



III Congreso CELAC-UE
de editores de medios



● ● prestomedia
grupo

Construyendo Puentes y
Fortaleciendo Nuestra Alianza
para Enfrentar Desafíos Globales



Índice

Programa

24 y 25 de octubre 2017.....2

¿Qué deberíamos saber unos de otros?

Unión Europea.....8

América Latina Caribe.....10

El Atlas de intereses entre la Unión Europea y América Latina Caribe

Resumen Ejecutivo del Estudio del Instituto de Prospectiva Internacional.....16



Organiza:



Patrocinan:



Con el apoyo de:



Participan:



Colabora:



Medio anfitrión:





Palacio de Nariño.

Programa

24 y 25 de octubre 2017

DÍA 24:

- 09:00 - 09:30 - Inauguración Oficial por parte de las autoridades
- 09:30 - 10:00 - Bienvenida por parte de los organizadores

Mesas redondas:

- 11:00 – 12:00 - Mesa redonda: “Las relaciones comerciales entre América Latina y Europa”
- 12:00 – 12:40 - Mesa redonda: “Acuerdo de París, compromiso global vs. interés individual”
- 12:50 – 13:25 - Mesa redonda: “La innovación, el nuevo motor del crecimiento. La necesidad de invertir en conocimiento”
- 13:25 – 14:15 - Mesa redonda: “Nuevas formas de energía, energías sostenibles”

En cada una de estas mesas redondas habrá una ponencia de 10 minutos de duración de ponentes (latinoamericanos y europeos). Tras las exposiciones se abrirá un debate entre todos los editores

- 14:15 - 16:00.- Almuerzo Congresistas en la Cámara de Comercio.
- 16:00 – 16:40.- Mesa redonda: “El periodismo en la era de la posverdad. ¿Cómo enfrentarse a las noticias falsas?”
- 16:40 - 17:20.- Mesas redondas: “Ecos de la crisis económica mundial: desempleo, pobreza laboral y crisis migratorias”
- 20:00 - Cena ofrecida por el Presidente Santos

DÍA 25:

- 09:15.- Intervención de D. Ramón Jáuregui, Presidente de la Asamblea Parlamentaria Euro-Latinoamericana.
- 09:25 – 10:15- Mesa redonda: “Violencia y terrorismo, el enemigo común”
- 10:15– 11:15.- Mesa redonda: “La salud del siglo XXI”
- 12:00 - 14:30.- Encuentro privado de ProColombia con los congresistas.
- 15:00 – 15:30.- Mesa redonda: “Nuevas formas de turismo, las preferencias de la nueva era”
- 15:30 – 16:30.- Mesa redonda: “Libertad de prensa e intereses gubernamentales”
- 16:30 – 17:20.- Mesa redonda: “Nuevos modelos de negocio en los medios de comunicación”
- 20.00.- Cena ofrecida por El Tiempo.

“
Construyendo Puentes y
Fortaleciendo Nuestra
Alianza para Enfrentar
Desafíos Globales”

Mesa redonda: “Las relaciones comerciales entre América Latina y Europa”

24 de octubre

La llegada de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos trajo consigo incertidumbre económica para el resto del mundo. La apuesta proteccionista del nuevo presidente tendrá, sin duda, consecuencias para Europa y América Latina, a lo que se suman además los ambiciosos proyectos de China para controlar el comercio mundial -centrados sobre todo en una potente inversión en grandes infraestructuras y convenios con países clave- y el Bre-

Mesa redonda: “Acuerdo de París, compromiso global vs. interés individual”

La Conferencia de París sobre el Clima (COP21), celebrada en diciembre de 2015, supuso el primer acuerdo vinculante mundial sobre el clima. 195 países firmaron el documento. Sin embargo, ahora no todos están dispuestos a cumplir.

Mesa redonda: “La innovación, el nuevo motor del crecimiento. La necesidad de invertir en conocimiento”

La inversión en investigación e innovación es esencial para el desarrollo económico, da igual el escenario del que estamos hablando. Los esfuerzos de América Latina para alcanzar cierto ritmo en lo que a innovación se refiere parecen no ser suficientes y Europa, todavía primera proveedora de conocimiento a nivel internacional, tampoco se libra de una competencia mundial creciente. Los retos se acumulan y los países necesitan reaccionar si no quieren perder el tren.

Mesa redonda: “Nuevas formas de energía, energías sostenibles”

La Asamblea General de la ONU adoptó en 2015 la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad. Entre ellos se encuentra el de garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna; objetivo al que, sin duda, el Acuerdo de París dio un buen empujón. Una transición obligada que requiere del esfuerzo público, pri-

xit, que dibujará también un futuro comercial basado en la nueva relación que se establezca con la UE.

Mercosur

Cuba-EEUU

Acuerdos con México y Chile

Reino Unido – UE – América Latina

El papel de China

Corea del Norte

Negativa de EEUU

Posturas de América Latina y Europa

Inversión actual en investigación e innovación

Big Data, Ciberseguridad

Estrategias a corto plazo

Infraestructuras TIC

Principales desafíos

Experiencias de Indra en estos terrenos

Desarrollo de la Industria 4.0. en Colombia.

Desarrollo de IoT. Smart Cities.

Modernización tecnológica hacia los ciudadanos.

I+D+i. Soluciones convergentes en tecnología.

vado y civil. ¿En qué punto nos encontramos?

Agenda 2030

Desafíos regulatorios

La transformación del sector energético

Políticas

El papel de la inversión

Papel del sector privado

Mesa redonda: “El periodismo en la era de la posverdad. ¿Cómo enfrentarse a las noticias falsas?”

La verdad constituye los cimientos del periodismo. Sin ella, simplemente no existe. En tiempos en los que la desinformación es la noticia más veloz y nos movemos en torno a la mentira emotiva, el periodismo de calidad en el que pri-

Mesa redonda: “Ecos de la crisis económica mundial: desempleo, pobreza laboral y crisis

El efecto dominó de la caída del banco estadounidense Lehman Brother desató una crisis económica mundial de la que todavía hoy el globo intenta recuperarse. A pesar de que los datos dibujan una economía que gana impulso y promete prosperidad, la sociedad aún sufre las peores consecuencias: importantes cifras de desempleo e incluso pobreza laboral. Estas circunstancias implican, en muchos casos, dejar todo de lado y emprender un viaje con rumbo hacia la mejora de la calidad de vida. Los movimientos

ma la verificación y el análisis es una auténtica joya. Pero, ¿cómo se ha llegado a esta situación? ¿En qué momento lo real se convierte en la excepción? La responsabilidad y los valores periodísticos claman más fuerte que nunca.

migratorios están a la orden del día, aunque estos no siempre se llevan a cabo desde la legalidad.

Consecuencias de la crisis: datos en América Latina y Europa

Estrategias gubernamentales. Agenda 2030

Movimientos migratorios por necesidades económicas

Crisis migratorias



Mesa redonda: “Violencia y terrorismo, el enemigo común”

25 de octubre

Europa se encuentra sumergida en la peor oleada terrorista de su historia. Asimismo, aunque con connotaciones diferentes, América Latina padece también esta lacra. Ahora, se trata de un reto compartido por ambas regiones cuya clave es la seguridad.

Yihadismo en Europa
Las guerrillas en América Latina
Relación entre el narcotráfico y el terrorismo en América Latina

Mesa redonda: “La salud del siglo XXI”

La Organización Mundial de la Salud señala que “la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. Si bien es cierto que todas las personas deberían tener acceso a los servicios de salud, esto dista mucho de la realidad. La salud está ligada, sin duda, al momento y al

lugar. Los desafíos son siempre cambiantes y requieren de una capacidad de respuesta.
Situación actual y nuevos desafíos del sector
Papel de las instituciones sanitarias y gubernamentales
El medicamento, innovación y abastecimiento
La colaboración público-privada

Mesa redonda: “Nuevas formas de turismo, las preferencias de la nueva era”

El sector turístico, uno de las palancas económicas más importantes para muchos países, también se enfrenta a un nuevo escenario marcado por las circunstancias. Los posibles cambios en los acuerdos comerciales, políticas aduaneras, devaluaciones de moneda o la complicada situación de diversas regiones podrían estar cambiando también las preferencias de los visitantes. Del mismo, el turismo ha

sido sin duda uno de los sectores que más ha notado la llegada de la transformación digital. ¿Pero cómo y a qué nivel afectan estas cuestiones al turismo internacional y, por ende, a la economía del país? ¿Cómo se ha adaptado el sector?

