

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

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



Presidente: Jesús González Mateos

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo.....	16
Capítulo 1.....	18
Metodología	
1.1. Objetivo y marco teórico	
1.2. Técnicas de investigación	
Capítulo 2.....	22
Magnitudes del interés de los ciudadanos por 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.....42

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.

Capítulo 4.....55

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 del 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, lo 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 ha sido 906.080.000 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 trazos del <<II Atlas de intereses entre la UE y América Latina Caribe>> un total de 300.686.543 interacciones que se han producido entre abril del año 2014 y abril del año 2015, entre las poblaciones de ambas regiones.

Capítulo 2

- El 57,4% del interés de los ciudadanos de América Latina Caribe se concentra en seis países de la UE: España, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido y Portugal
- Los 28 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 está más distribuida, no se concentra

tanto en algunos países. México es el país de la región que concentra más del 10% del interés de los ciudadanos de la UE. Le sigue Brasil con un 7,4%.

- Hay dos ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe: Barcelona y Madrid. En un segundo escalón, pero por encima del 10% está Londres. Un escalón más abajo, París y Roma.
- Las ciudades que más atención han generado para los europeos en América Latina Caribe han sido, en este orden: Buenos Aires, Río de Janeiro, Sao Paulo y México D.F. Un escalón por debajo, entre el 3% y el 2,5% de toda la atención, están: Santiago de Chile, Ciudad de Panamá, Caracas, Bogotá, Quito y La Habana.

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 América Latina Caribe hacia UE que viceversa

- Mirando al interés país con país (damero de los 33 de América Latina Caribe por los 28 de la UE), el balance global del interés es favorable. Hay más interés por parte de los países de América Latina Caribe hacia los de la UE (el contraste ha sido ponderando sus poblaciones y acceso a Internet). Del total de 924 casillas, 616, un 66% son rojas (más interés del país de América Latina Caribe) y, 308, un 34% son azules (más interés desde el país de la UE). Esto implica globalmente más atención por parte de América Latina Caribe hacia la UE que viceversa.
- Sin embargo, algunos países de la UE, rompen ese vector general, como es el caso de Reino Unido (con 24 casillas azules frente a 9 rojas), seguida de Países Bajos (19 azules, 14 rojas), Irlanda y Suecia (17 azules, 16 rojas). En estos casos hay más países con interés en

ellos que desde ellos.

- Estos datos nos dibujan un segundo “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 con la entidad América Latina en la UE

Capítulo 3

- España es el país que tiene más presencia en las noticias de América Latina Caribe, con un 19,8 % del total. En segundo lugar Italia con un 13,4%, le sigue Francia con un 12,9%.
- México, con un 13,9% y Argentina, con 12,3%, son los países más mencionados en las informaciones sobre América Latina. En un segundo bloque, en torno al 10%, están Brasil y Colombia.
- El bloque de noticias sobre la UE que más ha interesado en América Latina Caribe ha sido el de Relaciones Internacionales (29%), seguido por la categoría Economía y Finanzas (27%).
- 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 menor protagonismo: Relaciones Internacionales con un 22% (un 29% cuando era la UE) y Economía y Finanzas, con un 13% (27% 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 de los países de América Latina Caribe ha sido el presidente español Rajoy, que acapara el 35%. En segundo lugar, la canciller Merkel, con un 21%. En tercer lugar, con un 19%, el primer ministro Cameron, y en cuarto lugar, el presidente Hollande con un 10%.
- El líder más mencionado de América Latina Caribe en las noticias de los Estados de la UE ha sido el presidente Peña Nieto, con un 15%, seguido por Cristina Fernández, con un 12% y Dilma Rousseff, con un 11%. Entre los tres, acaparan el 38% de todas las menciones.





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 del 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 la 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 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. 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, lo 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 crea 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 han 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 abril del año 2014 y abril del año 2015.

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 setecientos millones de personas en la UE y de seiscientos treinta millones en América Latina Caribe. Una población total que supera con creces los mil millones de personas.

2º. De todos ellos han sido incluidos en la investigación 906.080.000 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 300.686.543 interacciones que se han producido entre abril del año 2014 y abril del año 2015, 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 aquéllas 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 300.686.543 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 906.080.000 de ciudadanos que tienen acceso 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, el equipo 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 cuáles 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: 630.089.000



POBLACIÓN UE: 743.122.000



USUARIOS INTERNET AMLC:
321.080.000



USUARIOS INTERNET UE:
585.000.000

Nº RESULTADOS ANALIZADOS
300.686.543

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 (906.080.000 personas entre las dos regiones en el año 2015) durante un año respecto a 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 alto potencial en porcentaje de atención por parte de los ciudadanos de todos los países de la otra región.



Datos destacados del capítulo

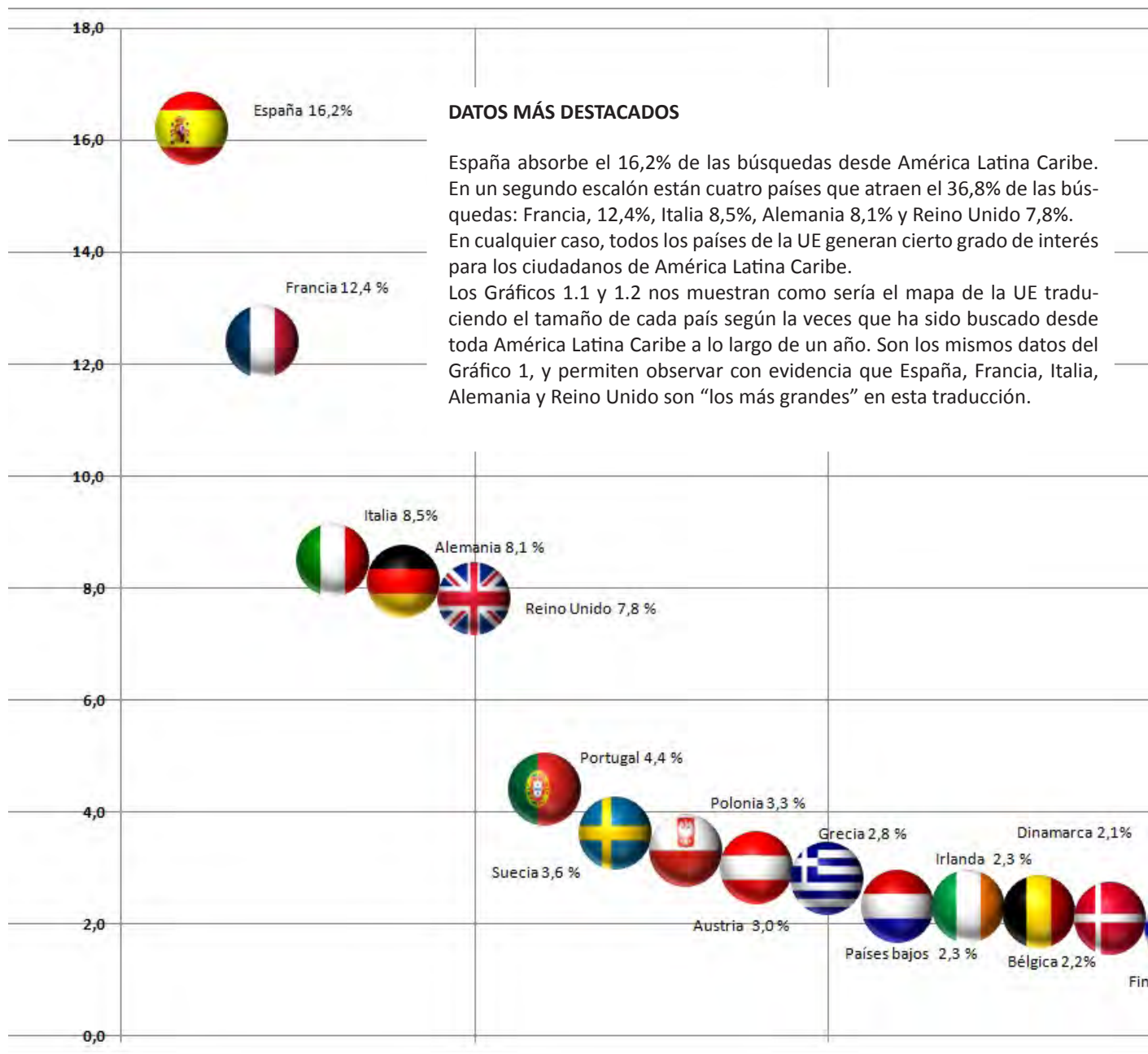
- El 57,4% del interés de los ciudadanos de América Latina Caribe se concentra en seis países de la UE: España, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido y Portugal.
- Los 28 países de la UE obtienen alguna atención por parte de los ciudadanos de América Latina Caribe.
- La atención de los ciudadanos de la UE hacia América Latina Caribe está más distribuida, no se concentra tanto en algunos países. México es el país de la Región que concentra más del 10% del interés de los ciudadanos de la UE. Le sigue Brasil con un 7,4% de interés.
- Hay dos ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe: Barcelona y Madrid. En un segundo escalón, pero por encima del 10%, está Londres. Seguidas, un escalón más abajo, se encuentran París y Roma.
- Las ciudades que más atención han generado para los europeos en América Latina Caribe han sido, en este orden: Buenos Aires, Río de Janeiro, Sao Paulo y México D.F. Un escalón por debajo, entre el 3% y el 2,5% de toda la atención, están Santiago de Chile, Ciudad de Panamá, Caracas, Bogotá, Quito y La Habana.
- Mirando al interés país con país (damero de los 33 de América Latina Caribe por los 28 de la UE), el balance global del interés es favorable. Hay más interés por parte de los países de América Latina Caribe hacia los de la UE (el contraste ha sido ponderando sus poblaciones acceso a Internet). Del total de 924 casillas, 616, un 66% son rojas (más interés del país de América Latina Caribe) y, 308, un 34% son azules (más interés desde el país de la UE). Esto implica globalmente más atención por parte de América Latina Caribe hacia la UE que viceversa.

- Sin embargo, algunos países de la UE, rompen ese vector general, como es el caso de Reino Unido (con 24 casillas azules frente a 9 rojas), seguida de Países Bajos (19 azules, 14 rojas), Irlanda y Suecia (17 azules, 16 rojas). En estos casos hay más países con interés en ellos que desde ellos.
- Estos datos nos dibujan un segundo “atlas” de la mirada de los ciudadanos hacia la otra región.

COMPARATIVA CON 2012 (DATOS I ATLAS)

- En 2012, así como en el periodo de este estudio (2014-2015), los ciudadanos de América Latina Caribe continúan concentrando su interés en España, seguido de Francia e Italia. Alemania se sitúa en el cuarto lugar, y Reino Unido ocupa el quinto lugar.
- En 2012 el 62% del interés pivotaba en España, Francia, Italia y Alemania. En este estudio (2015), estos cuatro países concentran el 45,2%.
- Por otro lado, en 2012, la UE mostraba más atención hacia América Latina Caribe que viceversa. Mirando el interés país por país, un 57% reflejaba más atención por parte de la ciudadanía de la UE hacia América Latina Caribe que viceversa. Sin embargo ahora, en 2015, el interés por parte de los ciudadanos de la UE hacia América Latina Caribe es de un 34%. El interés por parte de los países de América Latina Caribe hacia la UE es de un 66%. El dato en 2012 era del 43%.
- Respecto a la frecuencia con la que aparecían las principales ciudades de la UE desde América Latina Caribe en 2012 eran: Madrid 21,1%, Barcelona 17,9%, París 12%, Roma 11,8. Ahora, en 2015, Barcelona está por delante de Madrid con un 22,5%. Londres aparece en tercer lugar con un 10,4% seguido de París 8,4% y Roma 6,3%.

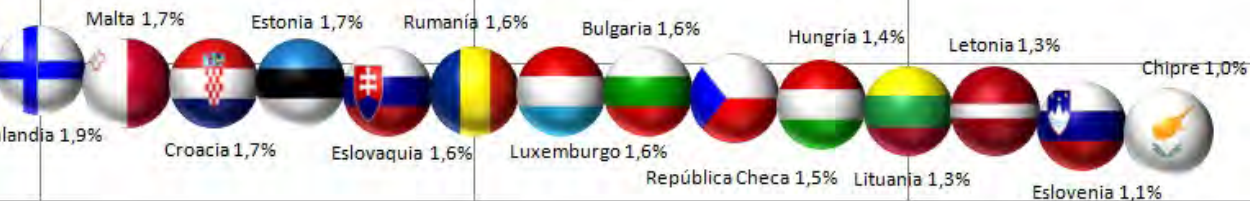
2.1. Frecuencia con que aparecen los países de la



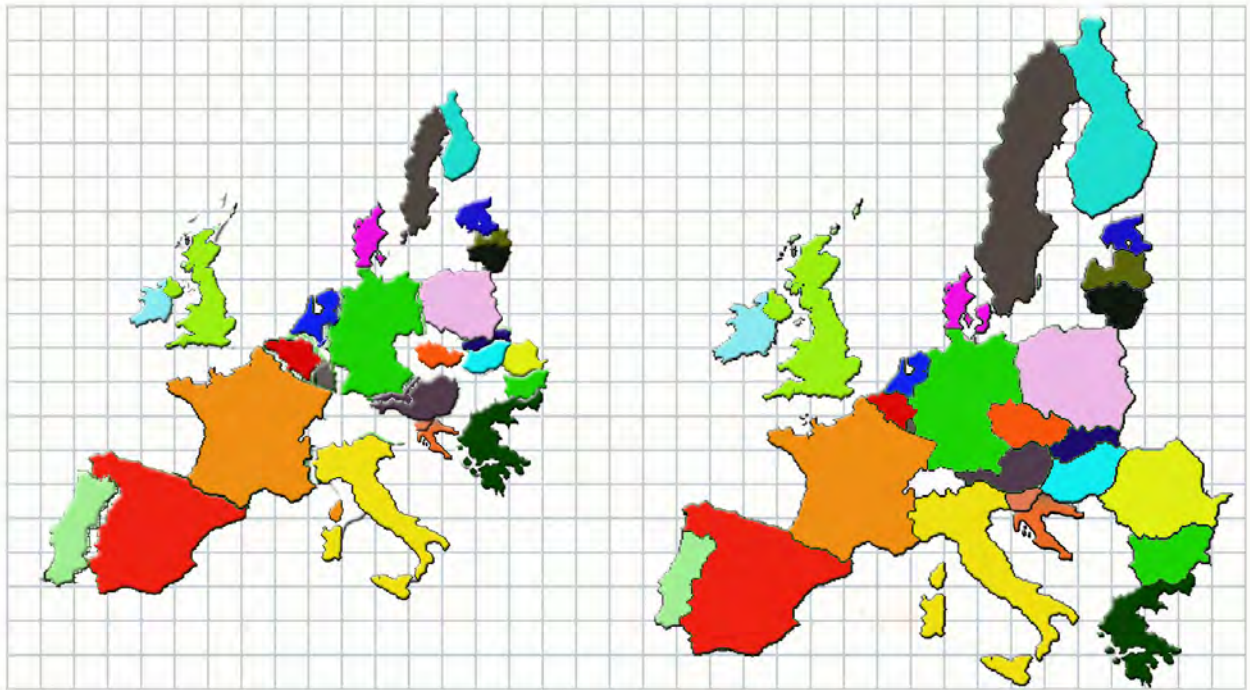
UE en búsquedas desde América Latina Caribe

METODOLOGÍA

El Gráfico 1 muestra el porcentaje de búsquedas que ha tenido cada uno de los 28 países de la UE del total de búsquedas que se han realizado desde todos los países de América Latina Caribe desde abril del año 2014 a abril del año 2015.



