referencia noticias que impliquen a la UE. Los datos se ofrecen en porcentajes sobre el total en todos los países.

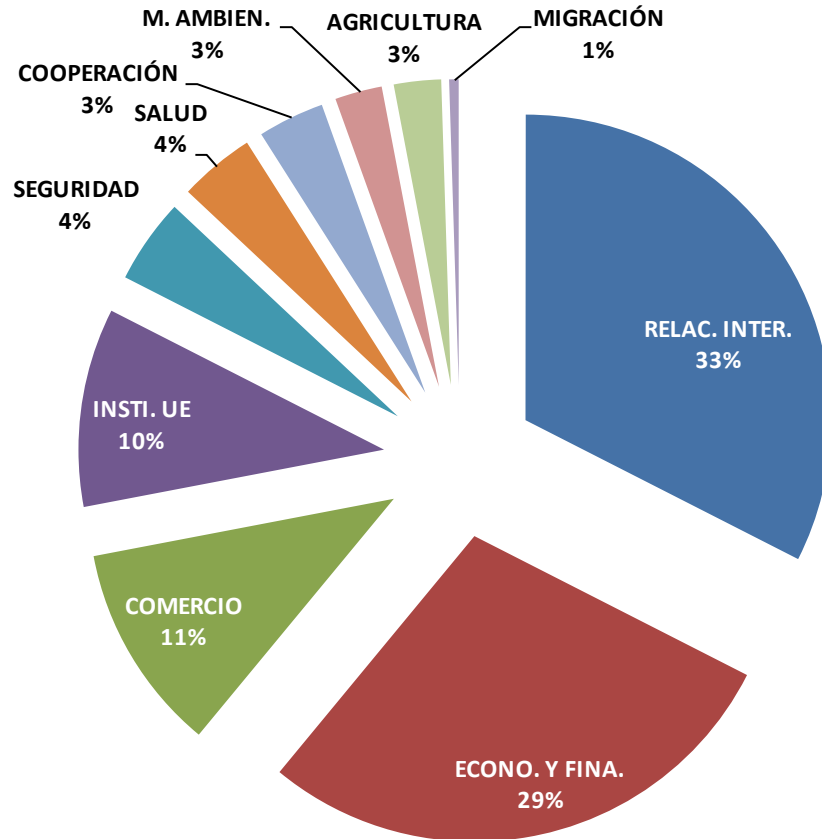
DATOS MÁS DESTACADOS

Brasil, con un 10,5% y México con 10,3%, son los países más mencionados en las informaciones sobre América Latina en la UE. Conforman un segundo escalón entre un 9% y un 8%: Colombia, Argentina, Venezuela y Chile. Y en un tercer escalón por debajo del 5%, pero por encima del 4% : Cuba, Ecuador, Perú y Uruguay.

3.3. Los temas que más interesan en América Latina Caribe sobre la UE

DATOS MÁS DESTACADOS

El bloque de noticias sobre la UE que más han interesado en América Latina Caribe han sido las de Relaciones Internacionales (33%), seguidas por la categoría Economía y Finanzas (29%). Entre estas dos categorías concentran el 62% de las noticias que se han ofrecido en América Latina Caribe sobre la UE en un año. Luego hay dos categorías que agrupan respectivamente el 11% Comercio y el 10% Instituciones de la UE. Luego hay varias categorías que aluden a temas de Seguridad, 4%; Salud, 4%; Cooperación, 4%; Agricultura, 3%; Medio ambiente, 2% y Migración 1%.