Tendencias turísticas actuales
Causas y consecuencias del cambio

Mesa redonda: “Libertad de prensa e intereses gubernamentales”

La libertad de expresión es uno de los pilares de la democracia y un derecho fundamental de los ciudadanos. Los medios de comunicación ejercen como garantes, sin embargo, la libertad no siempre está asegurada para la profesión periodística y en ocasiones se somete a presio-

nes gubernamentales que acaban corrompiendo la propia democracia. En la actualidad, resulta imprescindible incrementar la seguridad física y jurídica de los informadores en aquellos países donde son los propios gobiernos los que atentan contra este derecho.

Mesa redonda: “Nuevos modelos de negocio en los medios de comunicación”

Internet ha transformado los modelos de negocio y la organización de las empresas de múltiples sectores. La crisis de los medios de comunicación ha acarreado de forma imperante un cambio en el sector basado en la adaptación al entorno digital, y con ello, han surgido nuevas propuestas como los modelos de pago e iniciativas centradas en generar nuevos contenidos, los native ads o el branded content

y la diversificación. Además, el aumento del uso de las redes sociales y el furor de los smartphones como dispositivo dominante, ha cambiado completamente los hábitos de consumo y el modo de acceso a las noticias y de ahí el panorama de los negocios de los medios de comunicación.



¿Qué deberíamos saber unos de otros?

Unión Europea - América Latina Caribe

■ Estrategia 2020. Resumen de las líneas de actuación de la Unión Europea



En un contexto global, no existen diferencias profundas en cuanto a prioridades estratégicas: la UE y América Latina afrontan retos similares, desafíos que son globales. Entre ellos: crecimiento sostenible, protección del medio ambiente, energía,

transporte, comercio, o educación. El Programa Indicativo Multianual (PIM), con un presupuesto de 925 millones de euros para siete años, es una de las piedras angulares en torno a la cual se impulsarán las relaciones bilaterales en la próxima década.

Empleo: Europa mantiene como objetivo, en el marco de la Estrategia 2020, alcanzar hasta el 75% de tasa de empleo de la población activa. Además, tanto la UE como América Latina deben prepararse para afrontar los efectos de una posible “epidemia” de desempleo, especialmente entre los jóvenes. Europa ha puesto en marcha varias estrategias, entre ellas la Garantía Juvenil, que pretende facilitar el acceso de los jóvenes menores de 25 años al mercado de trabajo, y potenciar la formación para el empleo.

Educación: Uno de los objetivos prioritarios para ambas partes es incrementar la calidad de la educación y la formación en todas las áreas, y con ello la empleabilidad. Entre las estrategias clave figura el Espacio Común de Educación Superior, ALCUE, una iniciativa de los países de América Latina, el Caribe y la Unión Europea para la constitución de

un entorno de interacción y cooperación bilateral y multi-lateral de sus sistemas de educación superior. Impulsar el espíritu emprendedor y fomentar los programas de movilidad e investigación también figuran entre las prioridades de la UE y de los gobiernos latinoamericanos. Programas como Erasmus Mundus, que facilitan el intercambio de estudiantes entre ambas orillas, contribuyen a mejorar la calidad de la preparación y la entrada de los jóvenes en el mercado laboral.

Innovación: Impulsar un mercado único digital. La nueva Comisión Juncker se ha fijado como meta la creación de un Mercado Único Digital, derribando barreras regulatorias, y construyendo un solo mercado de 28 países, lo que podría suponer a la economía comunitaria 415.000 millones de euros anuales y crear 3,8 millones de empleos. Europa se ha fijado además como objetivo aumentar la inversión en I + D hasta alcanzar el 3% en toda la Unión, el impulso a internet de banda ancha, y la mejora de acceso a la financiación del sector privado, con especial énfasis en la PYMES, que potencien y apoyen proyectos de innovación.

La Comisión Juncker apuesta claramente por fomentar las relaciones UE - América Latina Caribe

Energía e industria: Crear una Unión Energética. Entre los objetivos de la Unión Energética figura eliminar los obstáculos al transporte de energía entre los diferentes



Parlamento Europeo, Estrasburgo

países de la Unión Europea, y reducir su dependencia de las importaciones de combustibles fósiles. El resultado deberían ser facturas más baratas, menos contaminación y mejor preparación ante cortes de suministro. La Unión Europea vive amenazada de manera constante por el riesgo de un corte de su suministro energético: el 10 % de sus hogares no puede permitirse una calefacción, según datos de Bruselas. Además, la Unión Europea importa más de la mitad de la energía que consume, lo que la convierte en vulnerable ante suministradores energéticos externos como Rusia. Desde el punto de vista de estrategia medioambiental, la UE se propone reducir las emisiones de carbono en un 20% respecto a los niveles de 1990, además de incrementar el uso de energías renovables. Se busca además mantener el liderazgo mundial de las energías verdes y eliminar subvenciones a energías contaminantes. También se apuesta por desarrollar un enfoque horizontal de la política industrial y promover la internacionalización de las PYME.

Economía y finanzas: Una futura Unión Bancaria. La Unión Bancaria de la UE será un complemento de la Unión Económica y Monetaria (UEM) y del mercado interior, ya

que asigna la responsabilidad relativa a la supervisión, la resolución y la financiación a nivel de la UE y obliga a los bancos de la zona del euro a cumplir las mismas normas. Esas normas garantizarán, entre otras medidas, que los bancos asuman riesgos calculados y que cuando cometan errores paguen por sus pérdidas y afronten la posibilidad del cierre. Las nuevas normas que se están introduciendo actualmente mediante varios actos legislativos garantizarán que los bancos y sus accionistas, y no los contribuyentes, asuman los riesgos y paguen las posibles pérdidas. En marzo de 2013, el Parlamento y el Consejo llegaron a un acuerdo político para establecer el primer pilar de la unión bancaria: el Mecanismo Único de Supervisión (MUS), que abarca todos los bancos de la zona del euro.

Plataforma contra la pobreza: Entre los objetivos de la UE, figura reducir el número de europeos que viven por debajo del umbral de pobreza un 25%, promover la cohesión y la inclusión social de los más pobres permitiéndoles vivir con dignidad y haciéndoles partícipes de la vida en sociedad, promover la responsabilidad colectiva, y garantizar a estas personas el acceso universal a la asistencia sanitaria.

CELAC, Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños

■ Resumen del Plan de acción



Educación: Adoptar medidas para avanzar en la erradicación del analfabetismo en los países de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), y propiciar la articulación con los Planes de Acción de los mecanismos subregionales e internacionales en la CELAC, así como la cooperación educativa en todos los niveles.

Trabajo: Fortalecer las competencias laborales y de certificación, especialmente en el segmento de la población joven, así como la mejora de la oferta y calidad de enseñanza técnica y profesional, conforme a los requerimientos productivos.

Combate al tráfico ilícito de armas pequeñas y ligeras en todos sus aspectos: Desarrollar un estudio que evidencie el estado de la situación en cuanto a las capacidades de cada Estado en relación con la prevención, combate y eliminación del tráfico ilícito de armas pequeñas y ligeras, y municiones que sirva de base para acciones

10 futuras.

Ciencia tecnología e innovación: Avanzar en la identificación e implementación de mecanismos de cooperación en la esfera de la ciberseguridad que permita enfrentar las ciberamenazas, particularmente aquellas que afecten la seguridad de los Estados, organizaciones e individuos, así como fomentar la cooperación para mejorar el uso de las TICs a favor de la educación; la ciencia, la tecnología y la innovación, y la agricultura, entre otros sectores dirigidos a estimular el desarrollo de los países de América Latina y el Caribe.

Desarrollo productivo e industrial: Apoyar iniciativas de mecanismos y organismos regionales en el ámbito del desarrollo productivo e industrial.

Finanzas: Retomar la agenda del Grupo de Trabajo de Finanzas, siguiendo los lineamientos de la Declaración de Quito, adoptada en la II Reunión de Ministros y Ministras de Finanzas en noviembre de 2013 en la que se encomendó a la PPT junto con la Troika Ampliada a elaborar un proyecto de Plan de Trabajo para poner a consideración de los países Miembros.

Medio ambiente: Celebrar una reunión ampliada de Cancilleres, Ministros de Ambiente y otras autoridades nacionales de alto nivel con competencias sobre cambio climático, con el fin de identificar y validar una posible posición común hacia la XXI Conferencia de los Estados Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (COP21), a realizarse en diciembre de 2015, en París, Francia.