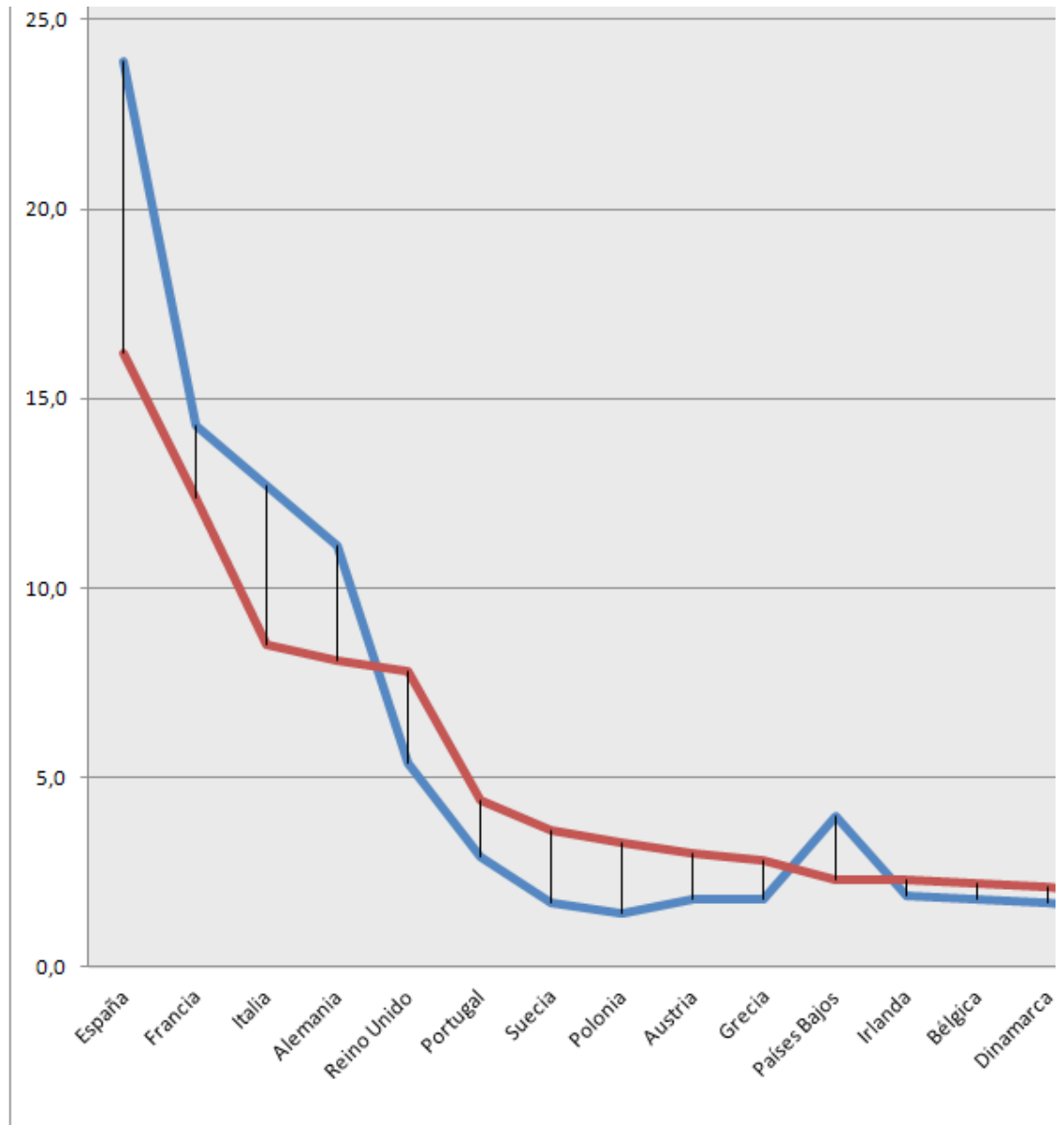
2.1.1 La miopía perceptiva entre las dos regiones:



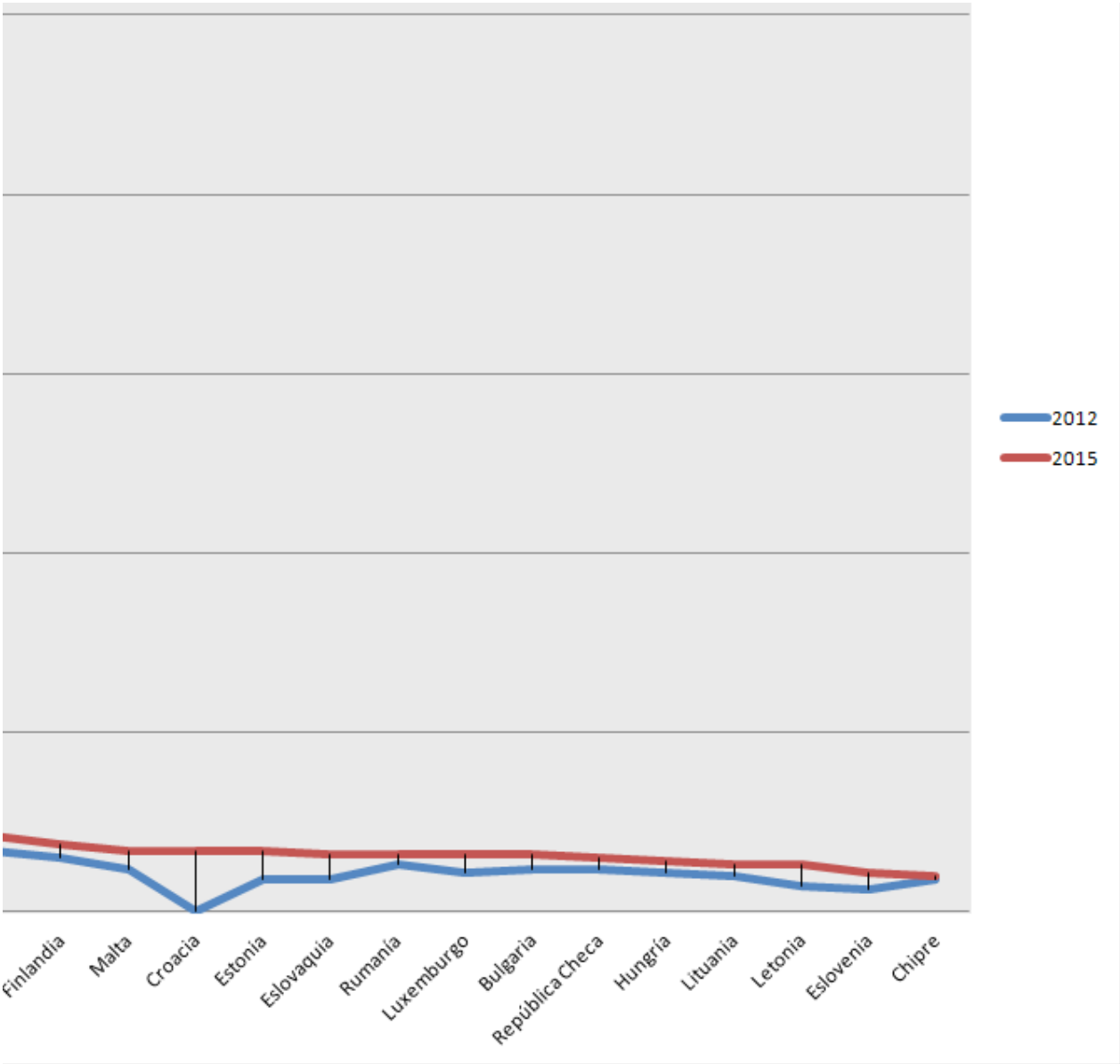
La UE vista desde América Latina Caribe



2.1.2 Comparativa con datos I ATLAS (2011-2012)



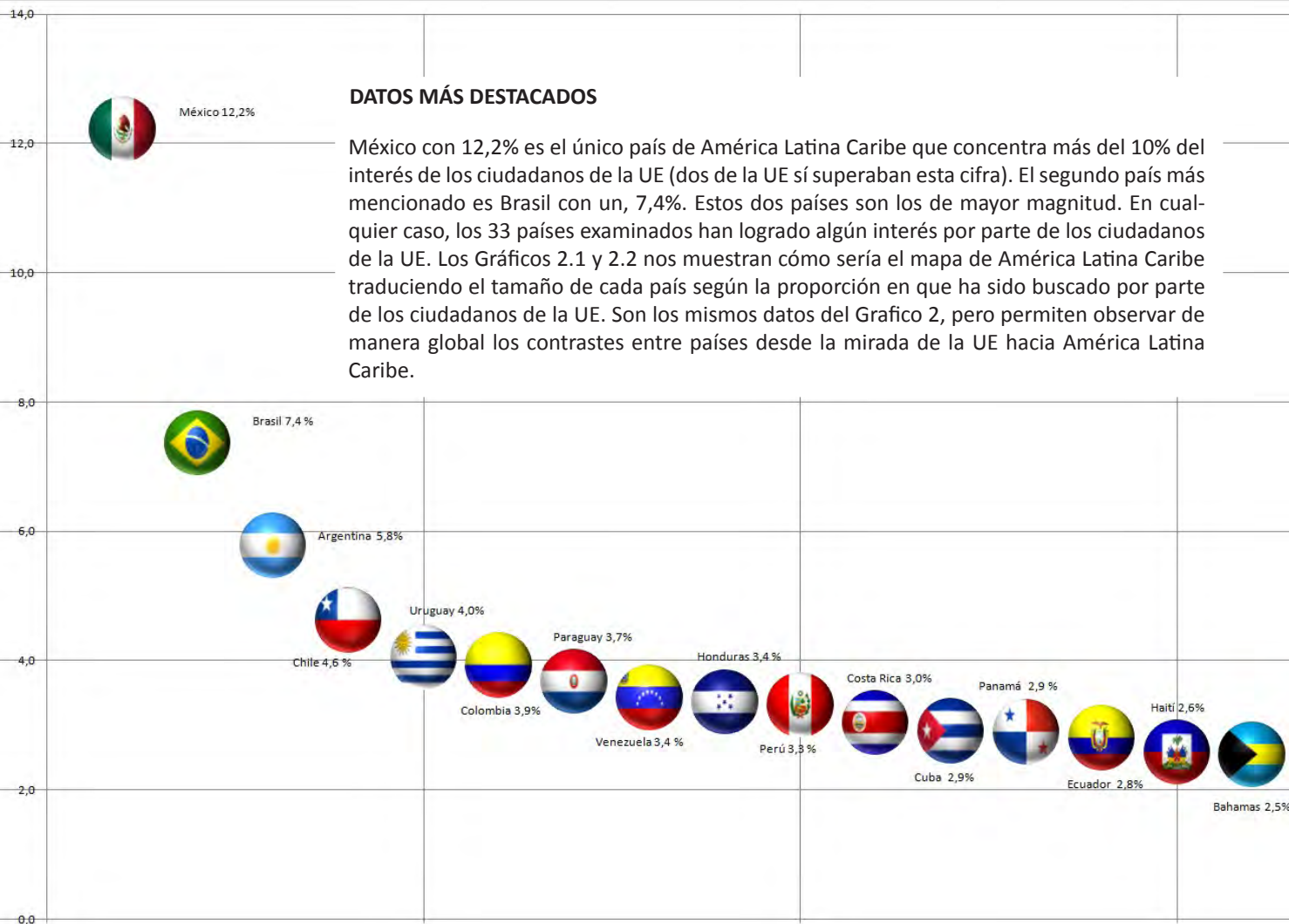
La UE vista desde América Latina Caribe



2.2. Frecuencia con que aparecen los países de

DATOS MÁS DESTACADOS

México con 12,2% es el único país de América Latina Caribe que concentra más del 10% del interés de los ciudadanos de la UE (dos de la UE sí superaban esta cifra). El segundo país más mencionado es Brasil con un 7,4%. Estos dos países son los de mayor magnitud. 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 muestran cómo 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.



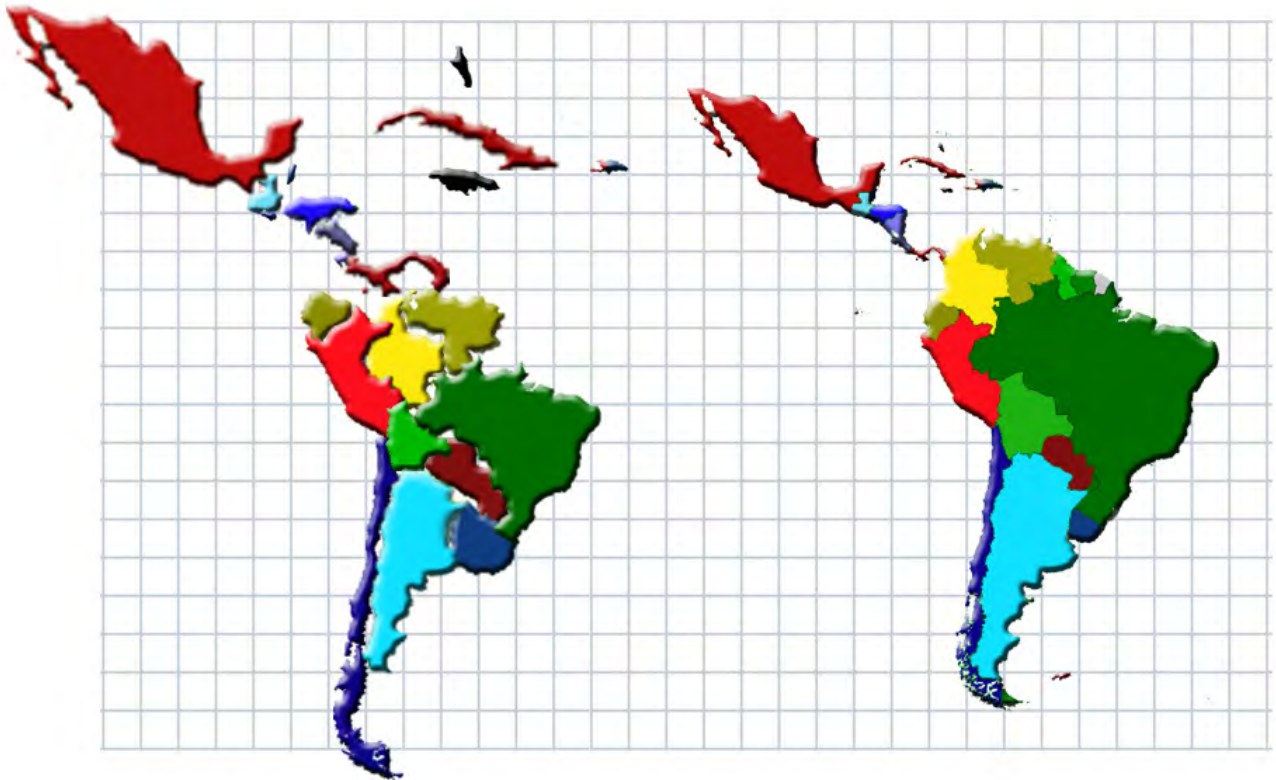
América Latina Caribe en búsquedas desde la UE

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 abril del año 2014 a abril del año 2015. La búsqueda se ha realizado en la lengua oficial de cada país de la UE.



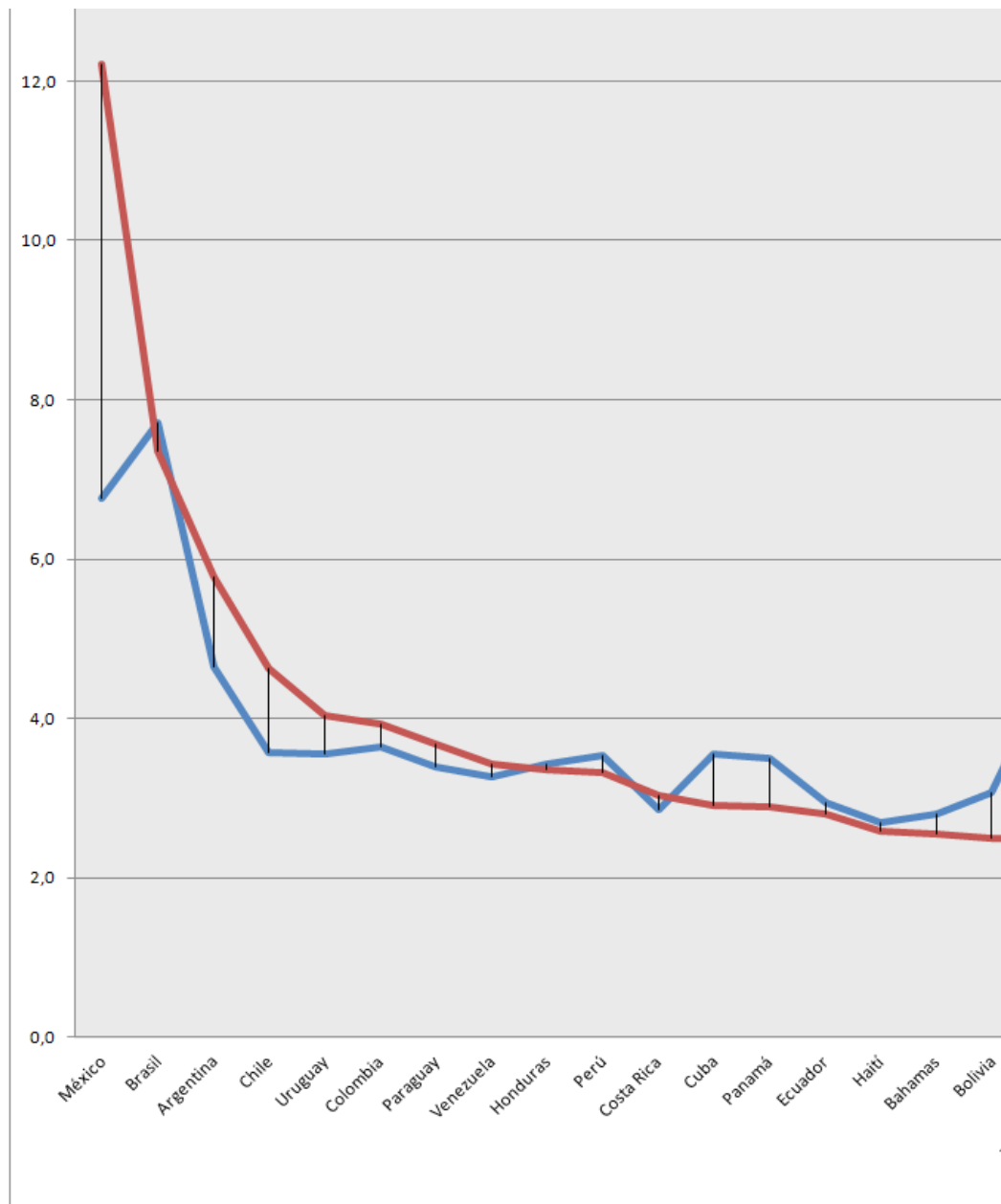
2.2.1 La miopía perceptiva entre las dos regiones:



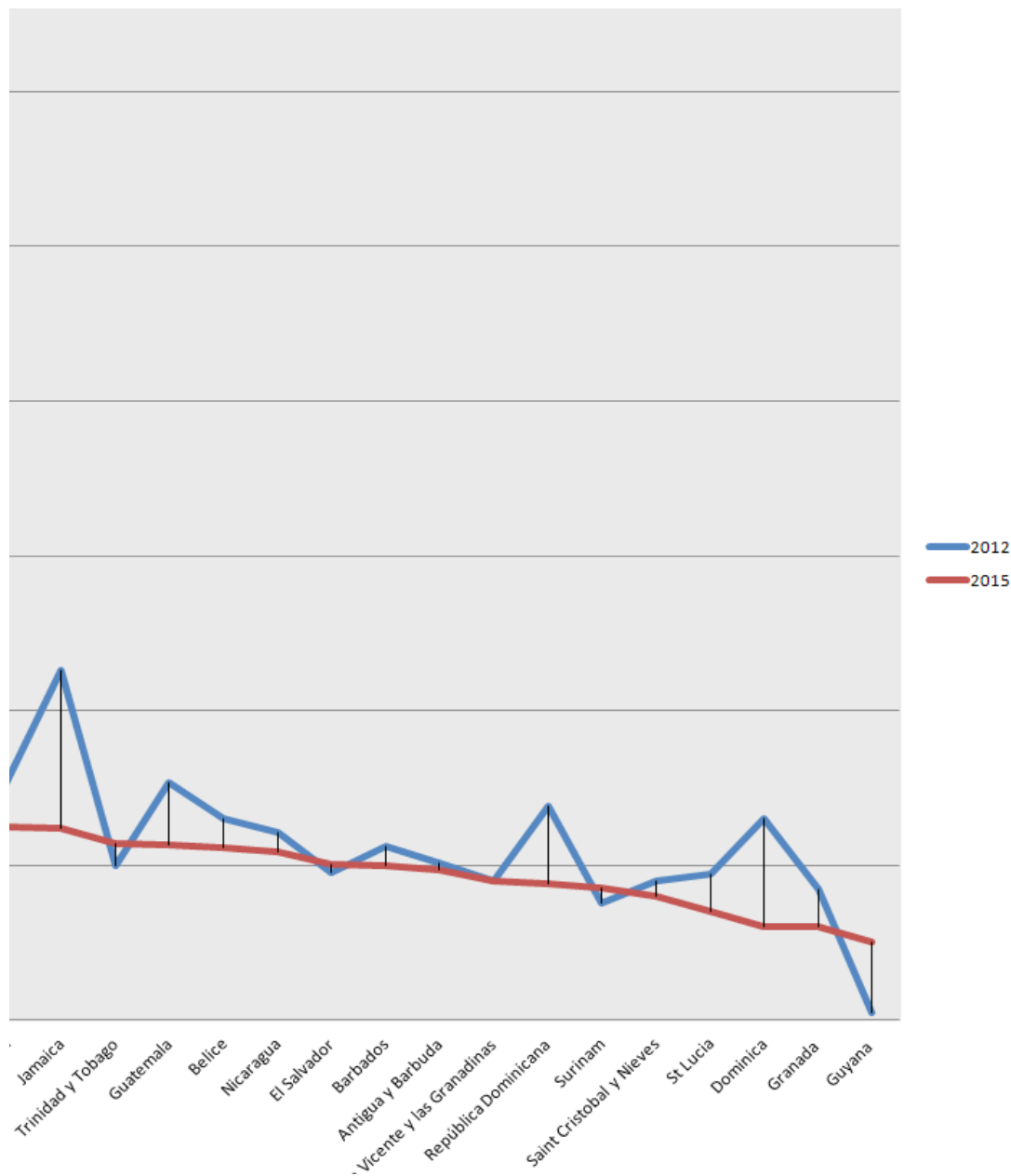
América Latina Caribe vista desde la UE



2.2.2 Comparativa con datos I ATLAS (2011-2012)



América Latina Caribe vista desde la UE



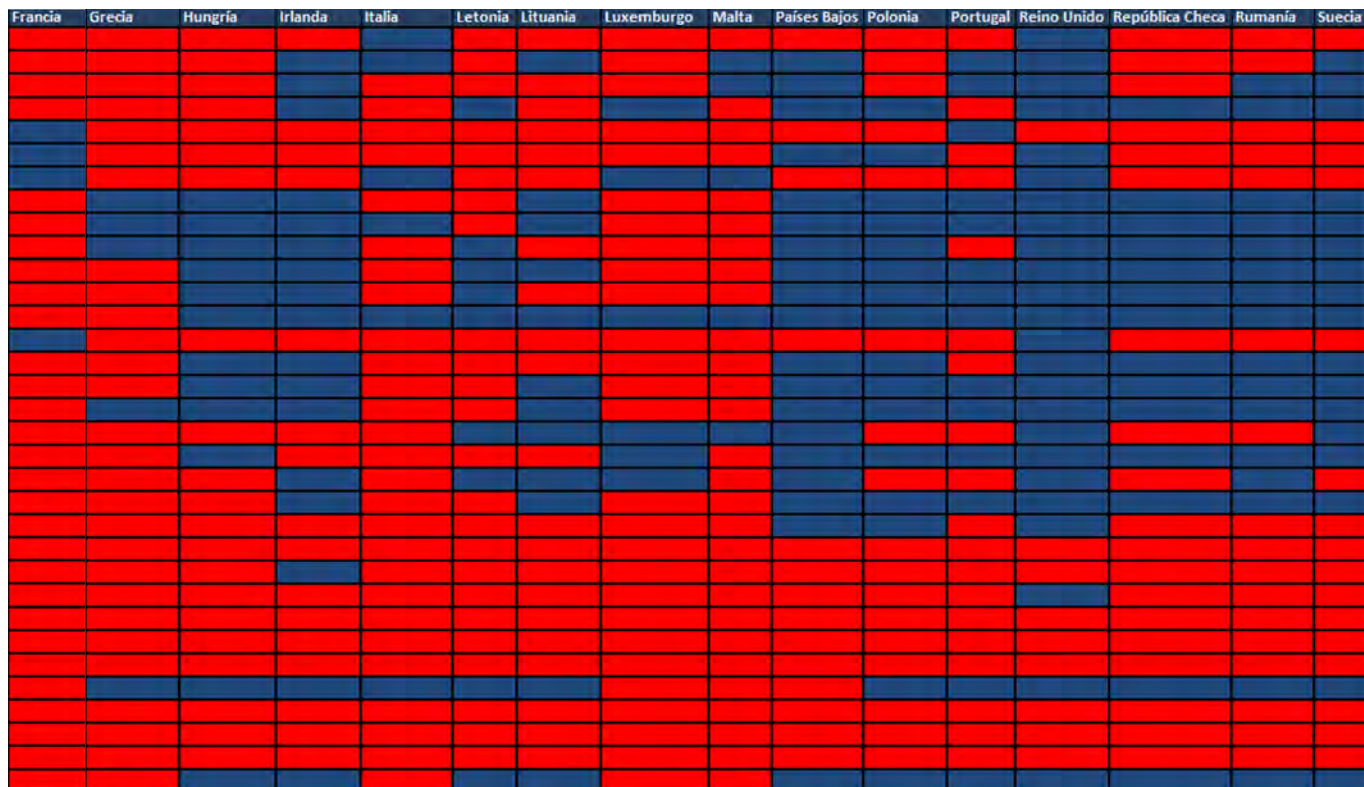
2.3. Balance del caudal de interés de una región

PAISES	Alemania	Austria	Bélgica	Bulgaria	Chipre	Croacia	Dinamarca	Eslovaquia	Eslovenia	España	Estonia	Finlandia
Argentina	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Bahamas	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Belice	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Bolivia	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Brasil	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Chile	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Colombia	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Costa Rica	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Cuba	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Ecuador	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
El Salvador	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Guatemala	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Jamaica	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
México	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Nicaragua	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Panamá	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Paraguay	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Perú	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Rep. Domin	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Trinidad y Tobago	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Uruguay	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Venezuela	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Antigua y Barbuda	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Guyana	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Barbados	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Dominica	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Granada	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Surinam	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Haití	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
San Cristóbal y Nieves	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
San Vicente y las Granadinas	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Santa Lucía	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Honduras	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red

METODOLOGÍA

La elaboración del Gráfico 3 (damero), ha requerido ponderar la población y el acceso a Internet de cada país en su contraste con todos y cada uno de los países de la otra región. Una vez que hemos normalizado estas dos variables en todas sus novecientas veinticuatro combinaciones, ha sido posible (válido) comparar el caudal o flujo de interés, por ejemplo, entre Brasil y Malta o Alemania y Jamaica. Por lo tanto, para cada casilla del Gráfico 3 (damero) se ha tenido que realizar una adaptación concreta que permita la comparación y el diagnóstico neto de quién muestra proporcionalmente más interés por el otro país. Cuando el balance ha sido favorable (más atención), por parte de un país de América Latina Caribe, la casilla ha sido coloreada de rojo. Y viceversa, cuando hemos observado más interés desde un país de la UE la casilla ha sido coloreada de azul.

respecto a la otra: país a país



DATOS MÁS DESTACADOS

Del total de 924, 616, un 66% son rojas (más interés del país de América Latina Caribe) y, 308, un 34% son azules (más interés desde el país de la UE). Esto implica globalmente más atención por parte de América Latina Caribe hacia la UE que viceversa.

Sin embargo, algunos países de la UE, rompen ese vector general, como es el caso de Reino Unido (con 24 casillas azules frente a 9 rojas), seguida de Países Bajos (19 azules, 14 rojas), Irlanda y Suecia (17 azules, 16 rojas). En estos casos hay más países con interés en ellos que desde ellos.

Estos datos nos dibujan un segundo “atlas” de la mirada de los ciudadanos hacia la otra región.

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



DATOS MÁS DESTACADOS

Hay dos ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe: Barcelona (22,5%) y Madrid (21,3%). En un segundo escalón, pero por encima del 10% está Londres. Seguidas un escalón más abajo, por París y Roma. 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. El contraste entre el referente país y ciudad nos muestra que a 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

METODOLOGÍA

Los Gráficos 4 y 5 muestran el porcentaje de búsquedas que ha tenido cada uno de las 36 ciudades de la UE desde América Latina Caribe y las 33 de América Latina Caribe en la UE. Periodo: abril del año 2014 a abril del año 2015.



Buenos Aires	22,3
Río de Janeiro	19,9
Sao Paulo	12,7
México D.F.	6,2
Santiago de Chile	3,3
Ciudad de Panamá	3,1
Caracas	2,9
Bogotá	2,8
Quito	2,7
La Habana	2,7
Puerto Príncipe	2,6
La Paz	2,5
Lima	2,4
Santo Domingo	2,1
Kingston	1,9
Puerto España	1,9
San José	1,6
Sucre	1,5
Managua	1,3
Medellín	1,2

DATOS MÁS DESTACADOS

Las ciudades que más atención han generado para los europeos en América Latina Caribe han sido, en este orden: Buenos Aires, Río de Janeiro, Sao Paulo y México D.F. Un escalón por debajo están Santiago de Chile, Ciudad de Panamá, Caracas, Bogotá, Quito y La Habana.

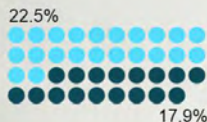
Entre los dos bloques suman el 78,6% de todas la búsquedas desde la UE sobre las ciudades de América Latina Caribe.

Parece que las ciudades, al menos las más buscadas, también tienen su propia identidad independiente del país de pertenencia.

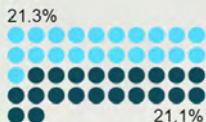
Comparativa ciudades UE

● 2015

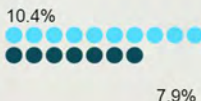
● 2012



Barcelona



Madrid



Londres



Paris



Roma



Berlín



Atenas



Oporto



Bruselas



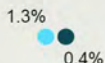
Milán



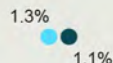
Lisboa



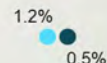
Viena



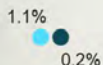
La Haya



Praga



Copenhague



Bratislava



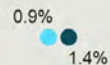
Marsella



Riga



Helsinki

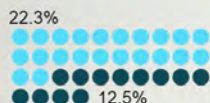


Amsterdam

Comparativa ciudades América Latina Caribe

● 2015

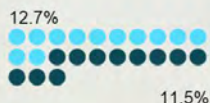
● 2012



Buenos Aires



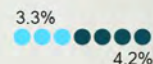
Río de Janeiro



Sao Paulo



México D.F.



Santiago de Chile



Ciudad de Panamá



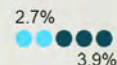
Caracas



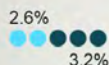
Bogotá



Quito



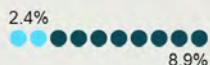
La Habana



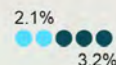
Puerto Príncipe



La Paz



Lima



Santo Domingo



Kingston



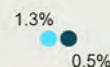
Puerto España



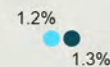
San José



Sucre



Managua



Medellín

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.



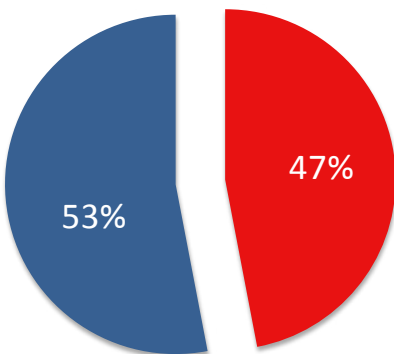
Datos destacados del Capítulo

- España es el país que tiene más presencia en las noticias de América Latina Caribe, con un 19,8 % del total. En segundo lugar Italia con un 13,4%, le sigue Francia con un 12,9%.
- México, con un 13,9% y Argentina, con 12,3%, son los países más mencionados en las informaciones sobre América Latina. En un segundo bloque en torno al 10% están Brasil y Colombia.
- El bloque de noticias sobre la UE que más han interesado en América Latina Caribe han sido las de Relaciones Internacionales (29%), seguidas por la categoría Economía y Finanzas (27%).
- 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 22% (un 29% cuando era la UE) y Economía y Finanzas, con un 13% (27% 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 2015

■ América Latina Caribe en Unión Europea

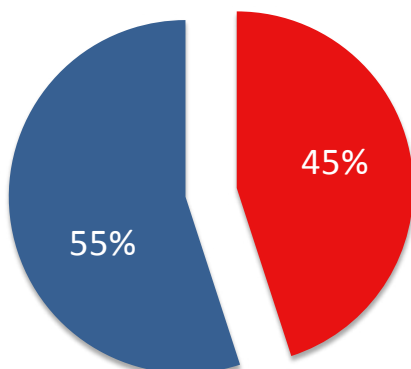
■ Unión Europea en América Latina Caribe



PORCENTAJE DE NOTICIAS PUBLICADAS DE UNA REGIÓN EN LA OTRA 2012

■ América Latina Caribe en Unión Europea

■ Unión Europea en América Latina Caribe



19.8%

METODOLOGÍA

Este gráfico muestra el porcentaje de las noticias que se han generado en América Latina Caribe y en las que aparece cada uno de los 28 países de la UE. La búsqueda se ha realizado en las noticias recogidas por Google/Noticias en cada uno de los países de América Latina Caribe entre abril del año 2014 y el mismo mes del año 2015, siendo el universo de referencia noticias de los estados de la UE. Los datos se ofrecen en porcentajes sobre el total.

13.4%

12.9%

9.1%

5.7%



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

DATOS MÁS DESTACADOS

España es el país que tiene más presencia en las noticias de América Latina Caribe, con un 19.8% . En segundo lugar con un 13,4%, aparece Italia seguido de Francia con un 12,9 % y Alemania con 9,1%. En quinto lugar, Portugal con un 5,7%.

4.3%



3.3%



3.2%



3.1%



2.7%



13.9%



12.3%



10.2%



10.1%



9.0%



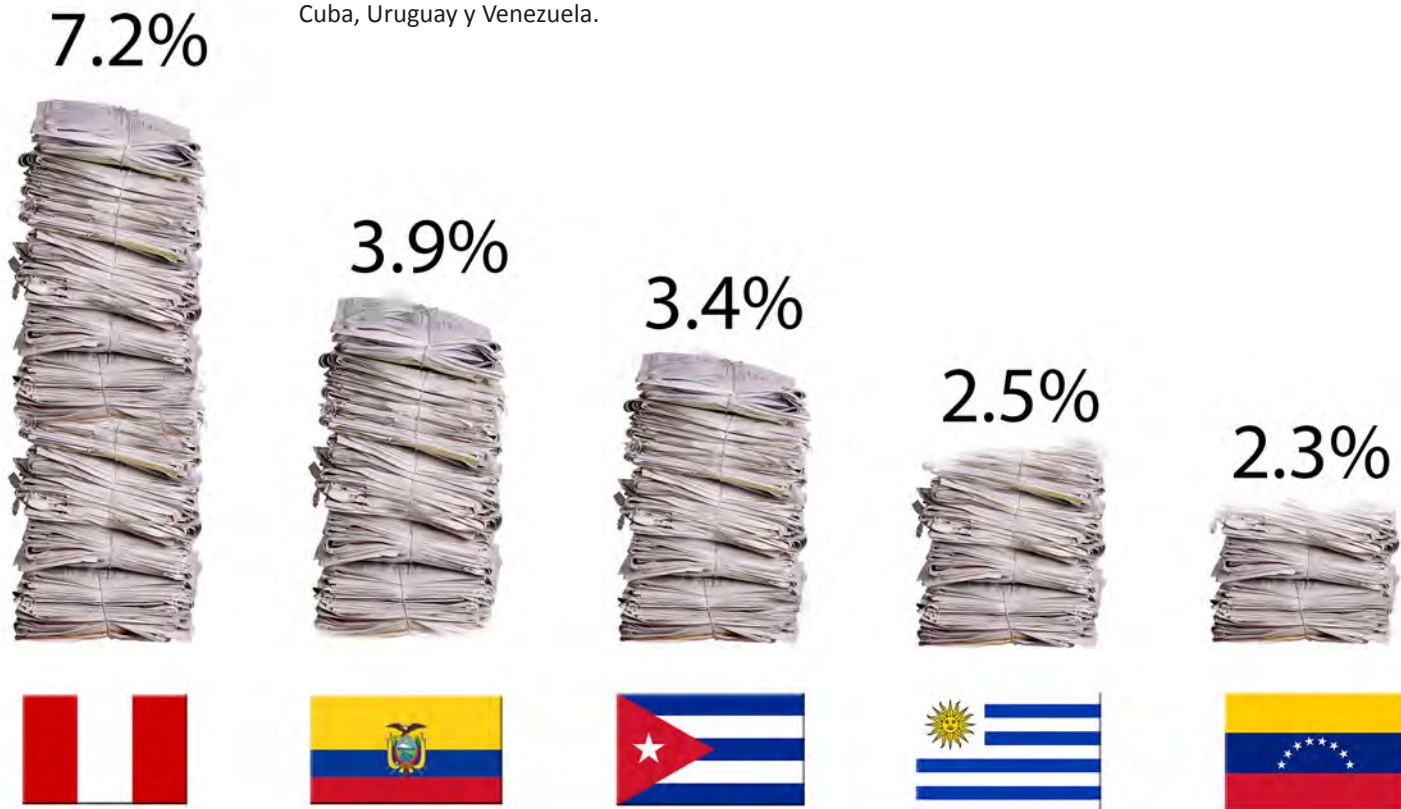
3.2. Mención a los países de América Latina Caribe en noticias de la UE

METODOLOGÍA

Este gráfico 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 abril del año 2014 y el mismo mes del año 2015, siendo el Universo de referencia noticias de los estados de la UE. Los datos se ofrecen en porcentajes sobre el total en todos los países.