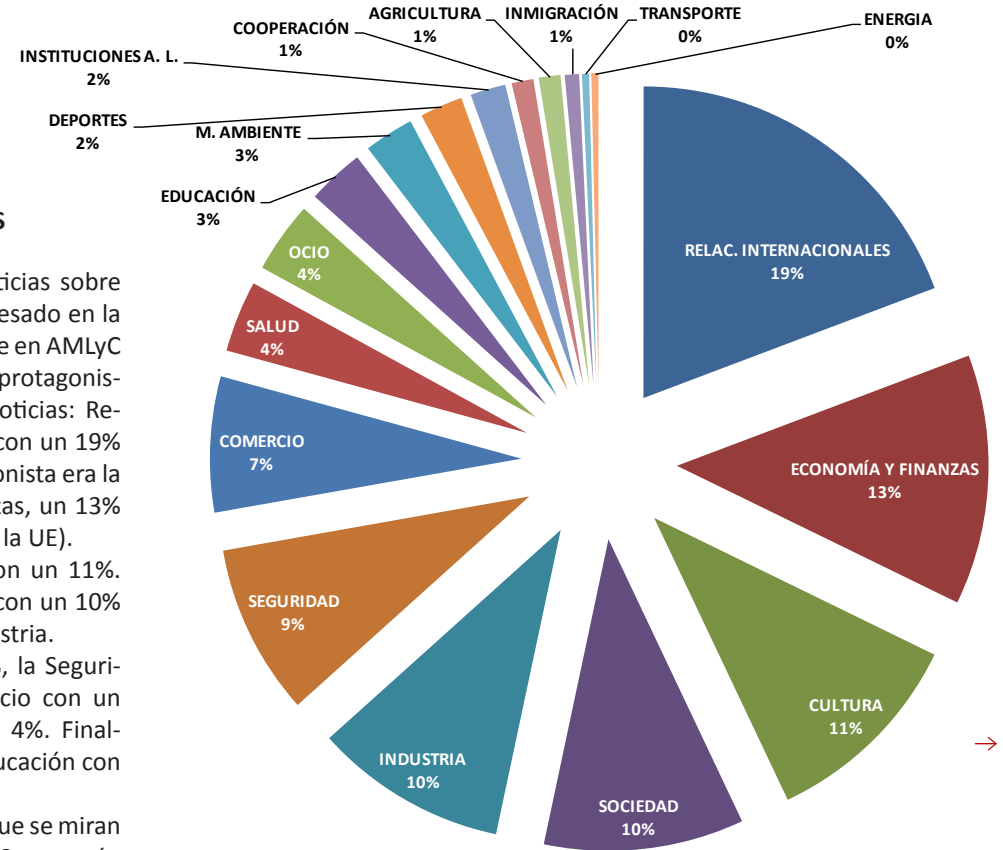


En este epígrafe abordamos directamente los temas de las informaciones sobre la otra región: ¿Qué temas informativos de la UE han interesado más en América Latina Caribe? Lo que trasladado a la estrategia de este estudio podría traducirse en: dónde han puesto el foco de interés para mirar la UE los medios de América Latina Caribe.

3.4. Los temas que más interesan en la UE sobre América Latina Caribe

DATOS MÁS DESTACADOS

Las dos categorías de noticias sobre AMLyC que más han interesado en la UE han sido las mismas que en AMLyC sobre la UE, pero menos protagonismo, concentran menos noticias: Relaciones Internacionales con un 19% (un 33% cuando el protagonista era la UE); y Economía y Finanzas, un 13% (29% en las noticias sobre la UE). En tercer lugar Cultura con un 11%. En cuarto y quinto lugar con un 10% cada una: Sociedad e Industria. En sexto lugar con un 9%, la Seguridad. Seguida, por Comercio con un 7%, Salud y Ocio con un 4%. Finalmente, M. Ambiente y Educación con un 3%. Los temas de las noticias que se miran desde la UE sobre AMLyC no están tan concentrados como ha ocurrido en el sentido inverso (de AMLyC UE), donde Relaciones Internacionales y Economía/Finanzas acumulan más del 60% de las noticias sobre la UE.



METODOLOGÍA

Los Gráficos 8 y 9 muestran los porcentajes de las categorías de noticias en la que hemos agrupado las noticias más frecuentes sobre la UE que aparecen en el Google/noticias de cada uno de los países de América Latina Caribe. La búsqueda se ha realizado entre septiembre del año 2011 y el mismo mes del año 2012.