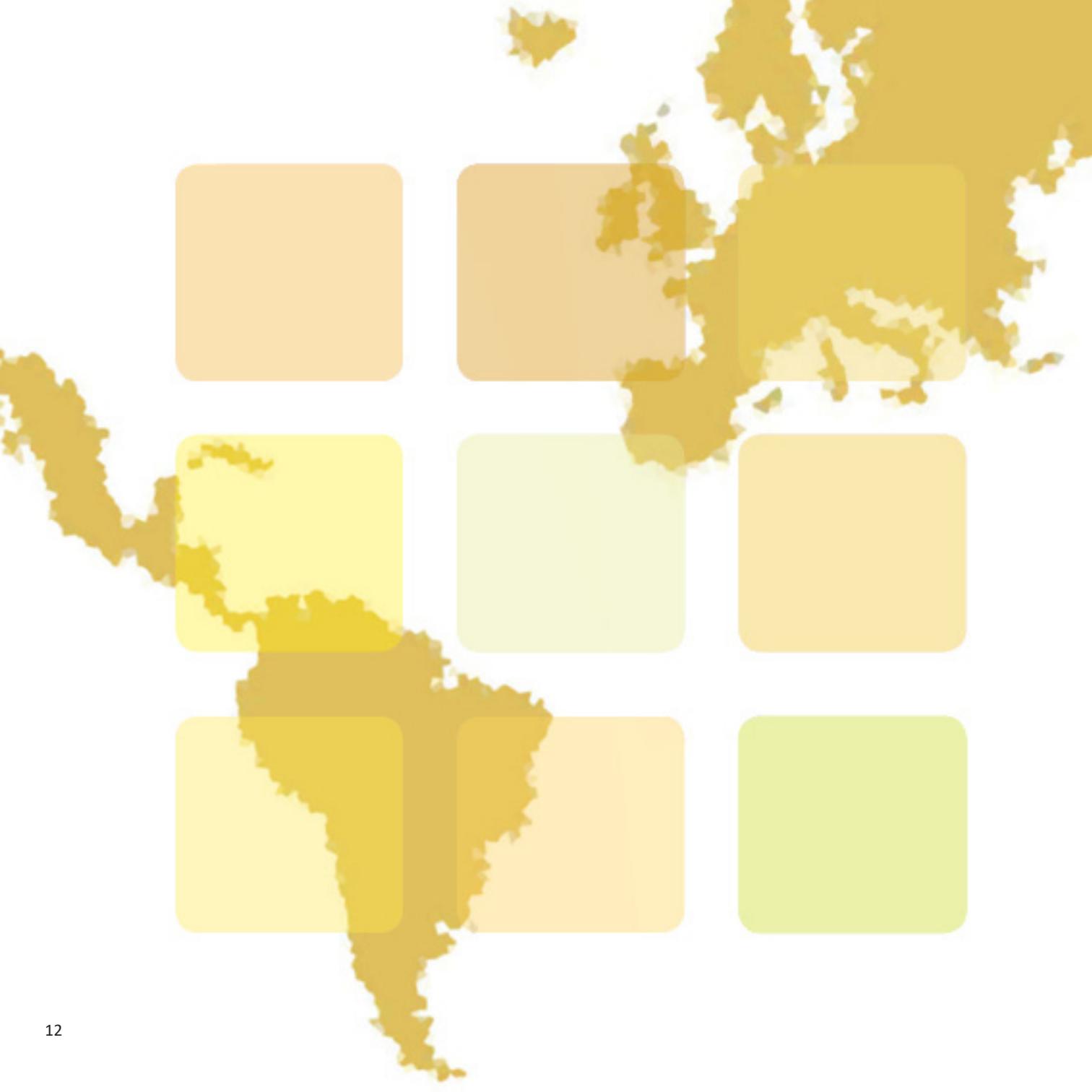
Los países de la CELAC apuestan por afrontar unidos retos comunes como el cambio climático o el desempleo juvenil

Energía: Dar seguimiento a las actividades identificadas por el Grupo de Trabajo conforme al Plan de Acción de Montego Bay de octubre de 2013, y a la Declaración de Montego Bay sobre la Seguridad Energética e Integración Regional.

Asistencia humanitaria: Desarrollar un Plan de Acción regional sobre la materia, que incluya propuestas de reducción de riesgos de desastres y asistencia humanitaria para la elaboración de una Agenda Estratégica Regional para la Gestión Integral del Riesgo de Desastres. Estrechar la colaboración y coordinación con el proceso de Mecanismos Internacionales de Asistencia Humanitaria (MIAH).

Cooperación: Encomendar al Grupo de Trabajo de Cooperación Internacional sistematizar las capacidades y fortalezas de cada país miembro y elaborar un mapeo de las áreas donde puede haber cooperación Sur-Sur. Avanzar en la identificación e implementación de nuevas alianzas y proyectos de cooperación, conforme a las prioridades identificadas y remitidas por el gobierno haitiano, utilizando como base el informe de cooperación para con Haití 2010-2014, presentado por la Presidencia Pro Tempore de Costa Rica.

Agenda Post 2015: Participar activamente en el proceso de negociación de la Agenda de Desarrollo Post 2015 y trabajar para identificar prioridades regionales. Desarrollar y fortalecer acciones de coordinación en las diferentes sedes y foros multilaterales en los que se considere el tema de la Agenda de Desarrollo post 2015, sobre la base de prioridades regionales.



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

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



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 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, 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 989.247.184 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 <<III Atlas de intereses entre la UE y América Latina Caribe>> un total de 350.486.143 interacciones que se han producido entre enero del año 2016 y junio del año 2017, entre las poblaciones de ambas regiones.

Capítulo 2

- El 68,2 % del interés de los ciudadanos de América Latina Caribe se concentra en cinco países de la UE: España, Francia, Italia, Alemania y Reino Unido.
- 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 el 8,79 % del interés de los ciudadanos de la UE. Le siguen Brasil con un 7,75% y Argentina con un 6,80 %.

- Hay dos ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe: Barcelona y La Haya. En un segundo escalón, por debajo del 10%, se encuentran: Madrid con un 8,4%, París con un 7,1% y Roma con un 5,3%. Seguidas se encuentran: Milán, Londres, Berlín y Bruselas.
- Las ciudades que más atención han generado para los europeos en América Latina Caribe han sido en este orden: Río de Janeiro con un 7,7%, 7% Caracas y con un 6,9% Bogotá. Le siguen con un 6,8% Buenos Aires, 6,7% Lima y con un 6% Sao Paulo. Por debajo, se encuentran con un 4,8% y 4,3% México D.F. y Santiago de Chile. Por último,, con un 3% de toda la atención, están San José y El Salvador.

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.

Capítulo 3

- España es el país que tiene más presencia en las noticias de América Latina Caribe, con un 20,6 % del total. En segundo lugar, en torno al 10%, aparecen Francia, Italia, Portugal y Alemania. Entre el 7% y 6% se encuentran reino Unido y Bélgica.
- Brasil, con un 16,7%, Argentina con 13,84%, y México con 13,51% son los países más mencionados en las informaciones sobre América Latina en la UE. Conforman un segundo escalón entre un 10% y un 7%: Chile, Venezuela, Colombia y Perú. Y en un tercer escalón por debajo del 5% están Ecuador, El Salvador y Haití.
- El bloque de noticias sobre la UE que más han interesado en América Latina Caribe han sido Deportes con un 28%, seguido de Política-Relaciones Internacionales 25%, Economía y Finanzas con un 19%. Entre estas categorías concentran el 72% de las noticias que se han ofrecido en América Latina Caribe sobre la UE en un año.

Le siguen varias categorías que aluden a temas de Seguridad con un 10%; siguiéndole con un 6%; Salud y Cooperación, 2%; Medio ambiente, 2%; Agricultura, 2% y con un 1% Migración y Sociedad.

- Las dos categorías principales 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 y son: Deportes con un 27%, Relaciones Internacionales-Política con un 21%; Le sigue en este caso Sociedad, con un 16%. En cuarto y quinto lugar Turismo y Desastres naturales ambas con un 13%,.
- 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 europeo más mencionado en las noticias de los países de América Latina Caribe ha sido la primera ministra de Reino Unido Theresa May, que acapara el 42%. En segundo lugar, la canciller Merkel, con un 32%. En tercer lugar, muy por debajo, presidente Mariano Rajoy con un 5,79%, y en cuarto lugar, el presidente Emmanuel Macron con un 5%.
- El líder más mencionado de América Latina Caribe en las noticias de los Estados de la UE ha sido el presidente Juan Manuel Santos, con un 21%, seguido por Nicolás Maduro con un 16% y el presidente Enrique Peña Nieto. Entre los tres acaparan el 53%.





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 determinar 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 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, 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 in-

novación 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 enero del año 2016 y junio del año 2017.