DATOS MÁS DESTACADOS

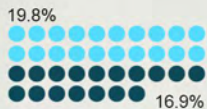
México, con un 13,9% y Argentina con 12,3%, son los países más mencionados en las informaciones sobre América Latina en la UE. Conforman un segundo escalón, en torno a un 10%, Brasil y Colombia. En un tercer escalón, entre un 9% y un 7%, se encuentran Chile y Perú. Por debajo del 5% están Ecuador, Cuba, Uruguay y Venezuela.



Comparativa noticias UE

● 2015

● 2012



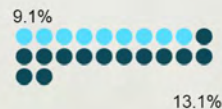
España



Italia



Francia



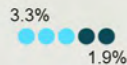
Alemania



Portugal



Grecia



Bélgica



Reino Unido

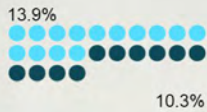
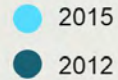


Suecia

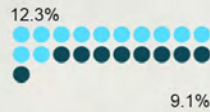


Polonia

Comparativa noticias América Latina Caribe



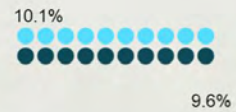
México



Argentina



Brasil



Colombia



Chile



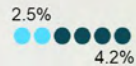
Perú



Ecuador



Cuba



Uruguay



Venezuela

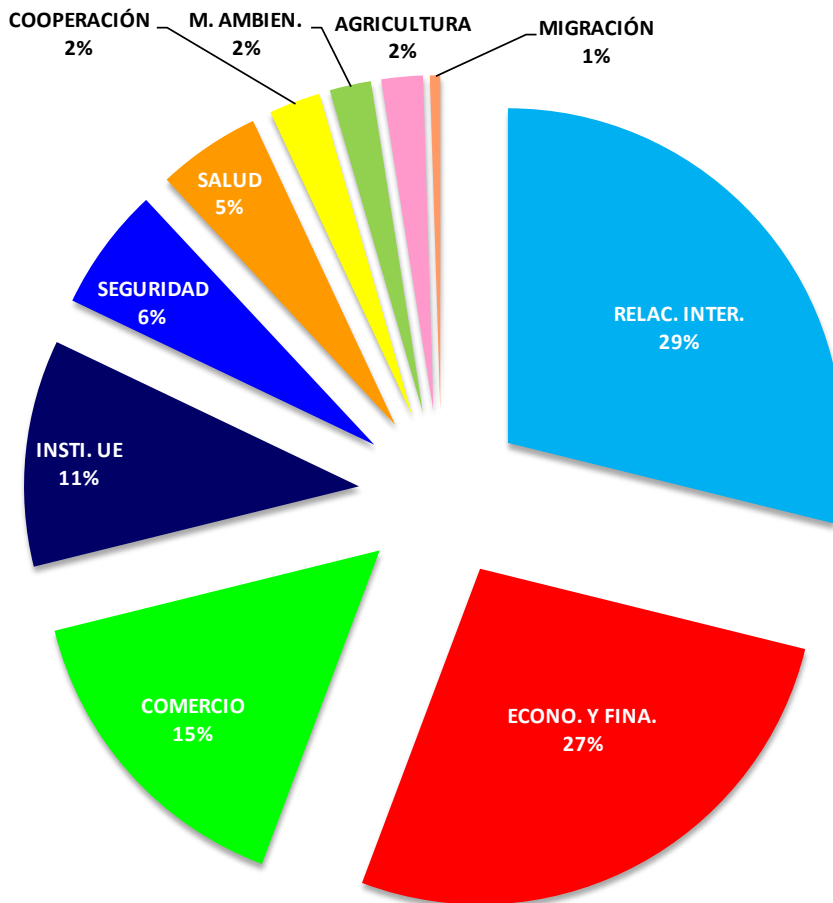
3.3. Los temas que más interesan en América Latina Caribe sobre la UE

DATOS MÁS DESTACADOS

El bloque de noticias sobre la UE que más ha interesado en América Latina Caribe ha sido el de Relaciones Internacionales (29%), seguida por la categoría Economía y Finanzas (27%). Entre estas dos categorías concentran el 56% de las noticias que se han ofrecido en América Latina Caribe sobre la UE en un año.

Comercio agrupa el 15%, y el 11%, Instituciones de la UE.

Le siguen varias categorías que aluden a temas de Seguridad, 6%; Salud, 5%; Cooperación, 2%; Medio ambiente, 2%; Agricultura, 2% y Migración 1%.



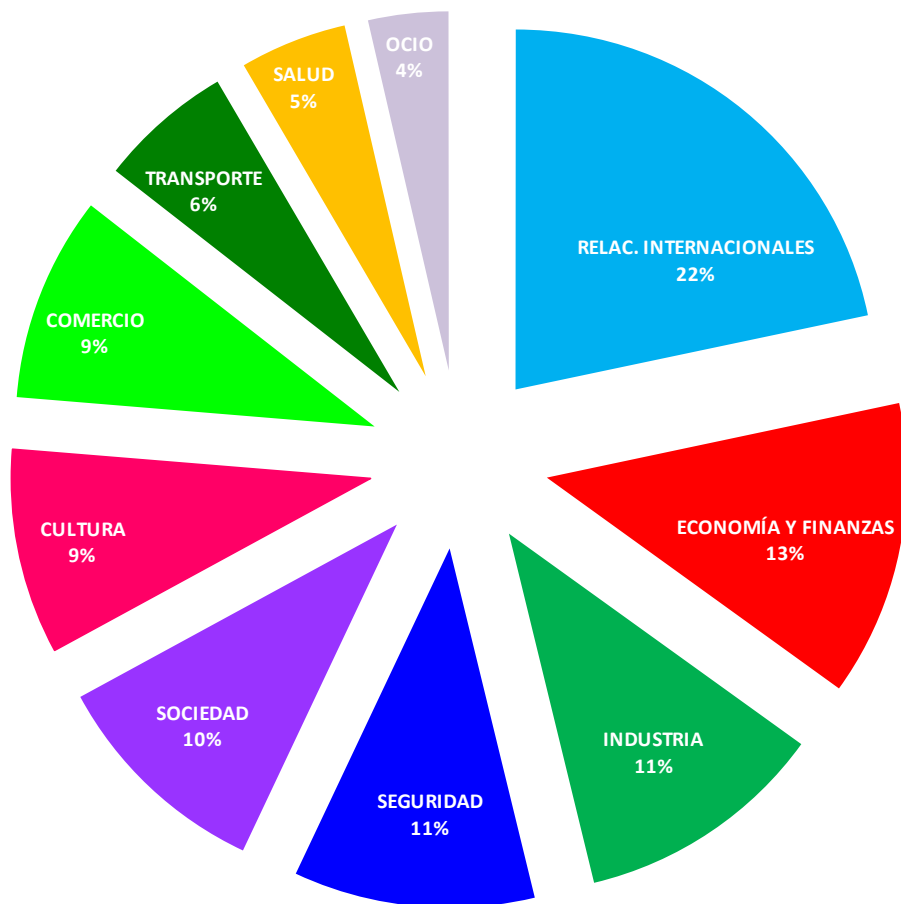
En este epígrafe abordamos directamente los temas de las informaciones sobre la otra región: ¿Qué temas informativos de la UE han interesado más en América Latina Caribe? Lo que, trasladado a la estrategia de este estudio, podría traducirse en: dónde han puesto el foco de interés para mirar la UE los 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 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, concentran menos noticias: Relaciones Internacionales con un 22% (un 29% cuando el protagonista era la UE) y Economía y Finanzas, un 13% (27% en las noticias sobre la UE). En tercer lugar Industria con un 11%. En cuarto y quinto lugar con un 11% y un 10% cada una: Seguridad y Sociedad. En sexto lugar ambas con un 9%, Cultura y Comercio. Seguida, por Transportes con un 6%, Salud con un 5% y Ocio con un 4%.

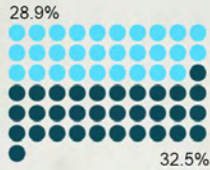
Los temas de las noticias que se miran desde la UE sobre AMLyC no están tan concentrados como ha ocurrido en el sentido inverso (de AMLyC UE), donde Relaciones Internacionales y Economía y Finanzas acumulan más del 50% de las noticias sobre la UE.



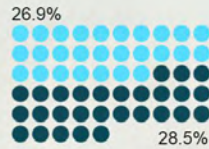
METODOLOGÍA

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 y viceversa. La búsqueda se ha realizado entre abril del año 2014 y el mismo mes del año 2015.

Comparativa categorías UE



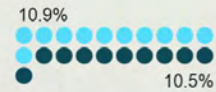
Relac. Inter.



Econo. y Fina.



Comercio



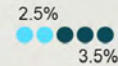
Instituciones UE



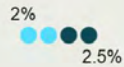
Seguridad



Salud



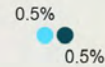
Cooperación



M. Ambiente

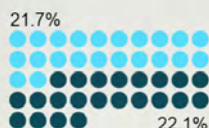
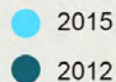


Agricultura

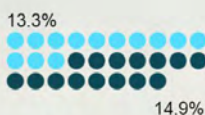


Migración

Comparativa categorías América Latina Caribe



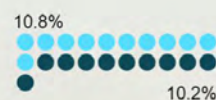
Relac. Inter.



Econo. y Fina.



Industria



Seguridad



Sociedad



Cultura



Comercio



Transporte



Salud



Ocio

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

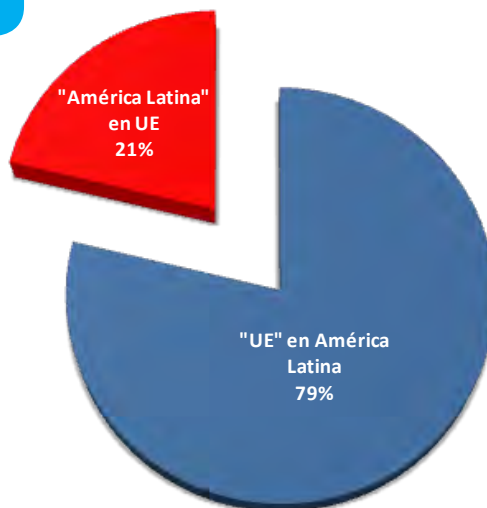
METODOLOGÍA

Este gráfico 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 abril del año 2014 y el mismo mes del año 2015.

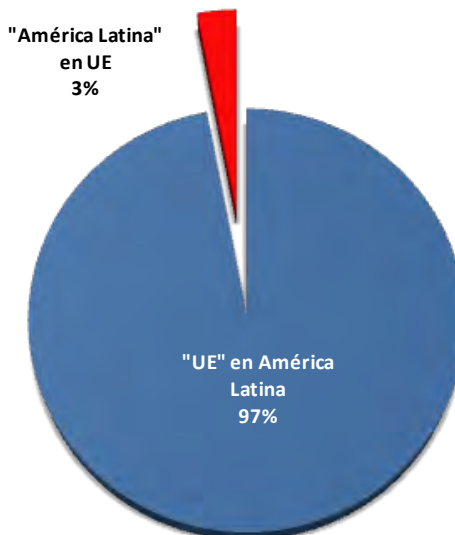
DATOS MÁS DESTACADOS

Continúa siendo la entidad UE la que está totalmente asentada en la opinión pública de América Latina Caribe. Sin embargo con la entidad América Latina en la UE no ocurre lo mismo.

2015



2012





CAPÍTULO 4

Líderes políticos como referentes para la otra región

Hemos querido cerrar los trazos del “II 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. La búsqueda se ha realizado entre abril del año 2014 y el mismo mes del año 2015.

DATOS MÁS DESTACADOS

El líder más mencionado de la UE en las noticias de los países de América Latina Caribe ha sido el presidente español Rajoy, que acapara el 35%. En segundo lugar, la canciller Merkel, con un 21%. En tercer lugar, con un 19%, el primer ministro Cameron, y en cuarto lugar, el presidente Hollande con un 10%.

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 en la UE. La búsqueda se ha realizado entre abril del año 2014 y el mismo mes del año 2015.

DATOS MÁS DESTACADOS

El líder más mencionado de América Latina Caribe en las noticias de los Estados de la UE ha sido el presidente Enrique Peña Nieto, con un 15%, seguido por Cristina Fernández, con un 12% y Dilma Rousseff, con 11%. Entre los tres, acaparan el 38% de todas las menciones.

**II Congreso CELAC-UE
de editores de medios**



UN FUTURO COMÚN

**II CELAC-EU Congress
of Media Editors**



A COMMON FUTURE

political leaders in EU news



METHODOLOGY

Graph 12 shows the proportion of mentions political leaders of Latin America and the Caribbean received in news in the EU from April 2014 to April 2015.

STRIKING FACTS

The leader in Latin America and the Caribbean who was most featured in the news in the EU was President Enrique Peña Nieto with 15%, followed by Cristina Fernandez with 12% and Dilma Rousseff with 11%. These three account for 38% of all mentions.

4.2. Presence of Latin American and Caribbean



American and Caribbean news



METHODOLOGY

Graph 11 shows the proportion of mentions political leaders in the EU received in Latin American and Caribbean news between April 2014 and April 2015.

STRIKING FACTS

The EU leader who was most mentioned in Latin American and Caribbean news was Prime Minister of Spain, Rajoy with 35%. Second was Chancellor Merkel with 21%, followed by Prime Minister Cameron with 19% and fourth came president Hollande with 10%

4.1. Presence of EU political leaders in Latin





CHAPTER 4

Presence of political leaders in the news in the other region

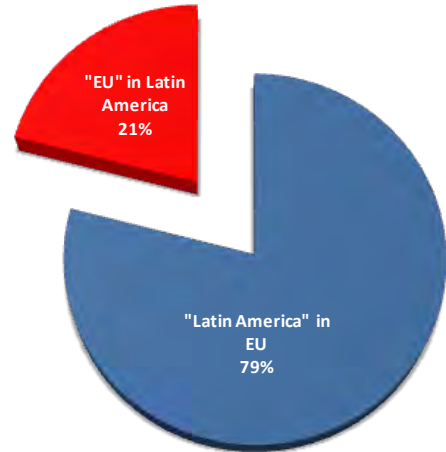
We wanted to close the second outline of this “II atlas” between these two regions by presenting the frequency with which various presidents or prime ministers from one region appear in the news of the other. The type of news that interests the other region will without a doubt influence which leaders are most mentioned.

3.5. Degree of presence of one region in the news of the other: European Union and Latin America and the Caribbean

2015

METHODOLOGY

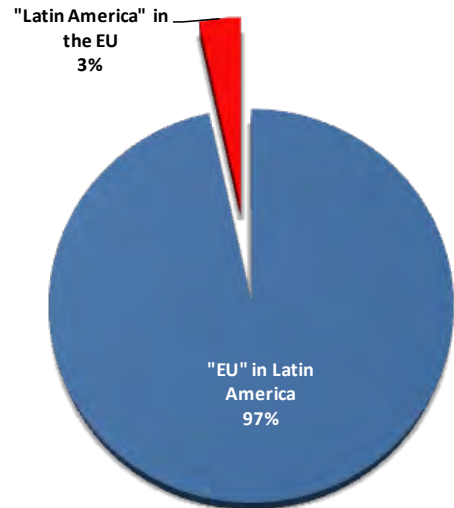
This Graphic illustrates the proportion of news in Latin America and the Caribbean which have mentioned the European Union and the proportion of news in the EU that has mentioned Latin America (in at least one of the official languages of the EU). The study was carried out between April 2014 and April 2015.



STRIKING FACTS

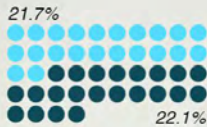
The European Union is fully present in public opinion in Latin America and the Caribbean, though the opposite can not be said about Latin America in the EU.