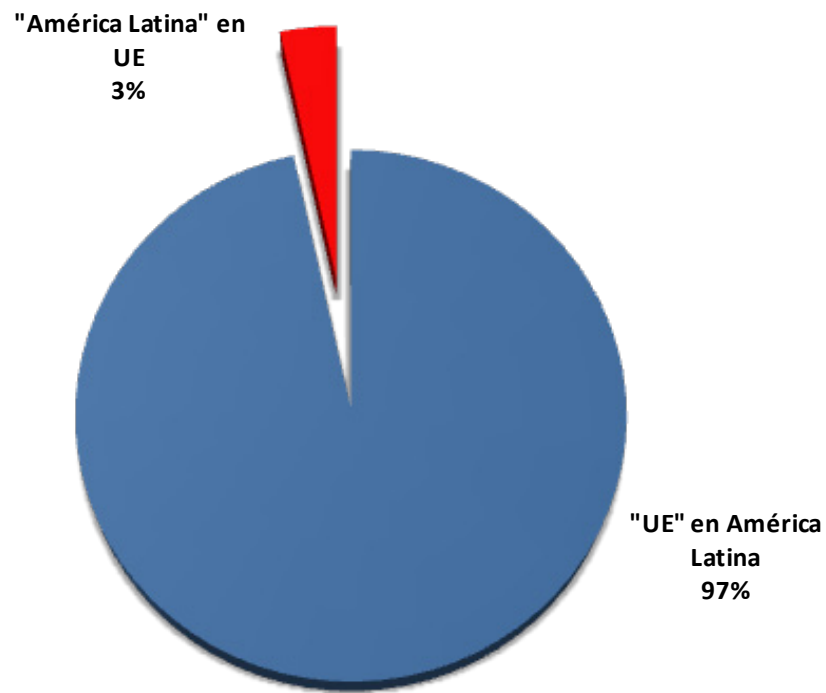
3.5. Grado de cristalización en los medios de comunicación de las entidades UE y América Latina Caribe

METODOLOGÍA

El Gráfico 10 muestra la proporción de noticias de América Latina Caribe en las que se menciona a la entidad UE y la proporción de noticias en la UE en las que se menciona América Latina (en, al menos, una de las lenguas oficiales de cada país de la UE). La búsqueda se ha realizado entre septiembre del año 2011 y el mismo mes del año 2012.

DATOS MÁS DESTACADOS

La entidad UE está totalmente asentada en la opinión pública de América Latina Caribe, pero no ocurre lo mismo con la entidad América Latina en la UE.



CAPÍTULO 4

Líderes políticos como referentes para la otra región

Hemos querido cerrar estos primeros trazos del “atlas” sobre la atención que se prestan las dos regiones ofreciendo las frecuencias con las que nombran en las noticias a los diversos presidentes o primeros ministros de los países de la otra región.

El tipo de noticias que interesan en la otra región, sin duda, tendrá influencia en qué líderes de esa región son más mencionados en las noticias.



4.1. Presencia de los líderes políticos de la UE en

las noticias de América Latina Caribe



METODOLOGÍA

El Gráfico 11 muestra la proporción en que se menciona a los líderes políticos de la UE en las noticias de América Latina Caribe sobre la UE. La búsqueda se ha realizado entre septiembre del año 2011 y el mismo mes del año 2012

DATOS MÁS DESTACADOS

El líder más mencionado de la UE en las noticias sobre América Latina Caribe ha sido el presidente español Mariano Rajoy, que acapara el 34,9%. En segundo lugar, la canciller Ángela Merkel, con un 20,5%. En tercer lugar, con un 15,9%, el presidente Francois Hollande, y en cuarto lugar, el primer ministro David Cameron con un 12%. Estos cuatro líderes acaparan el más del 80% del protagonismo de las informaciones sobre la UE en América Latina Caribe.

4.2. Presencia de los líderes políticos de

América Latina Caribe en las noticias de la UE



METODOLOGÍA

El Gráfico 12 muestra la proporción en que se menciona a los líderes políticos de América Latina Caribe en las noticias de la UE sobre América Latina Caribe. La búsqueda se ha realizado entre septiembre del año 2011 y el mismo mes del año 2012.

DATOS MÁS DESTACADOS

El líder más mencionado de América Latina Caribe en las noticias de la UE ha sido el presidente Felipe Calderón, con un 19%, seguido por Cristina Fernández, con un 15% y Dilma Rousseff, con otro 15%. Entre los tres, acaparan el 49% de todas las menciones.

Por debajo del diez por ciento, están Juan M. Santos, 7%, Raúl Castro, 7%, Hugo Chávez, con un 6% y el Sebastián Piñera con el 4%, porcentaje que obtienen también los presidentes Daniel Ortega y Leonel Fernández.