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 Europa y de algo más de seiscientos millones en América Latina Caribe. Una población total que superan con creces los mil millones de personas.

2º. De todos ellos han sido incluidos en la investigación 989.247.184 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 <III Atlas de intereses entre la UE y América Latina Caribe>> un total de 350.486.143 interacciones que se han producido entre enero del año 2016 y junio del año 2017, entre las poblaciones de ambas regiones., 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 350.486.143 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 989.247.184 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: 647.565.000



POBLACIÓN UE: 743.704.000



USUARIOS INTERNET AMLC:
352.275.360



USUARIOS INTERNET UE:
636.971.824

Nº RESULTADOS ANALIZADOS
350.486.143

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 (989.247.184 personas entre las dos regiones en el año 2016) 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 68,2% del interés de los ciudadanos de América Latina Caribe se concentra en cinco países de la UE: España, Francia, Italia, Alemania y Reino Unido.
- 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 como sucedía en el caso de la UE. Así, destacan principalmente los siguientes: México es el país de la Región que concentra casi el 10% del interés de los ciudadanos de la UE. Le siguen Brasil con un 8%, Argentina con un 7,1%, Venezuela con un 6,2%, Colombia con un 5,5% y Chile con un 4,3%.
- Hay dos ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe: Barcelona y Madrid. En un segundo escalón, por debajo del 10% están París y Roma. Seguidas un escalón más abajo por Milán, Londres, Berlín y Bruselas.
- Las ciudades que más atención han generado para los europeos en América Latina Caribe han sido, en este orden: Río de Janeiro, Caracas, Bogotá, Buenos Aires, Lima y Sao Paulo. Un escalón por debajo, entre el 3% y el 2,5% de toda la atención, están México DF., Santiago de Chile, San José y San Salvador.
- **EVOLUCIÓN DE LOS DATOS DESTACADOS EN LOS AÑOS 2011 (I ATLAS), 2015 (II ATLAS) Y 2017 (III ATLAS)**
- España es el país que más atención concentra por parte de América Latina Caribe desde 2011, aunque también el que registra la bajada más significativa. Francia, Italia y Alemania –situados por detrás de España– también se mantienen como los países por los que América Latina muestra más interés durante los últimos seis años. Aunque de 2011 a 2015 experimentaron un descenso notable, se han

recuperado en la última etapa, eso sí, sin llegar a las cifras de antaño. - La atención de los ciudadanos de la UE hacia América Latina Caribe sigue estando más repartida que a la inversa, aunque desde 2014 se aprecia una concentración ligeramente superior a la presentada hasta entonces.

- El interés de la UE sobre México creció entre 2011 y 2014. A partir de ese año, México es el país que más atracción genera, relegando a Brasil a un segundo plano. Venezuela y Argentina muestran el incremento de atracción más notable, pudiéndose apreciar más en el caso del primero.
- Las dos ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe desde 2011 son Barcelona y Madrid. Aunque Barcelona presenta prácticamente las mismas cifras a lo largo de los años, Madrid ha experimentado un destacado descenso entre 2014 y 2016. En los últimos años, París y Roma han recuperado el segundo escalón, que entre 2014 y 2015 ocupó Londres, pero en el que ya se situaban en 2011.
- Otras ciudades como Bruselas y Milán, que antes rondaban el 2%, han duplicado en la última etapa el interés generado.

entre 2014 y 2015 ocupó Londres, pero en el que ya se situaban en 2011. Otras ciudades como Bruselas y Milán, que antes rondaban el 2%, han duplicado en la última etapa el interés generado.

- La atención de los ciudadanos europeos hacia las ciudades latinoamericanas ha sido más cambiante y los que ahora registran las cifras más altas no despuntan especialmente respecto al resto, como sí ocurría en años anteriores. Buenos Aires, que fue hasta 2016 la ciudad de América Latina que más interés generó para Europa, se ve reemplazada por Río de Janeiro, cuya atracción ha ido creciendo progresivamente en estos seis años hasta hacerse con la primera posición. Aún así, vemos como no llega ahora al 8%, mientras que en 2014-2015 alcanzaba casi un 20%. Sao Paulo, que antes también era una de las principales, queda en esta última etapa relegada a un segundo escalón, desbancada por Caracas –que ha multiplicado casi por tres la atracción- y Bogotá –que ha duplicado la atracción.
- 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.
- España es el país que tiene más presencia en las noticias de América Latina Caribe desde 2014, cuando sustituyó a Francia. Una presencia que además va en aumento.
- Desde 2014, el segundo lugar se lo disputan Francia e Italia con cifras menores pero muy similares (varían en torno a un 3%)
- Destaca más el crecimiento de la presencia en las

- noticias de Bélgica y Reino Unido, que multiplican por tres la cifra.
- Brasil, cuya presencia en las noticias de Europa cayó entre 2014 y 2015, vuelve a ocupar la primera posición. México se mantiene entre los principales –ahora en un tercer lugar- y Argentina, que en 2011 no figuraba entre los destacados, se sitúa desde 2014 en segunda posición.
- Chile, Venezuela, Colombia y Perú conforman ahora un segundo escalón, y en este caso llama especialmente la atención el ascenso de Venezuela, que ahora tiene el doble de presencia. Mientras, Colombia y Perú bajan a la mitad.
- Deportes es desde 2016 el bloque de noticias sobre la UE que más han interesado en América Latina Caribe –interés que además ha ido creciendo exponencialmente-, y se coloca incluso por delante de Política-Relaciones Internacionales y Economía y Finanzas, que pasan a un segundo plano. A su vez, el interés sobre las noticias sobre Seguridad ha aumentado en la última etapa
- Ocurre lo mismo en sentido contrario: Deportes también es el bloque de noticias que más ha interesado a Europa desde 2016. En este caso, le sigue el de Política-Relaciones Internacionales, pero el de Economía y Finanzas –que baja significativamente- es reemplazado por el de Sociedad, que en los primeros años apenas generaba interés. Además, por delante de la Economía se sitúan también ahora cuestiones como el Turismo, los Desastres Naturales y la Cultura.
- Hasta 2016 era Rajoy el líder europeo más mencionado en las noticias de los países de América Latina Caribe, sin embargo, en la última etapa ha acaparado más menciones la /Primer Ministra / premier británica Theresa May. Además, se impone frente al resto de manera más contundente de lo que lo hacía el español y con un protagonismo que nunca obtuvo su predecesor, David Cameron. Merkel sigue ocupando el segundo lugar, pero Rajoy ha descendido hasta una tercera posición.

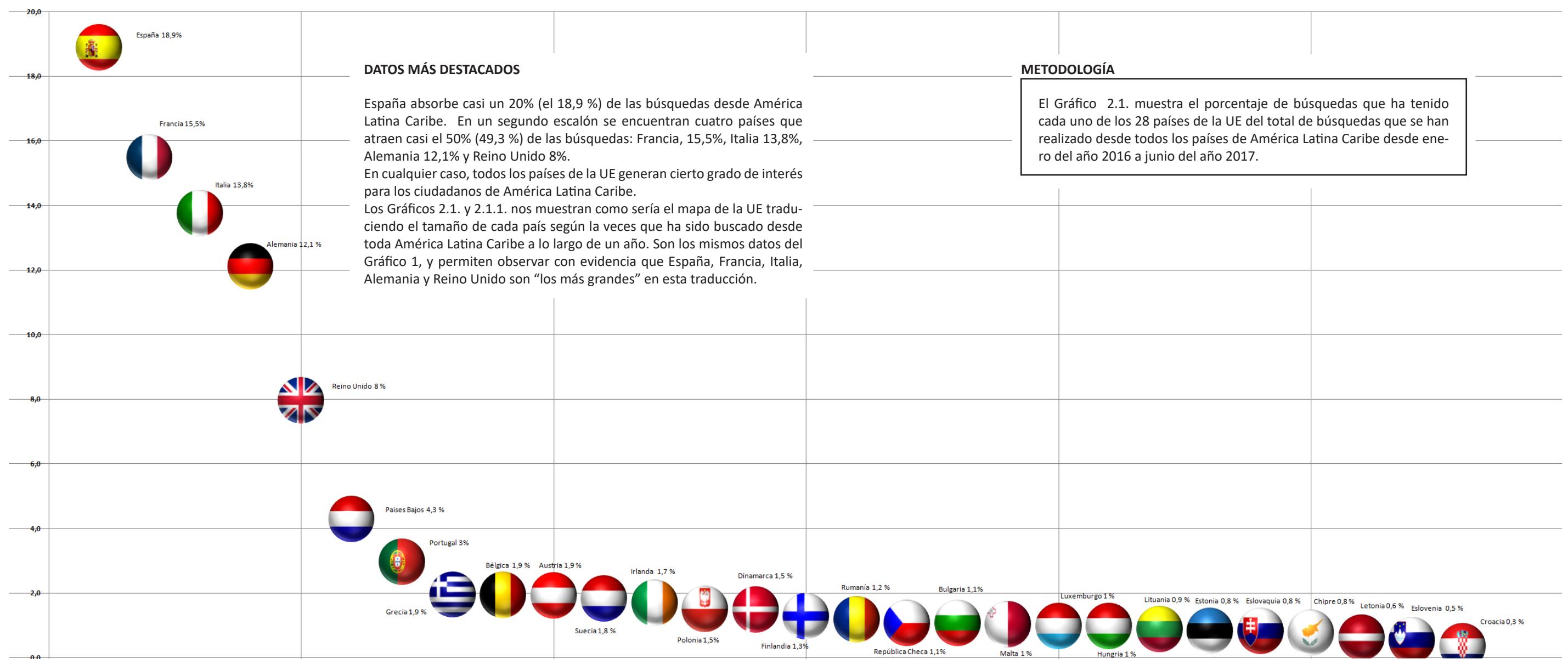
sigue ocupando el segundo lugar, pero Rajoy ha descendido hasta una tercera posición.