2012

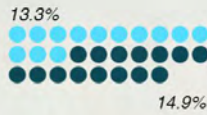


Latin America Caribbean categories comparison

● 2015
● 2012



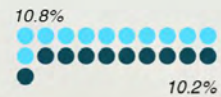
International Relations



Economy and Finance



Industry



Security



Society



Culture



Trade



Transport

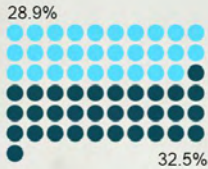
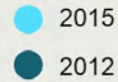


Health

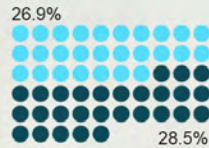


Leisure

EU Comparison categories



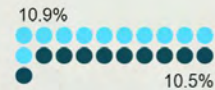
International Relations



Economy and Finance



Trade



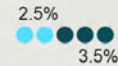
EU Institutions



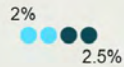
Security



Health



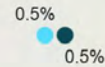
Cooperation



Environment



Agriculture



Migration

3.4. The subjects that interest the EU the most on Latin America and the Caribbean

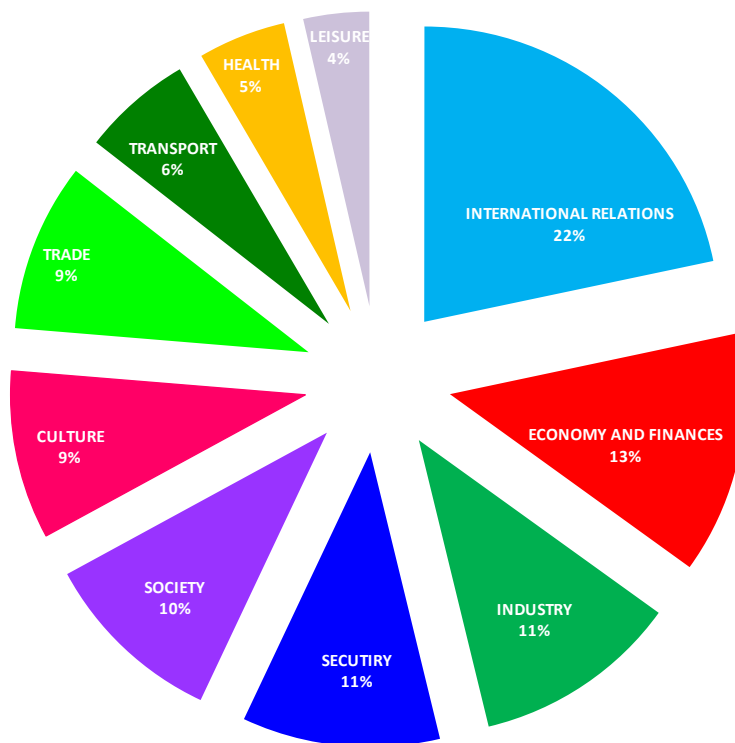
STRIKING FACTS

International relations and economy and finance were also the top two categories for news on Latin America and the Caribbean in EU media, but to a lower degree with 22% and 13% (compared to 29% and 27% in the EU) respectively.

Industry came third, with 11% of the searches followed by security with 11% and society with 10%.

The rest of the issues came in as follows: culture with 9%, trade with 9%, transport with 6% and health with 5% and finally, leisure with 4%.

News subjects presented in the EU regarding Latin America and the Caribbean are not as concentrated as they are in the opposite direction (from Latin America toward the EU), where issues of international relations and economy and finance make up more than 50% of the news on the EU presented in Latin America.



METHODOLOGY

Graphs 8 and 9 show the percentages of the news categories into which we have grouped the most frequent news on the EU that appeared in Google News in each of the countries in Latin America and the Caribbean and vice versa. Research was done between April 2014 and April 2015.

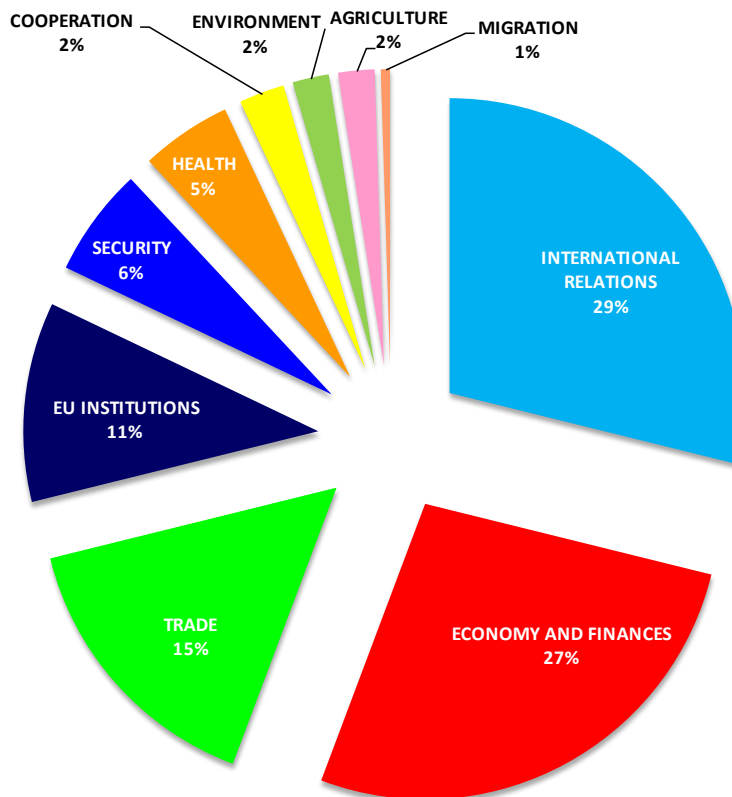
3.3. The subjects that interest Latin America and the Caribbean the most on the EU

STRIKING FACTS

News from the EU that interested the people of Latin America and the Caribbean the most, had to do with international relations (29%), followed by economy and finance (27%). These two categories alone represent 56% of the news Latin America and the Caribbean received on the European Union in one year.

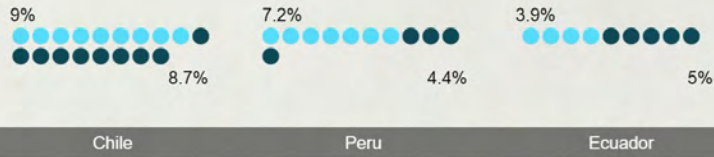
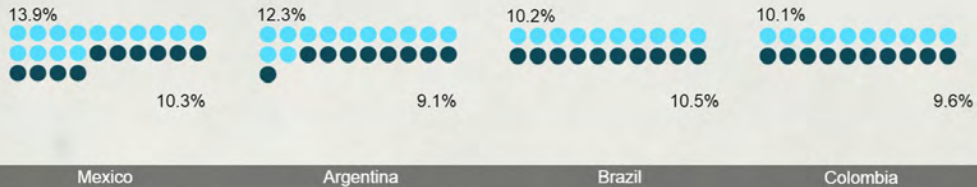
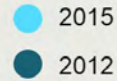
Then, two categories from the EU. Trade with 15% and EU institutions with 11%.

Finally, a variety of categories were covered: security with 6%, health with 5%, co-operation with 2%, agriculture with 2%, environment with 2% and migration with 1%.



In this section we directly address the news subjects regarding the other region: What issues in the EU have interested Latin America and the Caribbean the most? This question shifted into the strategy of this study could be translated as: Where have the Latin American and Caribbean media focussed their attention in presenting news from the EU.

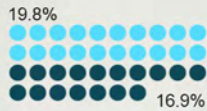
Latin America Caribbean news Comparison



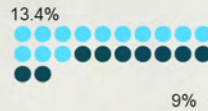
EU Comparison news

● 2015

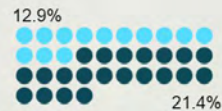
● 2012



Spain



Italy



France



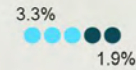
Germany



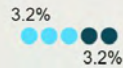
Portugal



Greece



Belgium



United Kingdom



Sweden



Poland

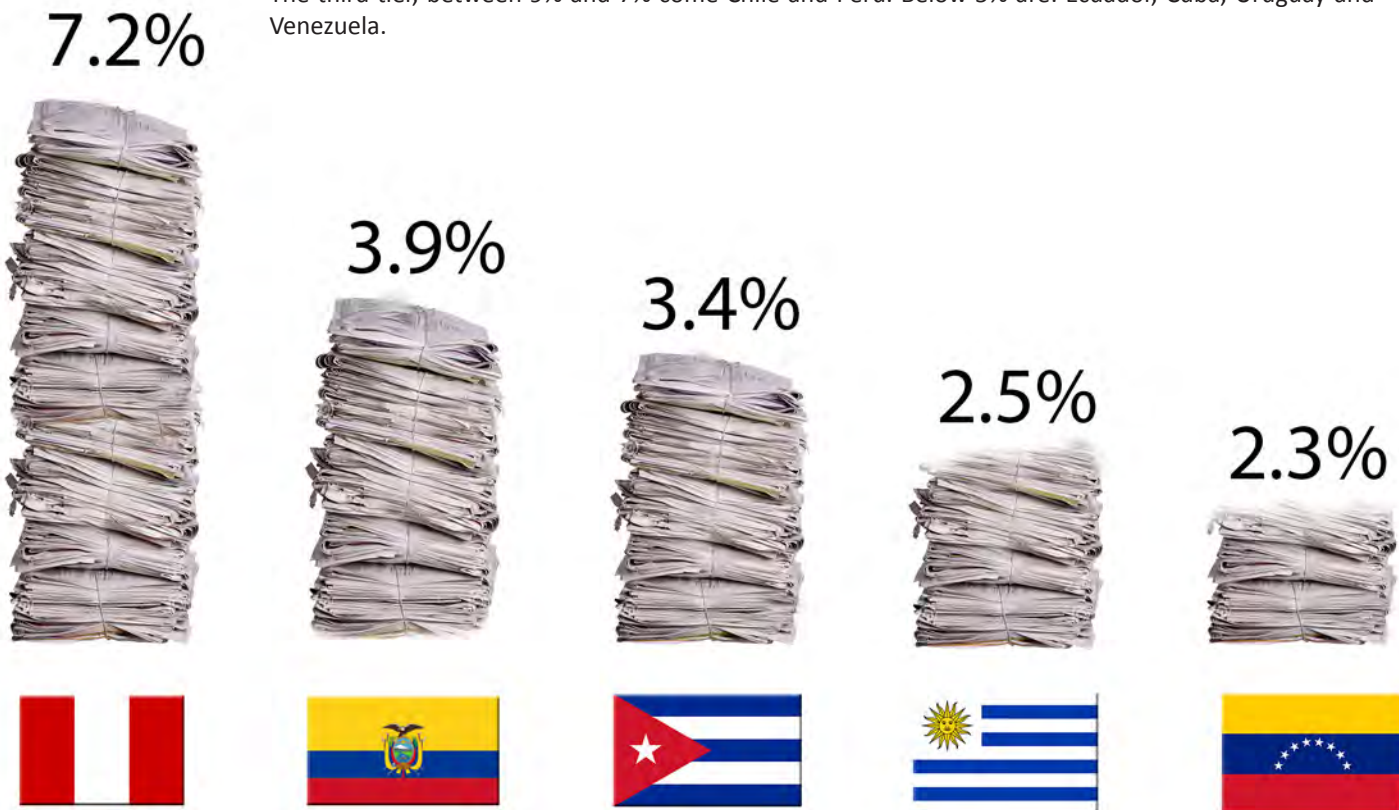
3.2. Mention of Latin American and Caribbean countries in EU news

METHODOLOGY

This graph shows the percentage of news in the EU that mention or feature each of the 33 countries of Latin America and the Caribbean included in this study. The investigation looked at news compiled by Google News in each of the EU countries from April 2014 to April 2015. Data are percentages of the total.

STRIKING FACTS

Mexico with 13.9% and Argentina with 12.3% are the two most newsworthy countries in Latin America and the Caribbean in EU news. The second tier, around 10%, come Brazil and Colombia. The third tier, between 9% and 7% come Chile and Peru. Below 5% are: Ecuador, Cuba, Uruguay and Venezuela.



13.9%



12.3%



10.2%



10.1%



9.0%

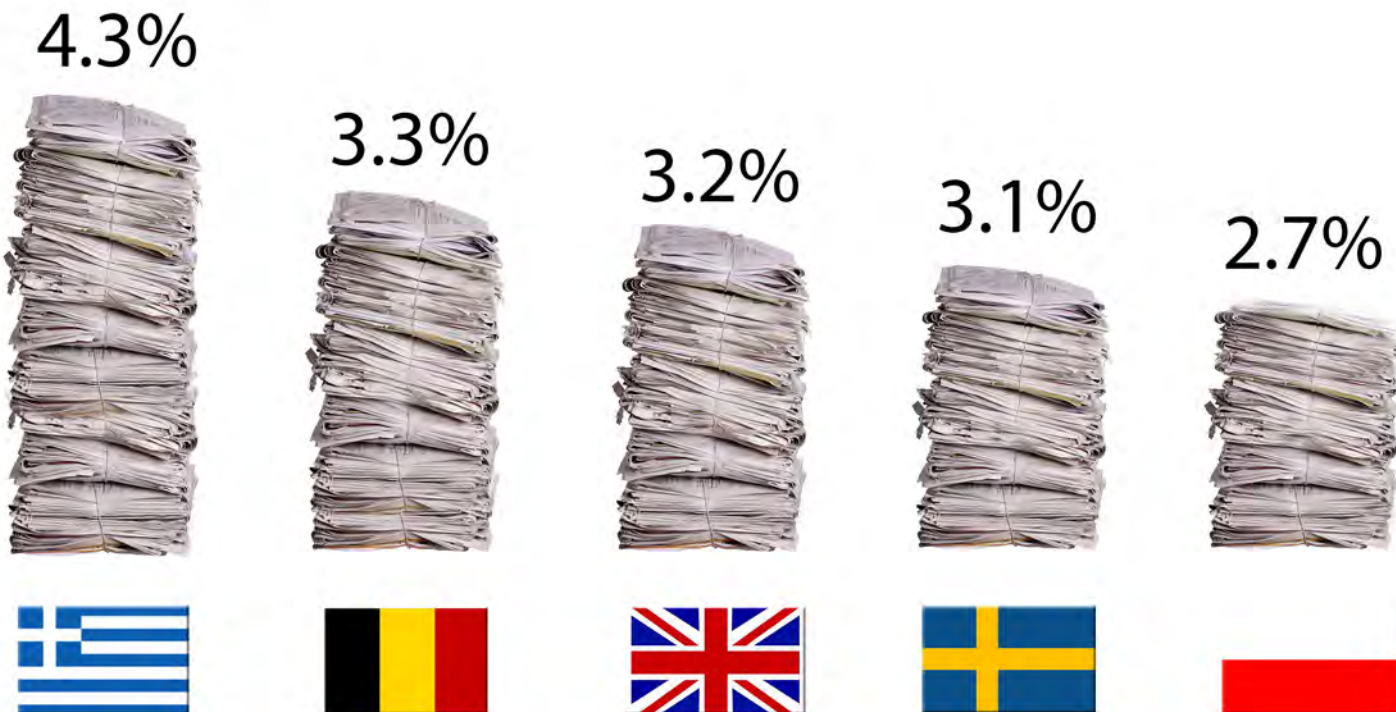


3.1. Mention of EU countries in Latin American and Caribbean news

STRIKING FACTS

Spain is the country that appears the most in the news in Latin America and the Caribbean regarding the EU, with 19.8% of the total.

In second place, with 13.4%, comes Italy followed by France with 12.9% and Germany with 9.1%. In fifth place comes Portugal with 5.7%



19.8%

METHODOLOGY

This graphic illustrates the percentage of news in Latin America and the Caribbean that feature or mention each of the 28 EU countries. The investigation looked at news compiled by Google News in each of the Latin American and the Caribbean countries from April 2014 to April 2015. Data are percentages of the total.

13.4%

12.9%

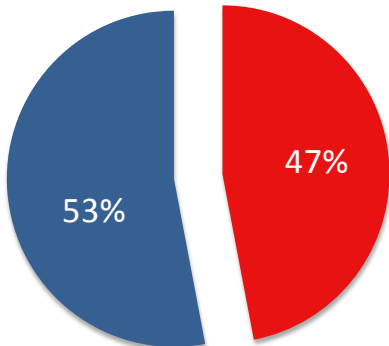
9.1%

5.7%



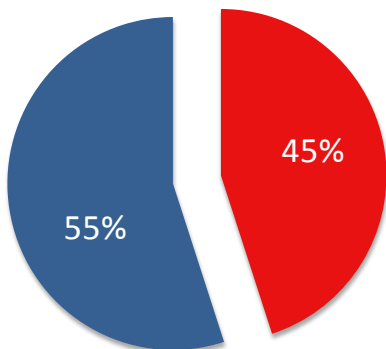
PERCENTAGE OF NEWS FEATURING ONE REGION IN THE OTHER REGION 2015

- Latin America and the Caribbean in the EU
- The European Union in LAC



PERCENTAGE OF NEWS FEATURING ONE REGION IN THE OTHER REGION 2012

- Latin America and the Caribbean in the EU
- The European Union in LAC



Type of news that interests the other region

In this chapter we will shift from the view of people to the work done by the media as the lens through which both regions are seen. Only a small, statistically insignificant minority of people in either region have direct, frequent and wide contact with the other. The rest of us rely on the media to tell us what is going on, what the others are doing, and what the concerns are in the other region.

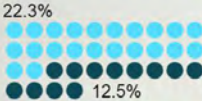


Highlighted facts from the chapter

- Spain is the country that appears the most in Latin American and Caribbean news on the EU, with 19.8% of the total. In second place comes Italy with 13.4% followed by France with 12.9%.
- Mexico with 13.9% and Argentina with 12.3% are the most mentioned countries in Latin America and the Caribbean in EU news in a second step, around 10% are Brazil and Colombia.
- The most interesting issues about the EU as expressed in Latin America and Caribbean news have been international relations (29%) and economy and finance (27%).
- International relations and economy and finance were also the top two categories for news on Latin America and the Caribbean in news outlets in the EU, but to a lower degree with 22% (29% when it was the EU) and 13% (27% in EU news).
- The European Union is fully present in public opinion in Latin America and the Caribbean, though the opposite can not be said about Latin America in the EU.

Latin America Caribbean cities Comparison

● 2015
● 2012



Buenos Aires



Rio de Janeiro



Sao Paulo



Mexico D.F.