El presidente Juan Manuel Santos ha desbancado al presidente mexicano –primero Calderón y después Peña Nieto- como el más mencionado de América Latina Caribe en la UE. Nicolás Maduro ocupa el segundo lugar, que, mientras estuvo en la Presidencia de Argentina, era de Cristina Kirchner.*Cristina Fernández de Kirchner. Las menciones hacia Peña Nieto le colocan desde 2016 en una tercera posición, coincidiendo con que la brasileña Dilma Rousseff, que había ocupado hasta entonces dicho lugar, abandonaba la presidencia y dejaba, por tanto, de generar interés.

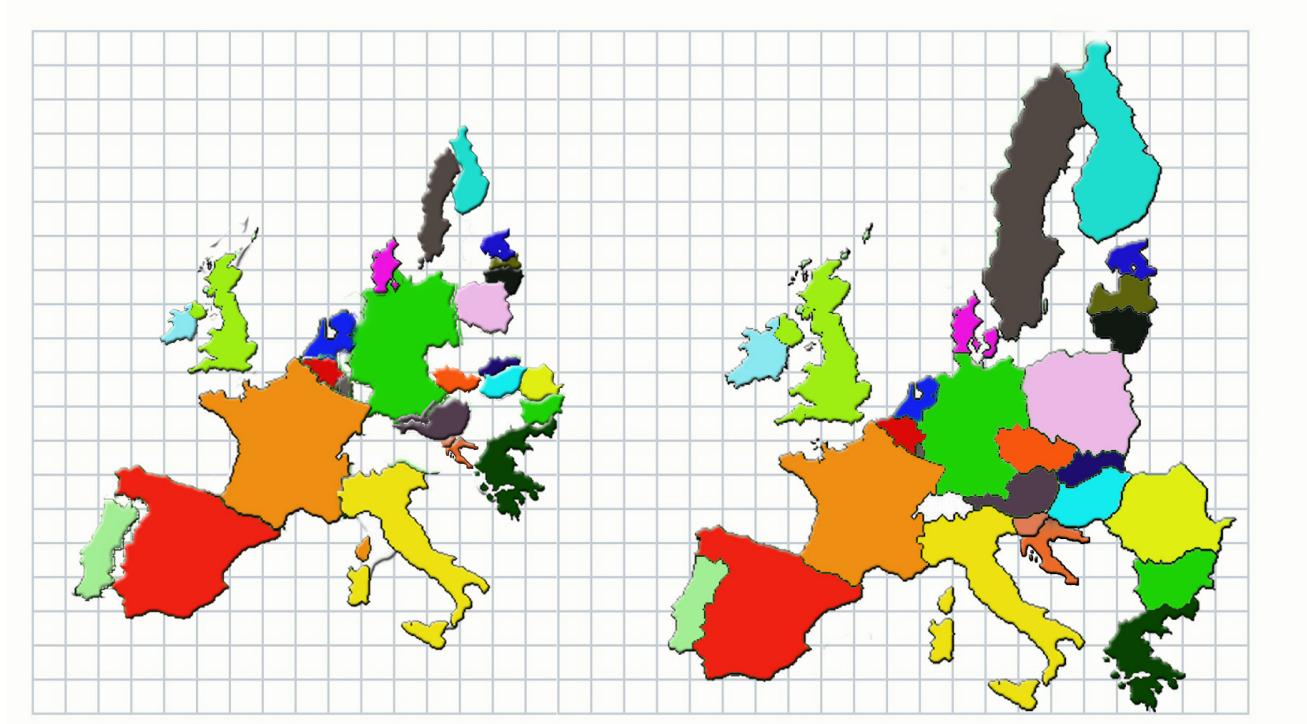


2.1. Frecuencia con que aparecen los países de la

UE en búsquedas desde América Latina Caribe

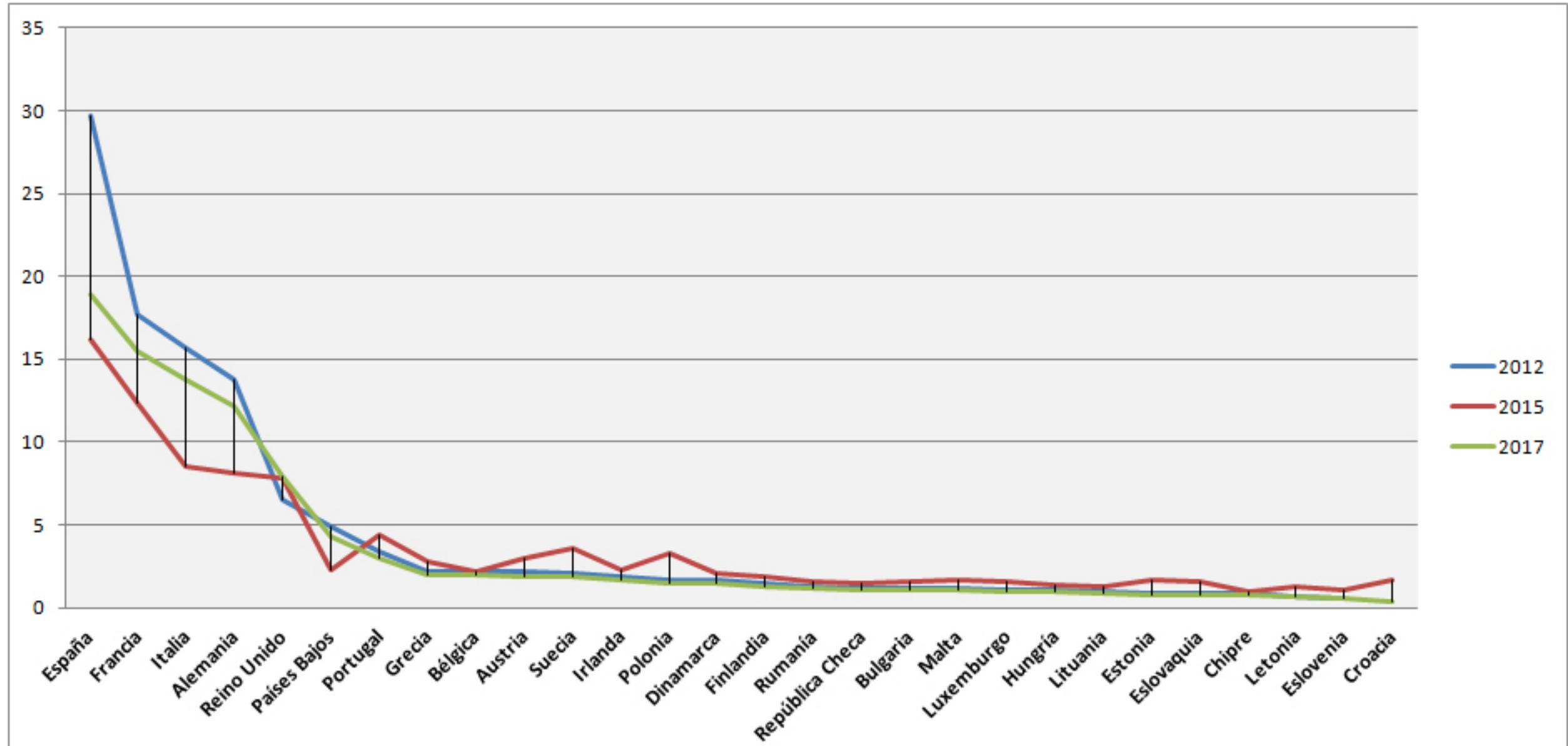


2.1.1 La miopía perceptiva entre las dos regiones:



La UE vista desde América Latina Caribe





2.2. Frecuencia con que aparecen los países de

América Latina Caribe en búsquedas desde la UE

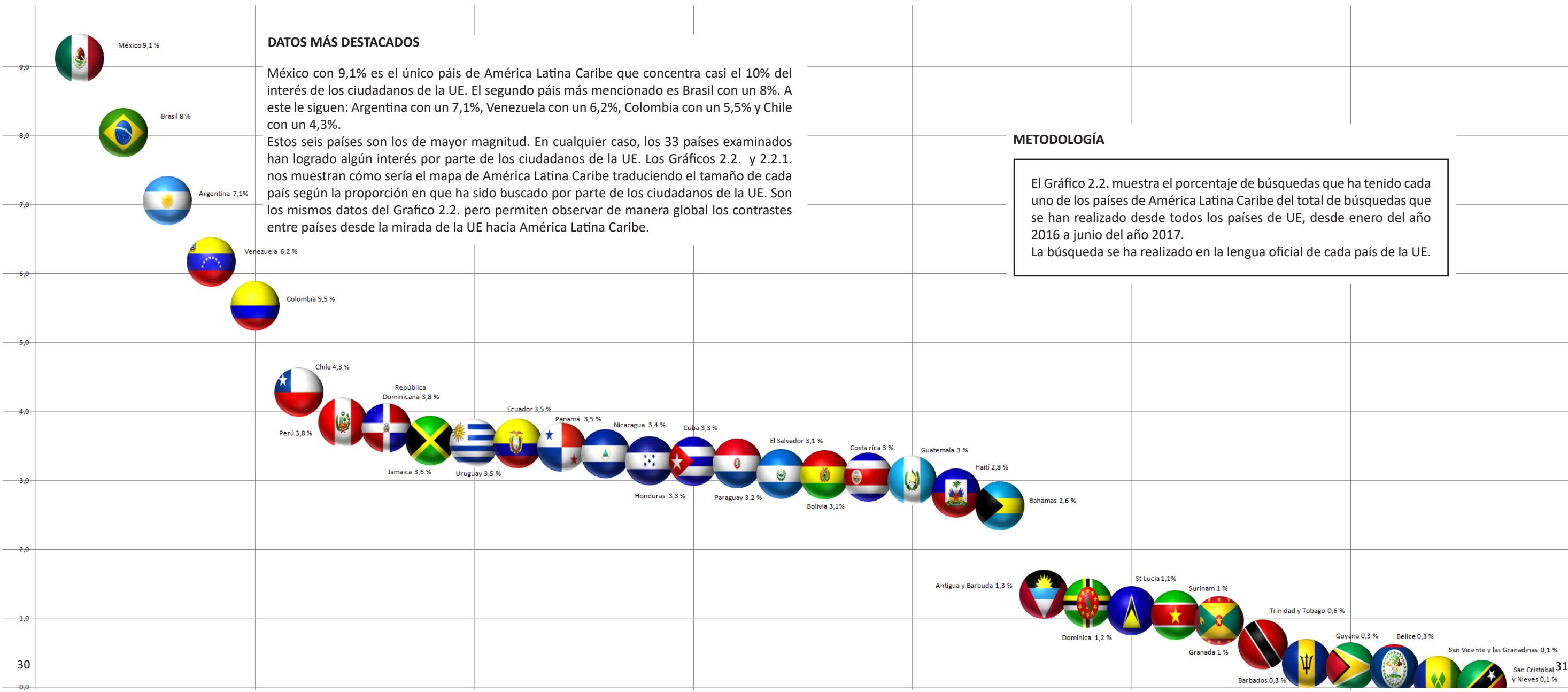
DATOS MÁS DESTACADOS

México con 9,1% es el único país de América Latina Caribe que concentra casi el 10% del interés de los ciudadanos de la UE. El segundo país más mencionado es Brasil con un 8%. A este le siguen: Argentina con un 7,1%, Venezuela con un 6,2%, Colombia con un 5,5% y Chile con un 4,3%.

Estos seis 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 2.2. y 2.2.1. 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 Gráfico 2.2. pero permiten observar de manera global los contrastes entre países desde la mirada de la UE hacia América Latina Caribe.

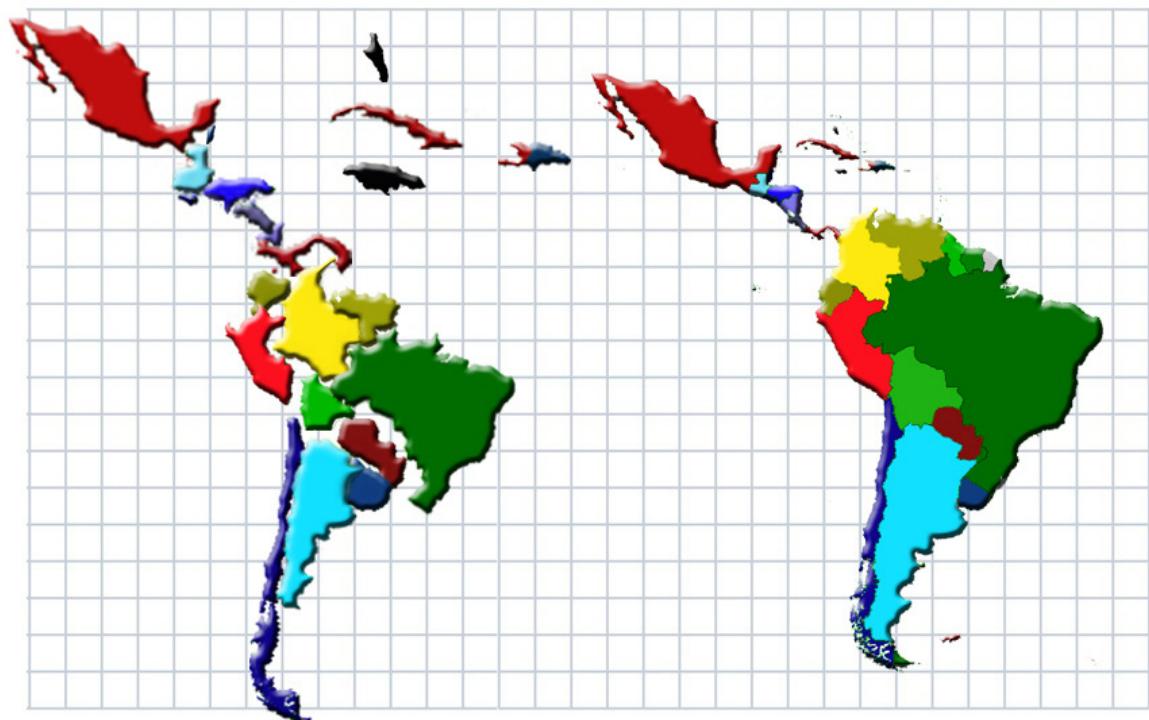
METODOLOGÍA

El Gráfico 2.2. 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 enero del año 2016 a junio del año 2017. 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