Santiago de Chile



Panama city



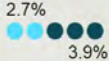
Caracas



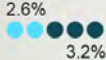
Bogota



Quito



Havana



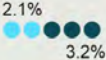
Port au Prince



La Paz



Lima



Santo Domingo



Kingston



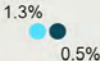
Puerto España



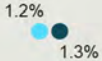
Saint Joseph



Sucre



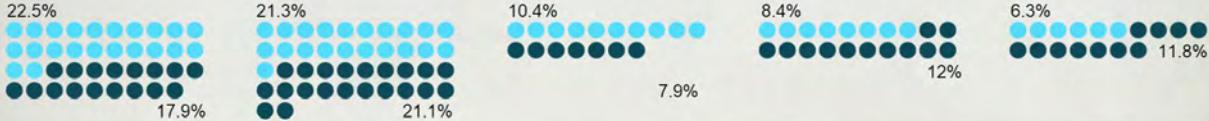
Managua



Medellin

EU cities Comparison

● 2015
● 2012



Barcelona

Madrid

London

Paris

Rome



Berlin



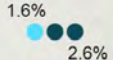
Athens



Oporto



Brussels



Milan



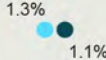
Lisbon



Vienna



The Hague



Prague



Copenhagen



Bratislava



Marseilles



Riga



Helsinki



Amsterdam

2.5. Frequency of results featuring main Latin American and the Caribbean cities in searches from within the EU

METHODOLOGY

Graphics 4 and 5 show the percentage of searches for each of the 36 EU cities included in our study originating in Latin America and the Caribbean and the percentages of the 34 Latin American and Caribbean cities of searches from the EU. Time period: April 2014 to April 2015.



Buenos Aires	22,3
Rio de Janeiro	19,9
Sao Paulo	12,7
Mexico DF.	6,2
Santiago de Chile	3,3
Panama city	3,1
Caracas	2,9
Bogotá	2,8
Quito	2,7
Havana	2,7
Port au Prince	2,6
La Paz	2,5
Lime	2,4
Santo Domingo	2,1
Kingston	1,9
Puerto España	1,9
Saint Joseph	1,6
Sucre	1,5
Managua	1,3
Medellin	1,2

STRIKING FACTS

Cities that gather more attention for Europeans in Latin America and the Caribbean were: Buenos Aires, Rio de Janeiro, Sao Paulo and Mexico D.F.

In the second tier are, also in descending order: Santiago, Panama City, Caracas, Bogota, Quito and Havana.

These two tiers of cities make up 78.6% of all the searches originating in the EU on Latin American and Caribbean cities.

It appears that cities, at least the most searched ones, also have their own identity independent of the country they are in.

2.4. Frequency of results featuring main EU cities in searches from within Latin America & the Caribbean



Barcelona	22,5
Madrid	21,3
London	10,4
Paris	8,4
Rome	6,3
Berlin	4,2
Athens	3,3
port	2,0
Brussels	1,9
Milan	1,6
Lisbon	1,5
Vienna	1,3
The Hague	1,3
Prague	1,3
Copenhagen	1,2
Bratislava	1,1
Marseilles	1,1
Riga	1,0
Helsinki	1,0
Amsterdam	0,9

STRIKING FACTS

Two EU cities concentrated particular attention from Latin America and the Caribbean: Barcelona and Madrid. In a second step, but above 10% is London. Followed a step below by Paris and Rome.

We know that in the case of Barcelona and Madrid, their numbers may be higher due to our inability to filter out searches for these cities' famous football teams, FC Barcelona and Real Madrid, which both bear the name of the city and both have many followers, precisely in Latin America and the Caribbean. The same might be said for the city of Rome due to it being the site of the Vatican. London being the host of the 2012 Summer Olympics also was a factor in its searches and finally, Porto, which shares its name with an internationally known style of fortified wine. The contrast between searches for countries and cities shows us that in today's world, the identity between the European Union and its constituent countries is clear, but not with its principal cities. To the people of Latin America and the Caribbean these cities have their own identity; Athens, Barcelona, Berlin, Lisbon, London, Madrid, Milan, Paris, Porto, even Brussels, each seem to have an independent identity.

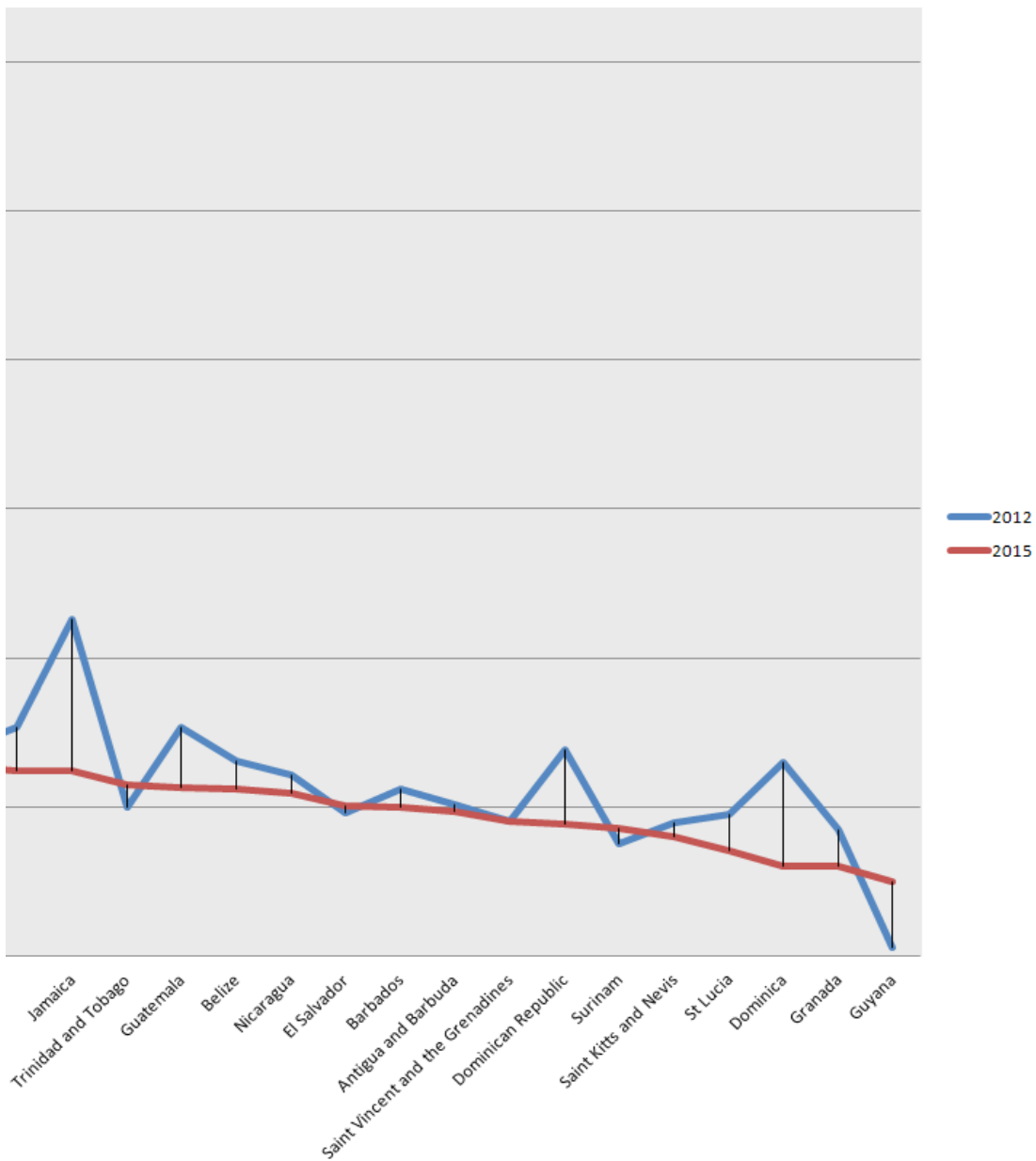
2.3. Flow of interest from one region to the other:

COUNTRIES	Germany	Austria	Belgium	Bulgaria	Cyprus	Croatia	Denmark	Slovakia	Slovenia	Spain	Estonia	Finland	France
Argentina	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Bahamas	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Belize	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Bolivia	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Brazil	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Chile	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Colombia	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Costa Rica	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Cuba	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Ecuador	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
El Salvador	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Guatemala	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Jamaica	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Mexico	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Nicaragua	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Panama	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Paraguay	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Peru	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Rep. Domin	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Trinidad and Tobago	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Uruguay	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Venezuela	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Antigua and Barbuda	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Guyana	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Barbados	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Dominica	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Granada	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Surinam	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Haiti	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
St. Kitts and Nevis	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Saint Vincent and the Grenadines	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Saint Lucia	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Honduras	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red

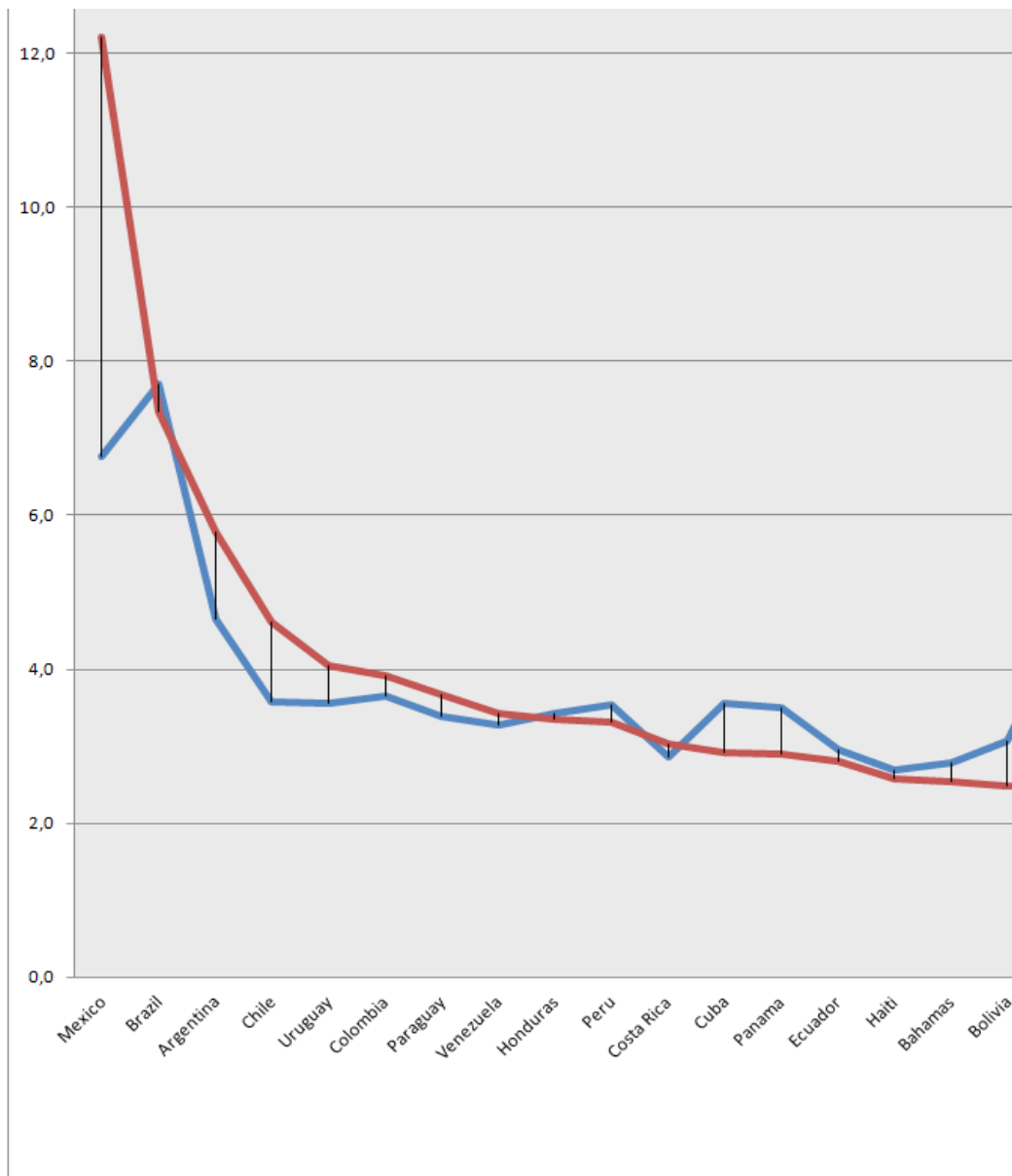
METHODOLOGY

Creating Graphic 3 (matrix) required the careful consideration of the population and Internet access of each country as compared to each and every one of the countries in the other region. Once we were able to normalise these two variables in all 924 permutations, it was then possible and valid to compare the flow or direction of interest; for example, between Brazil and Malta, or Germany and Jamaica. Therefore, for each square in the matrix of Graphic 3, there had to be a concrete adaptation to allow for the comparison and net diagnosis of who shows, proportionally, more interest for the other country. Squares that showed more interest originating in Latin America and the Caribbean toward the EU were coloured red. And conversely, if more interest went from the European country toward the Latin American country, then the square was coloured blue.

Latin America Caribbean view from EU



2.2.2 | ATLAS comparative data (2011-2012)



MEXICO

CUBA

BAHAMAS

JAMAICA

HAITI

DOMINICAN REPUBLIC

EL SALVADOR

GUATEMALA
BELIZE

HONDURAS

SAINT KITTS AND NEVIS

ANTIGUA AND BARBUDA

NICARAGUA

COSTA RICA

SAINT VINCENT AND THE GRENADINES

SANTA LUCIA

BARBADOS

DOMINICA

TRINIDAD AND TOBAGO

PANAMA

VENEZUELA

SURINAM

COLOMBIA

BOLIVIA

BRAZIL

PARAGUAY

URUGUAY

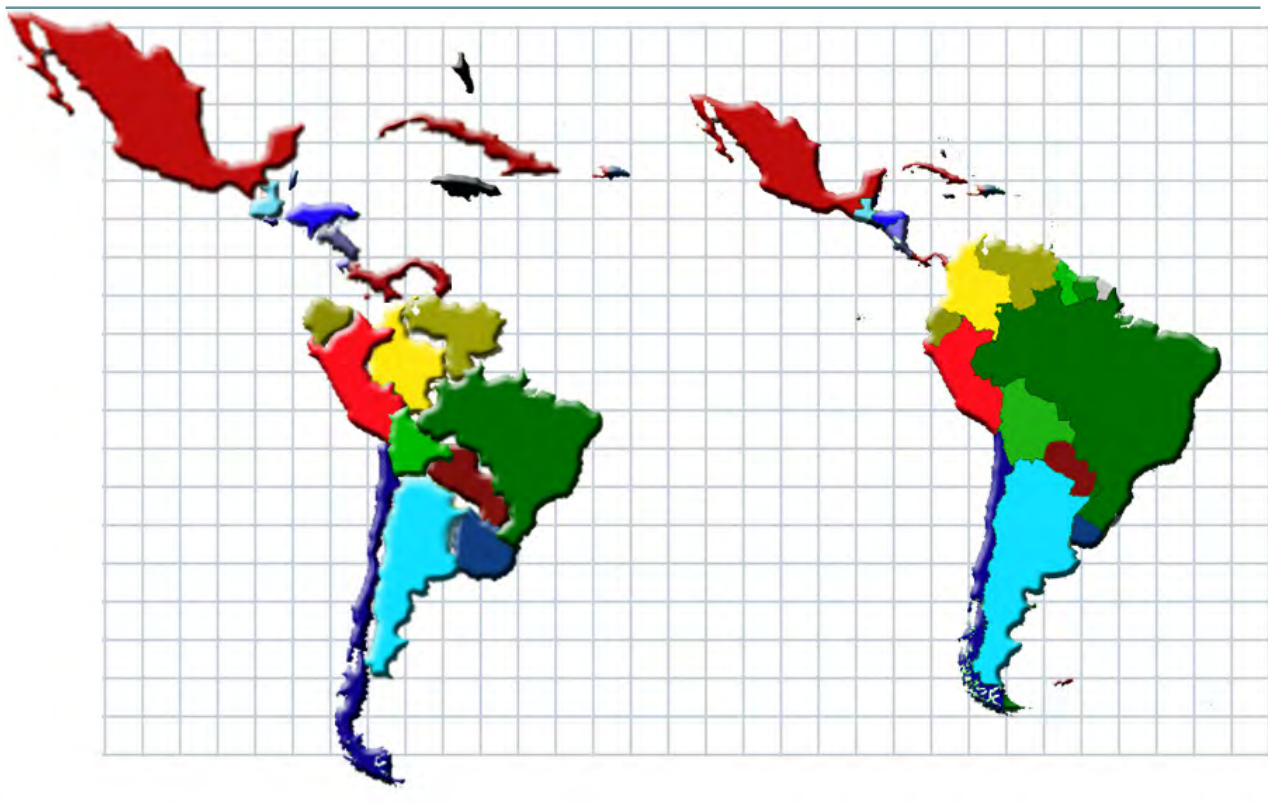
PERU

ECUADOR

CHILE
ARGENTINA

2.2.1

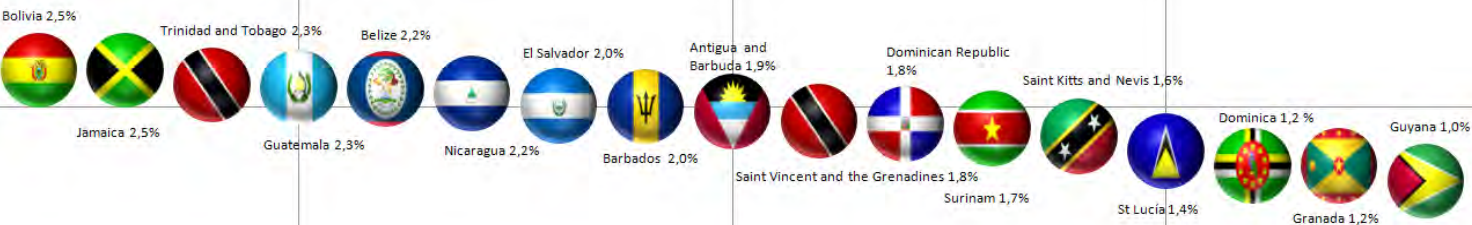
Perceptive near-sightedness between the two regions: Latin America & the Caribbean as seen from the EU