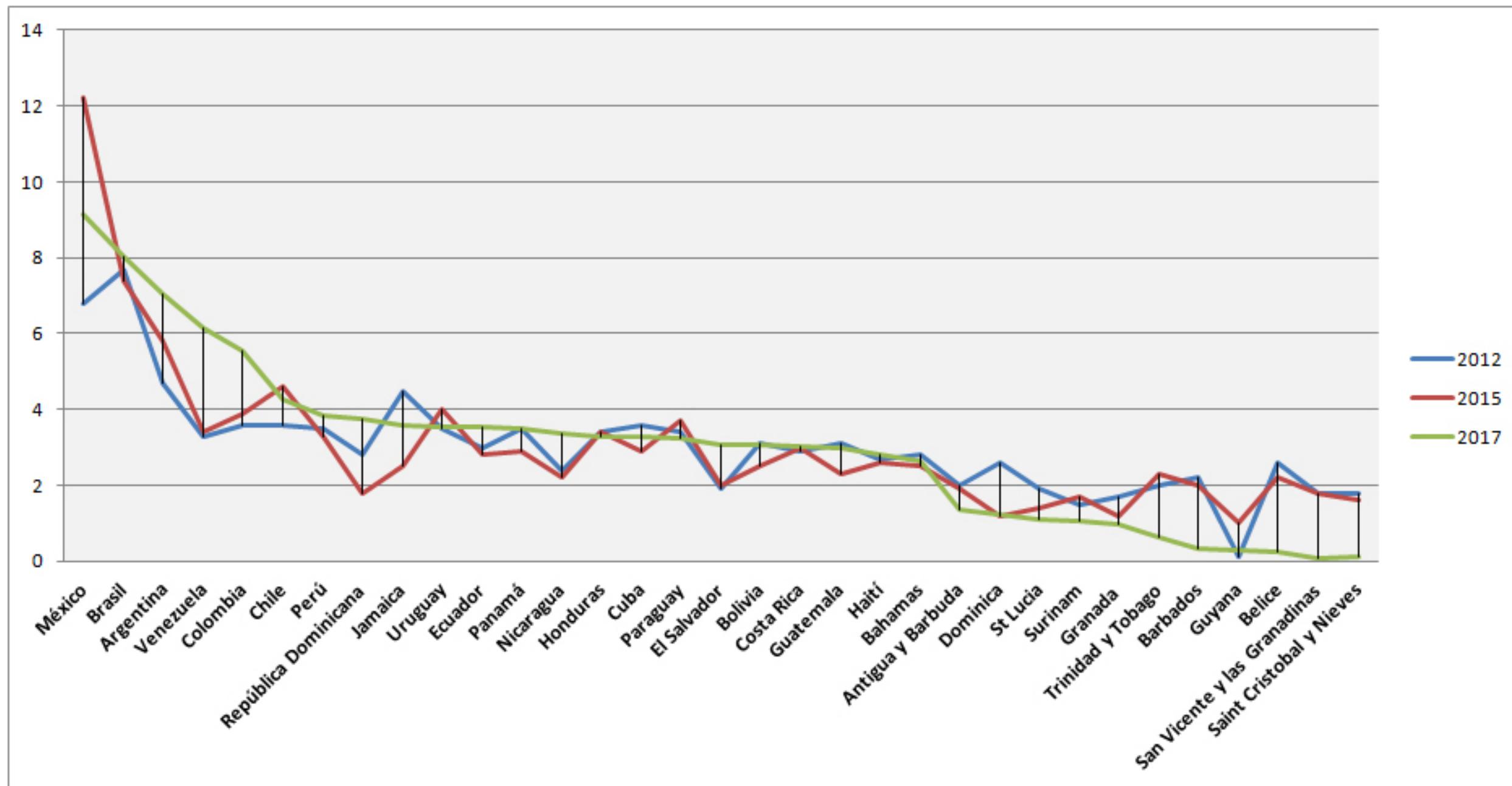


MÉXICO



2.2.2 Comparativa con datos II ATLAS (2012-2017)

América Latina Caribe vista desde la UE



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



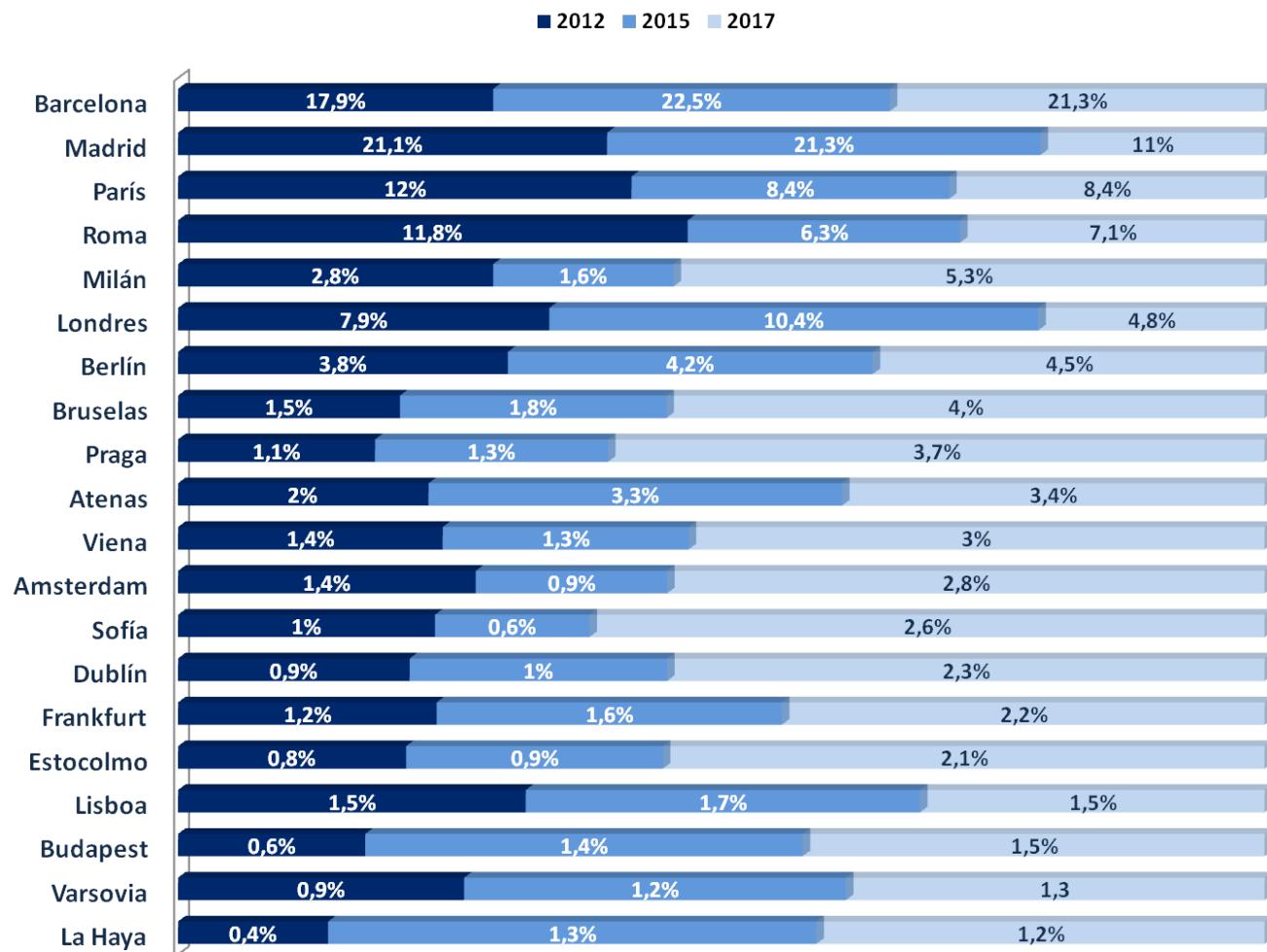
DATOS MÁS DESTACADOS

Hay dos ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe: Barcelona (21,3%) y Madrid (11%). En un segundo escalón, por debajo del 10%, se encuentran: París con un 8,4%, Roma con un 7,1% y Milán con un 5,3%. Seguidas se encuentran: Londres, Berlín y Bruselas. 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: Barcelona, La Haya, París, Londres, Madrid, Milán, Amsterdam incluso Bruselas, parecen tener una identidad independiente.