Caribbean countries in searches from within the EU

METHODOLOGY

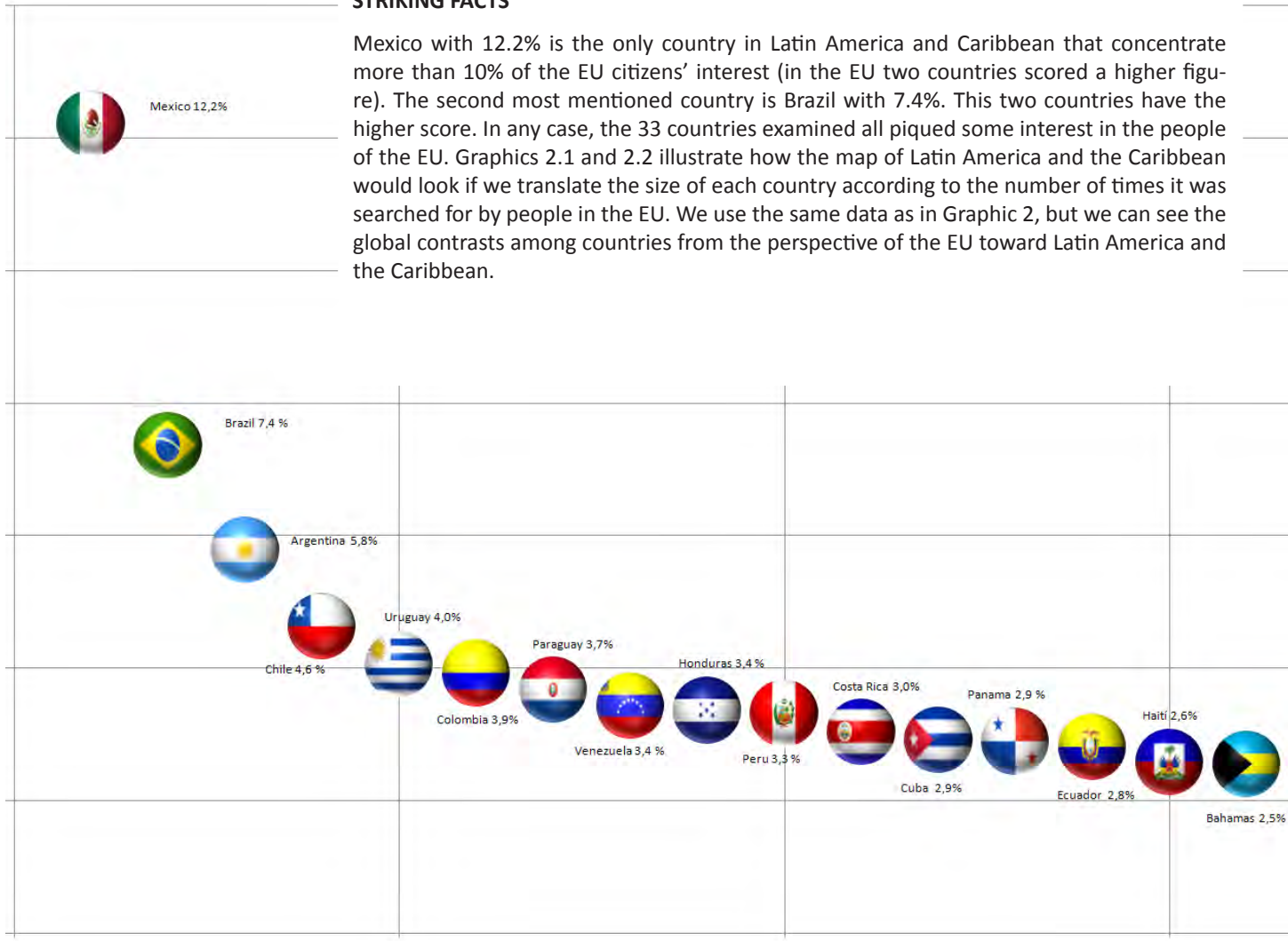
Graphic 2 shows the percentage of searches for each of the countries in Latin America and the Caribbean from the total number of searches originating in the EU from April 2014 to April 2015. Searches were made in the official language of the EU country where the search originated.



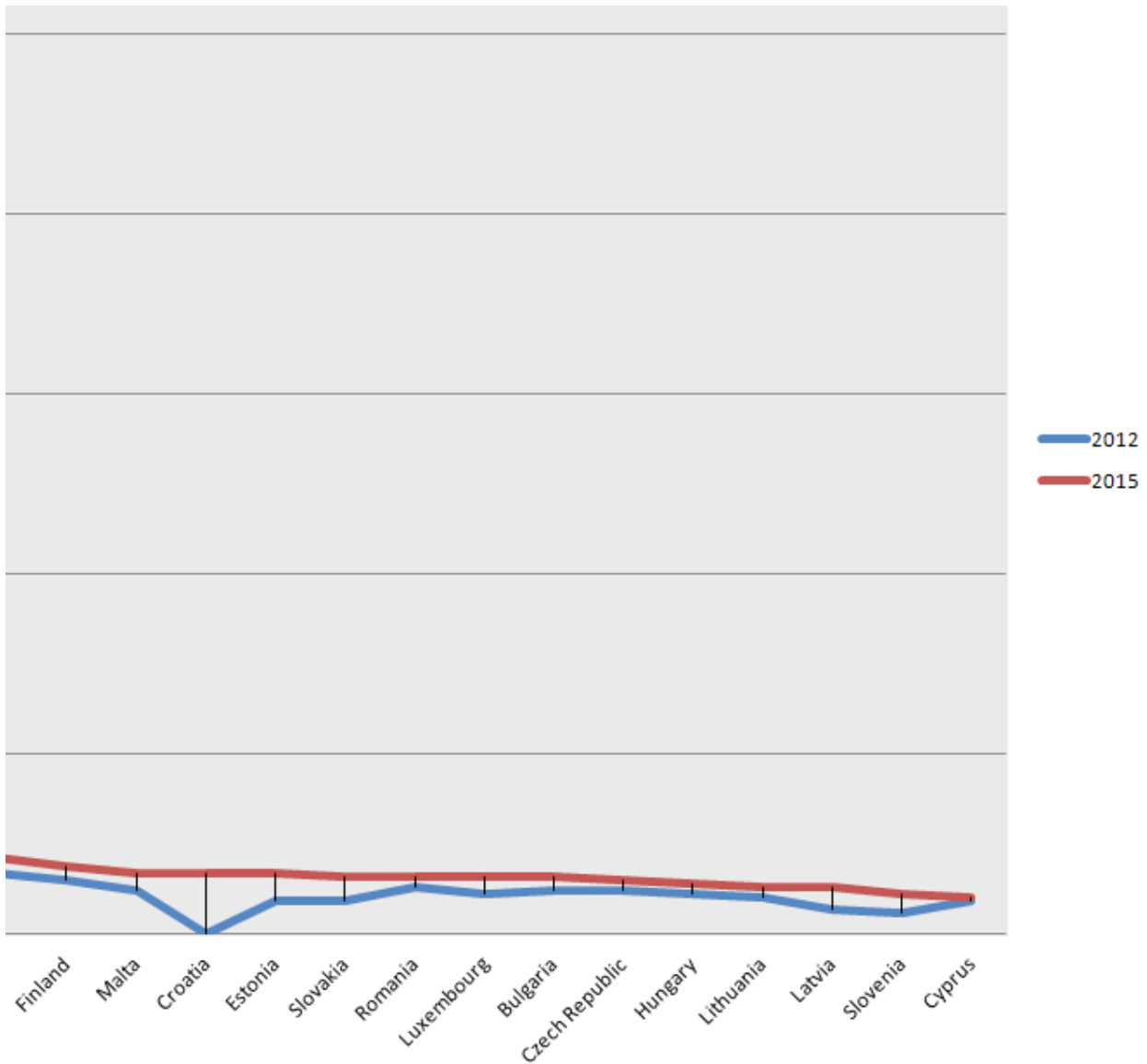
2.2.Frequency of results featuring Latin American &

STRIKING FACTS

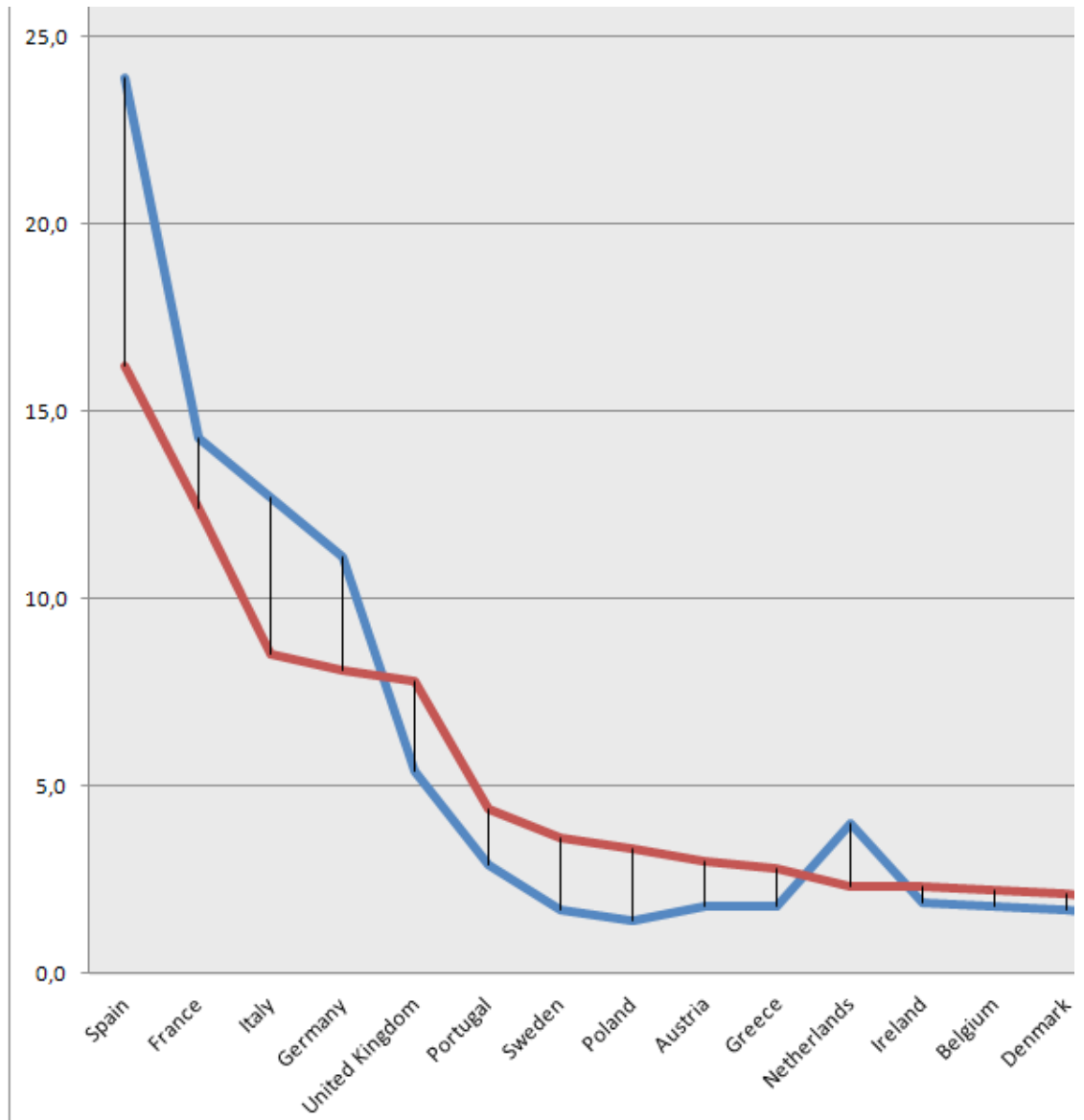
Mexico with 12.2% is the only country in Latin America and Caribbean that concentrate more than 10% of the EU citizens' interest (in the EU two countries scored a higher figure). The second most mentioned country is Brazil with 7.4%. This two countries have the higher score. In any case, the 33 countries examined all piqued some interest in the people of the EU. Graphics 2.1 and 2.2 illustrate how the map of Latin America and the Caribbean would look if we translate the size of each country according to the number of times it was searched for by people in the EU. We use the same data as in Graphic 2, but we can see the global contrasts among countries from the perspective of the EU toward Latin America and the Caribbean.



The EU view from Latin America Caribbean



2.1.2 | ATLAS comparative data (2011-2012)

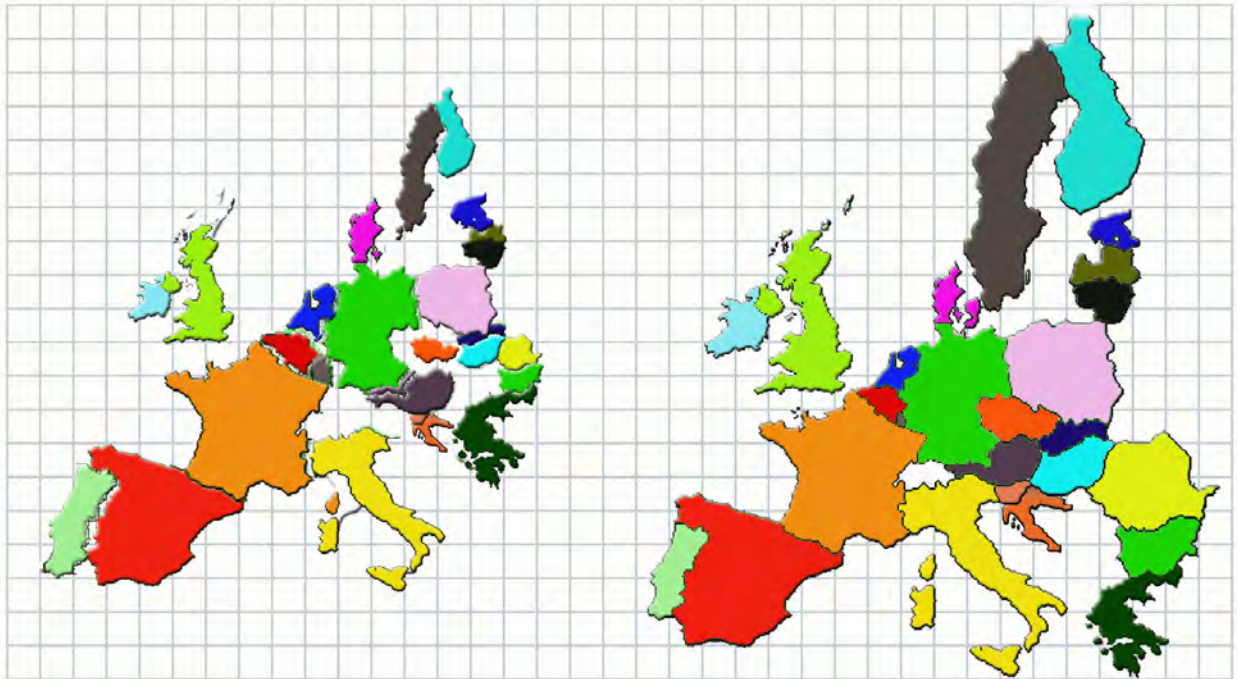


regions:

The EU as seen from Latin America & the Caribbean



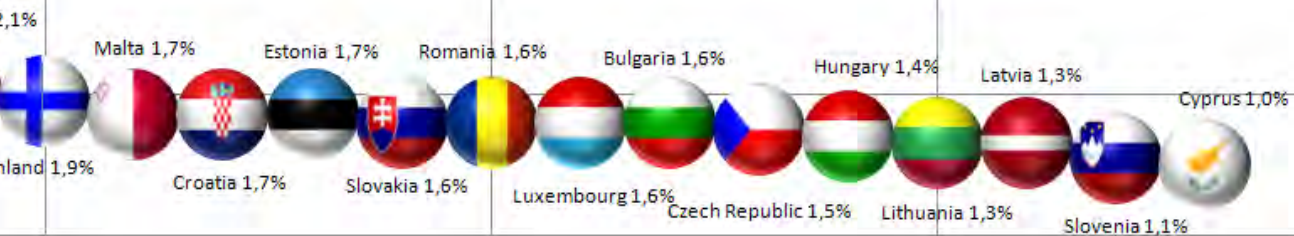
2.1.1. Perceptive near-sightedness between the two



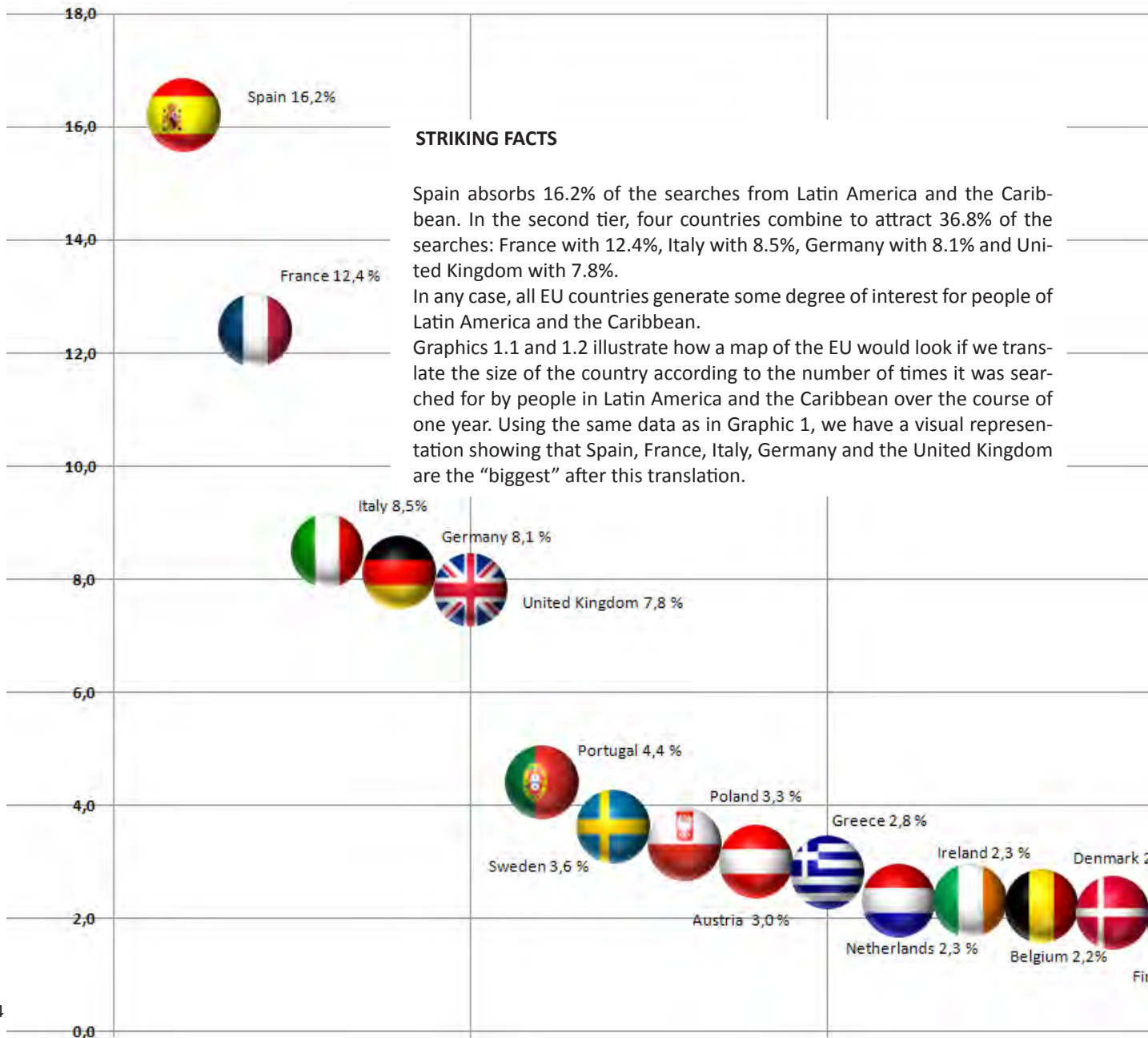
searches from within Latin America & the Caribbean

METHODOLOGY

Graphic 1 shows the percentage of searches for each of the 28 EU countries from the total number of searches originating in Latin America and the Caribbean from April 2014 to April 2015.



2.1. Frequency of results featuring EU countries in



Highlighted facts in the Chapter

- The 57.4% of interest from Latin American and Caribbean citizens focuses on six EU countries: Spain, France, Italy, Germany, United Kingdom and Portugal.
- The 28 countries of the EU all generate some interest in people of Latin America and the Caribbean.
- The attention the EU has in Latin American and Caribbean countries is more spread and is not so concentrated on a few countries. Mexico is the country that concentrates more than 10% interest of the EU citizens followed by Brazil with 7.4% of interest.
- Two cities in the EU are particularly interesting to Latin America and the Caribbean: Barcelona and Madrid. In the second tier, but above 10%, is London. In a lower step is Paris and Rome.
- The Latin American and Caribbean cities that generated more interest in Europe were, in decreasing order: Buenos Aires, Rio de Janeiro, Sao Paulo and Mexico D.F. One tier down, between 3 - 2.5% are Santiago, Panama City, Caracas, Bogota, Quito and Havana.
- In the country to country comparison matrix featuring the 33 Latin American and Caribbean countries and the 28 EU countries, the total interest goes in the direction from the Latin American and the Caribbean countries toward the EU (Ponderating the ratio population - Internet access). Of a total of 924 squares, 616 are red (66%) meaning there is more interest originating in Latin America and the Caribbean. And 308 are blue (34%) meaning there is more interest originating in the EU, thus showing that more people in Latin America and the Caribbean are interested in the EU than vice versa.
- However, a few countries in the EU break the over-

rall pattern as is the case with the United Kingdom (24 blue squares and only 9 red), followed by The Netherlands (19 blue, 14 red) and Ireland and Sweden (each with 17 blue and 16 red). In these cases, there are more countries in Latin America and the Caribbean interested in these EU countries than vice versa.

- These data outline the second “map” of how people of one region see the other region.

COMPARED DATA WITH 2012 (DATA I ATLAS)

- In 2012 as well as in the period of this study (2014 - 2015) citizens in Latin America and the Caribbean still concentrate their interests in Spain, followed by France and Italy. Germany is fourth, and the United Kingdom comes fifth.
- In 2012 62% of the interest was concentrated in Spain, France, Italy and Germany. In this study (2015), these four countries concentrated 45.2%.
- On the other hand, in 2012 the EU showed more interest toward Latin America and the Caribbean than vice versa. Analysing the interest on a country to country basis, 57% of EU citizens showed more attention toward Latin American and the Caribbean than vice versa. However, in 2015, the interest from EU citizens toward Latin American and the Caribbean reached 34%. Today, the interest from Latin American and the Caribbean countries toward the EU reaches 66%. In 2012 this was 43%.
- With respect to the frequency of appearance of the main EU cities from Latin American and the Caribbean in 2012: Madrid 21.1%, Barcelona 17.9%, Paris 12% and Rome 11.8%. In 2015 Barcelona comes before Madrid with 22.5%. London takes the third place with 10.4%, followed by Paris with 8.4% and Rome with 6.3%.

CHAPTER 2

Degree of public interest in the other region by category

In this chapter we will describe some of the indicators that people from both regions are reading about one another. As we have explained in the methodology chapter, the number of interactions is so large that the figures are for population size. We will also show how Internet users behaved (906,080,000 in both regions in 2015) in the year vis-à-vis searches regarding the other region which were sufficiently numerous to be able to aggregate the interest of the people from so many countries and so many varied social, economic and cultural conditions.

The names of each country or city and the dynamic mutual attention of which were studied, are variables that we have researched systematically in each of the countries in the other region. This allows us a first glimpse of what the interest dynamic between people in one region is like with regard to the other. Our first assumption was that the names of countries and large cities in the other region would be references to serve as indicators of the flows of interest and attention from one region to the other. It is not easy to find categories, terms, keywords that encapsulate the attributes of the names of countries and main cities in the two regions. It is very difficult to find other terms that are so operational and clear that entail a high potential percentage of attention from one people to all the countries in the other region.

These are the first steps in the creation of the interest “map” between these two regions. Without doubt, this project is of colossal proportion and has complexities which will require extreme effort to flesh out and update in the future.





LAC POPULATION: 630.089.000



EU POPULATION: 743.122.000



INTERNET USERS LAC:
321.080.000



INTERNET USERS EU:
585.000.000

NUMBER OF RESULTS ANALYZED
300.686.543

1^o. We started with a population of around 700 million Europeans and some 630 million Latin Americans and Caribbeans. A total population surpassing one thousand million (US billion).

2^o. From the total, we included in the investigation 906,080,000 people who had Internet access from both regions. Finally, from the hundreds of millions of Internet interactions from the two regions, in order to construct the first outlines of the “Map of Interests between the EU and Latin America and the Caribbean”, the research compiled and analysed a total of 300,686,543 interactions produced from April 2014 to April 2015 between the two regions.

3^o. From all of the interactions generated in one year among our potential reference population (people from both regions with Internet access), we have selected only those interactions which included methodologically appropriate terms to compare and contrast people who differ so much in terms of nationality, religion, language, culture, history, technology, etc. This methodology has brought us 300,686,543 interactions that we registered and analysed according the country of origin. Although the number of interactions is enormous, we must make clear that our sample is only a small fraction of the total interactions through Google of our reference population of 906,080,000. Indeed, we were searching for attributes from both regions that highlighted media and political institutions of both regions; concretely, names of countries, cities, political leaders in power during the study.

Furthermore the research team at IPI knows that the reciprocal knowledge between people who don't have real, direct contact in their daily lives is not gained essentially through the Internet itself, but rather through what the media recounts regarding the other region in their respective countries. For this very reason we initiated the study with a register of what the main issues the media were informing their people on regarding the actuality of the other region. Again, seeking operational capacity and so as not to be dumbfounded by the sheer amount of information, we categorised the most frequent issues, observing

precisely which attributes were the most used in the news about the other region.

For the two methodologies we used various Google search tools and the official languages of the countries found in the two regions. Of course there were multiple and varying methodological obstacles and surprises, problems that were solved or generated non credible data; in the latter case, we simply threw out the dubious data and did not include them in this report. This has also created some holes and gaps that, we regret to say, will hopefully be rectified in further studies.

(1) Without doubt, the leading authority of this perspective is Alfred Schutz, and his works. There is a broad compilation in Schutz. A. 1962. Collected papers I: the problem of social reality. The Hague, Nijhoff; idem, 1964. Collected papers II: the problem of social reality. The Hague, Nijhoff.

(2) Already three decades ago, Maxwell McCombs and Donald Shaw published the article that would kick off this theory, The Agenda-setting Functions of the Mass Media, in Public Opinion Quarterly, in which the influence of the news media agenda on the public agenda was addressed.

Methodology

1.1. Objective and Theoretical Framework

Explaining the theoretical framework of an empirical research project is not just an exercise in academic boasting. On the contrary, it is a compulsory act driven by the ideological transparency that permits readers of the report to understand the limits and biases of the findings found here.

The goal of the study was to ascertain the level of knowledge people of any given country in Latin America and the Caribbean had regarding the European Union, and vice versa.

Without any doubts, the research objective is very broad and, to boot, dynamic. Data change month over month, if not week over week. Any significant event can become an input that greatly changes the perception of some or others, or a mixture of both.

This mutual knowledge is structured by macro-social factors like culture, history, material, politics, law, language, demography, and, of course, economy and trade. This way our main observation units have been citizens who live in any country on either continent.

The research team has decided to tackle this project from a dual theoretical(1) perspective. The bulk of the work, which we can cover with the expression ‘through the eyes of the citizens’, has been approached from a phenomenological perspective. This is a substantially symbolic theory that emphasises and bases itself on what things mean for social actors.

This may seem to be a risky perspective in that it weighs too heavily on the symbolic world, but this only would occur in a radical application of the theory. Here is a practical example: for as much as a Colombian or a Brazilian may believe that European technology is less advanced than Japanese or American technology, this will not directly affect the innovative capacity of the EU, although it will affect the import of European technology into Colombia or Brazil who have little faith in it. For this reason, for its practical

impact we have decided to approach this mutual knowledge from this theory which places in the foreground these social representations of what the other region “is, does, and does for me”.

The second theory that we used in this study was employed to investigate media as a source of knowledge among citizens of both regions, and is known as the Agenda-setting theory. This theory, and, above all, the hundreds of investigations that support it in very different cultural settings, has shown that there is a transmission of issues between the media and public opinion. Although, what we used in the methodological design of this research, specifically, as a theory to select a few referents, or attributes, in the construction through media of the public image of the other region, is called “second-level agenda-setting”(2).

1.2. Research Techniques

At the outset, we considered a wide variety of social research techniques to tackle this investigation: surveys to the general population in both regions, focus groups, objective indicators of interactions between citizens from both regions (commercial, cultural, educational, technical, business, recreational, etc.), content analysis from the media, from books, etc...

With any of these techniques, even combining them all, the result obtained would always be a reduced reflection of the reality that we seek to investigate: “What knowledge, perception, do the people of one region have of the other region, regarding their people, regarding what they do, and, most importantly, regarding what can be done with them.”

Today, the Internet is the main channel of communication between people or institutions, especially those who geographically far apart. Thus, the final methodology through which the data were collected and analysed for and in this report was the observation of citizen behaviour regarding the other region produced through Google searches between April 2014 and April 2015.

The next graphic describing the main research objective magnitudes and the methodological boundaries we created show the following:



of one region see the other region.

European Union is fully present in public opinion in Latin America and the Caribbean, though the opposite can not be said about Latin America in the EU

Chapter 3

- Spain is the country that appears the most in Latin American and Caribbean news on the EU, with 19.8% of the total. In second place comes Italy with 13.4% followed by France with 12.9%.
- Mexico with 13,9% and Argentina with 12.3% are the most mentioned countries in news on the Americas. In a second group, around 10%, come Brazil and Colombia.
- The most interesting issues about the EU for Latin America and the Caribbean are international relations (29%) and economy and finance (27%).
- International relations and the economy and finance were also the top two categories for news on Latin America and the Caribbean in EU media, but to a lower degree with 22% (a 29% when it was the EU) and 13% (27% in EU news).
- The European Union is fully present in public opinion in Latin America and the Caribbean, though the opposite can not be said about Latin America in the EU.

Chapter 4

- The EU leader who was most mentioned in Latin American and Caribbean news was Rajoy with 35%. Second was Chancellor Merkel with 21%, followed by Prime Minister Cameron with 19% and fourth President Hollande with 10%.
- The leader in Latin America and the Caribbean who was most featured in the news in the EU was President Peña Nieto with 15%, followed by Cristina Fernandez with 12% and Dilma Rousseff, with 11%. These three account for 38% of all mentions.



Noteworthy data from the study

Chapter 1

- The goal of the study was to ascertain the level of knowledge citizens who live in Latin America and the Caribbean have regarding the European Union, and vice versa.
- The bulk of the work, which was done through the eyes of the citizens, has been approached from a phenomenological perspective.
- The second theory that we used in this study has been employed to approach the research of media as a source of knowledge among citizens of the two regions, this theory is known as the Agenda-setting theory.
- During the research, the reference population was 906,080,000 from both regions who have Internet access. Of the hundreds of millions of Internet interactions from the two regions populations, in order to construct the second outlines of the “Map of Interests between the EU and Latin America and the Caribbean”, researchers compiled and analysed a total of 300,686,543 interactions produced between April 2014 and April 2015 between the two regions.

Chapter 2

- The 57,4% of interest from Latin American and Caribbean citizens focuses on six EU countries: Spain, France, Italy, Germany, United Kingdom and Portugal.
- The 28 countries of the EU all generate some interest in the people of Latin America and the Caribbean.
- EU citizen’s interest in Latin America and the Caribbean is more widespread and is not so much focused in specific countries. Mexico is the country in the region that concentrates more than 10% of the EU citizen’s interest. Brazil follows with 7.4% of interest.
- Two EU cities concentrate particular attention in Latin America and the Caribbean: Barcelona and Madrid.

In a second step, but above 10% is London. Followed one step below by Paris and Rome.

- The Latin American and Caribbean cities that generated more interest in Europe were, in decreasing order: Buenos Aires, Rio de Janeiro, Sao Paulo, and Mexico DF. One tier down, between 3-2.5% are Santiago, Panama City, Caracas, Bogota, Quito and Havana.

The overall calculation of interest, country to country, shows us that proportionally people in the Latin America and the Caribbean are more interested in EU than vice versa

- In the country to country comparison matrix featuring the 33 Latin American and Caribbean countries and the 28 EU countries, the balance of the global interest is favorable. There is more interest from the Latin American and the Caribbean countries to the EU countries (the analysis was made calculating the ratio population - Internet access) Of a total of 924 squares, 616 are red (66%) meaning there is more interest originating in Latin America and the Caribbean. 308 are blue (34%) meaning there is more interest originating in the EU. This shows globally that more people in the Latin America and the Caribbean are interested in the EU than vice versa.
- However, a few countries in the EU break the overall pattern. This is the case of the United Kingdom (24 blue squares and only 9 red), followed by The Netherlands (19 blue, 14 red), Ireland and Sweden (each with 17 blue and 16 red). In these cases, there are more countries with interests in them than from them to other countries.
- These data outline the second “map” of how people

2.5. Frequency of results featuring main Latin American and Caribbean cities in searches from within the EU.

Chapter 3.....42

Type of news that interests the other region

- 3.1. Mention of EU countries in the Latin American and Caribbean news.
- 3.2. Mention of Latin American and Caribbean countries in EU news.
- 3.3. The subjects that interest Latin America and the Caribbean the most on the EU.
- 3.4. The subjects that interest the EU the most on Latin America and the Caribbean.
- 3.5. Degree of presence of one region in the news of the other: European Union and Latin America.

Chapter 4.....55

Presence of political leaders in the news in the other region

- 4.1. Presence of EU political leaders in Latin American and Caribbean news.
- 4.2. Presence of Latin American and Caribbean political leaders in EU news.



TABLE OF CONTENTS

Executive Summary.....	16
Chapter 1.....	18
Methodology	
1.1. Objective and Theoretical Framework	
1.2. Research Techniques	
Chapter 2.....	22
Degree of public interest in the other region by category	
2.1. Frequency of results featuring EU countries in searches from within Latin America and the Caribbean.	
2.2. Frequency of results featuring Latin American and Caribbean countries in searches from within the EU.	
2.3. Flow of interest from one region to the other: country by country.	
2.4. Frequency of results featuring main EU cities in searches from within Latin America and the Caribbean.	

MAP OF INTERESTS BETWEEN THE EUROPEAN UNION & LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN

Contrasts in the degree of interest between the two regions.



President: Jesús González Mateos