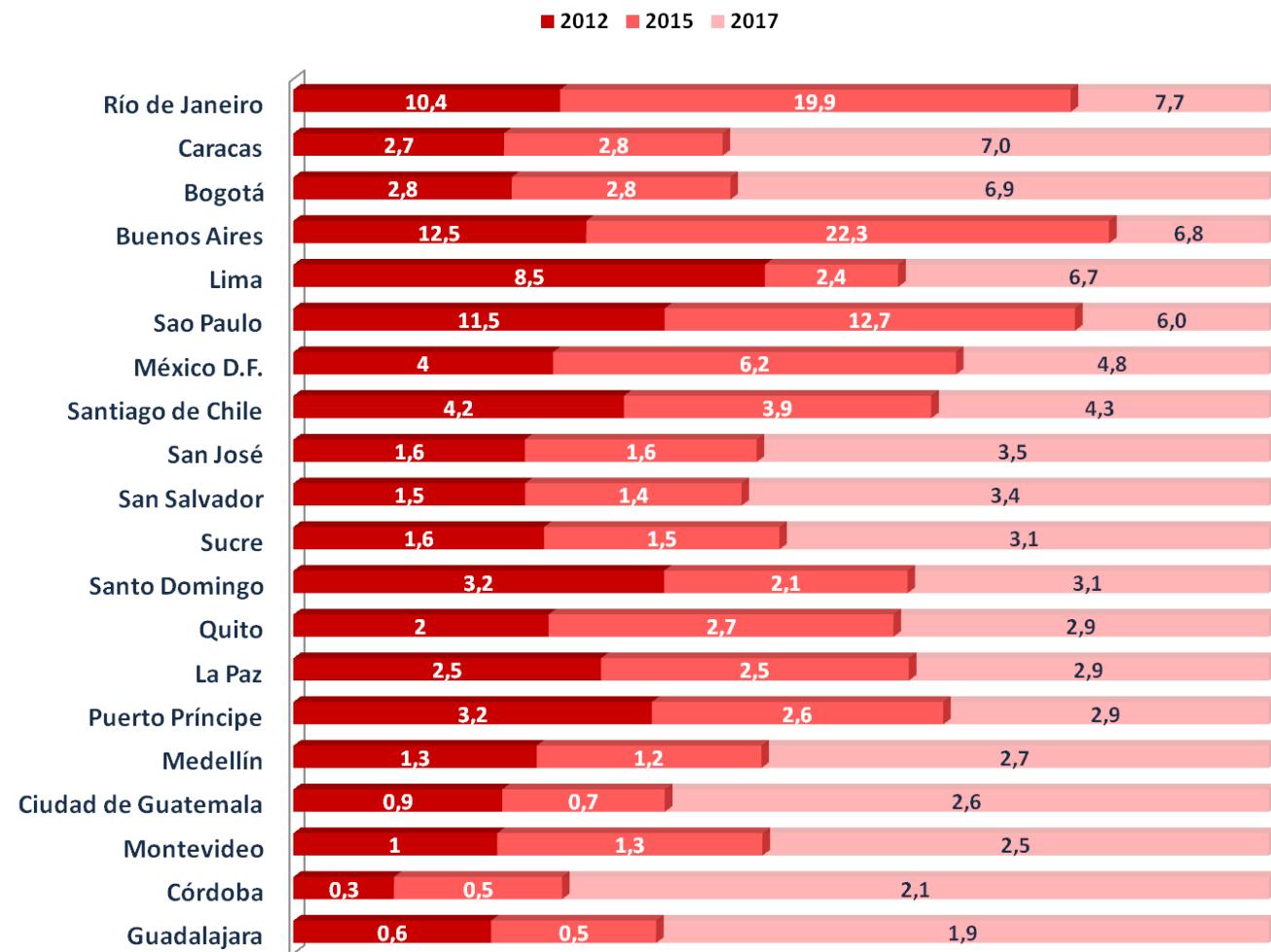
2.5. Frecuencia con que aparecen las principales ciudades de América Latina Caribe desde la UE



Comparativa ciudades UE



Comparativa ciudades América Latina Caribe



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.

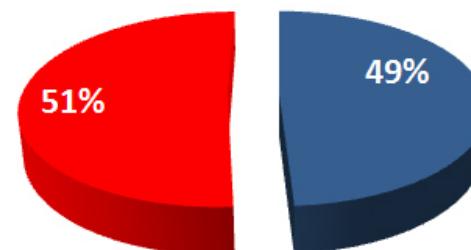


Datos destacados del Capítulo

- España es el país que tiene más presencia en las noticias de América Latina Caribe, con un 20,6 % del total. En segundo lugar, en torno al 10%, aparecen Francia, Italia, Portugal y Alemania.
- Brasil, con un 16,6% y Argentina, con 13,8%, son los países más mencionados en las informaciones sobre América Latina.
- El bloque de noticias sobre la UE que más han interesado en América Latina Caribe han sido Deportes con un 28%, seguidas por la categoría Política-Relaciones Internacionales con un 25%.
- 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 son: Deportes con un 27% y Política-Relaciones Internacionales con un 21%.
- 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

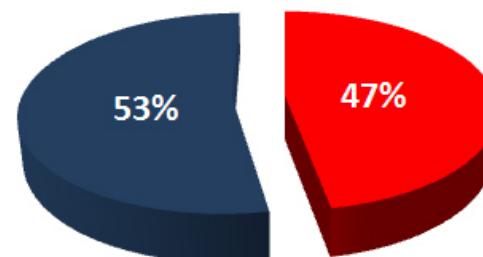
PORCENTAJE DE NOTICIAS PUBLICADAS DE UNA REGIÓN EN LA OTRA 2017

■ "America Latina" en la UE ■ "UE" en América Latina



PORCENTAJE DE NOTICIAS PUBLICADAS DE UNA REGIÓN EN LA OTRA 2015

■ "UE" en América Latina ■ "America Latina y Caribe" en la UE



20,6%



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 enero del año 2016 y junio del año 2017, siendo el universo de referencia noticias de los estados de la UE. Los datos se ofrecen en porcentajes sobre el total.

10,1%



9,8%



9,4%



9%



7,2%



6,7%



3,6%



2,1%



2%



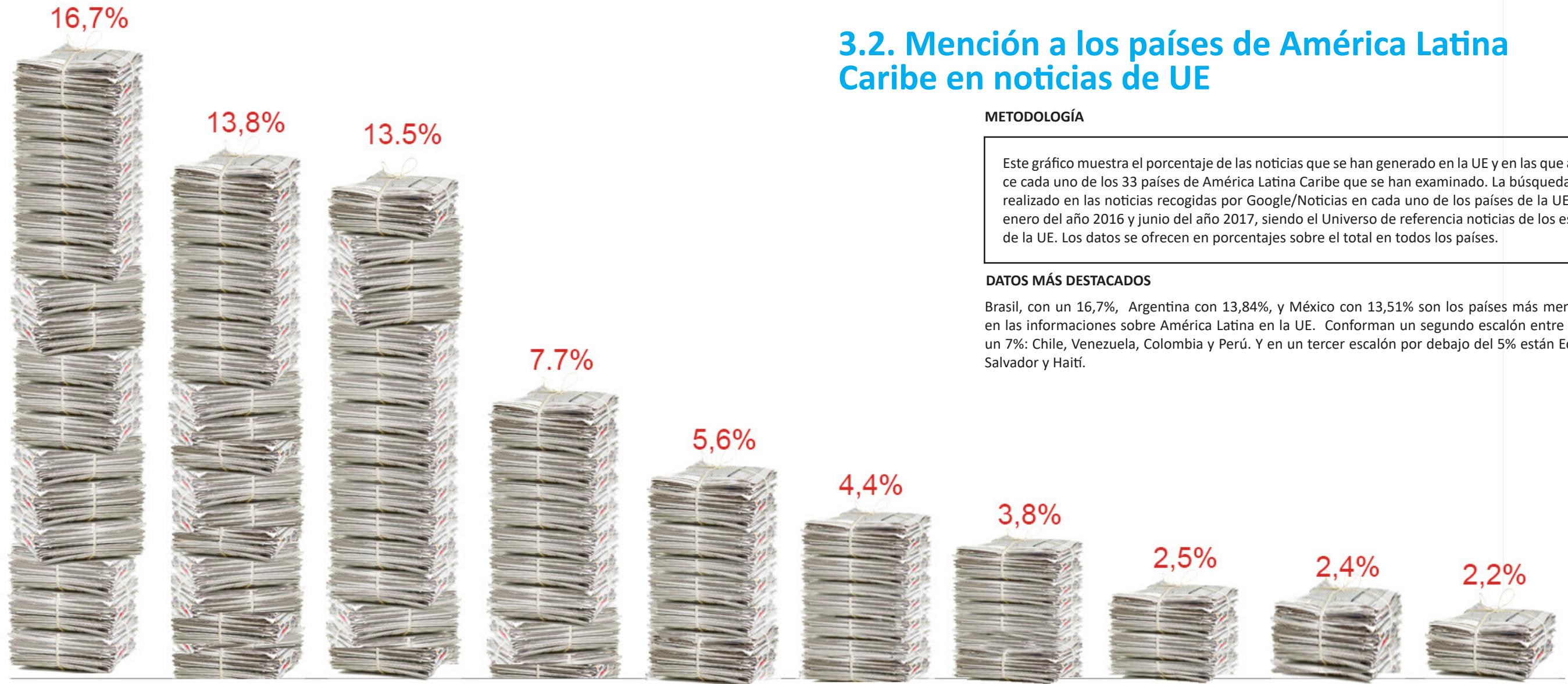
3.1. Mención a los países de la UE en noticias de América Latina Caribe

DATOS MÁS DESTACADOS

España es el país que tiene más presencia en las noticias de América Latina Caribe, con un 20,58% . En segundo lugar con un 10,10%, aparece Francia seguido de Italia, Portugal y Alemania, todos ellos en torno al 9,5%. En sexto lugar, se encuentra Reino Unido con un 7,23% seguido de Bélgica con un 6,70%. En último puesto de los 10 que encabezan el ranking, se encuentran Grecia, Luxemburgo y Suecia.



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



METODOLOGÍA

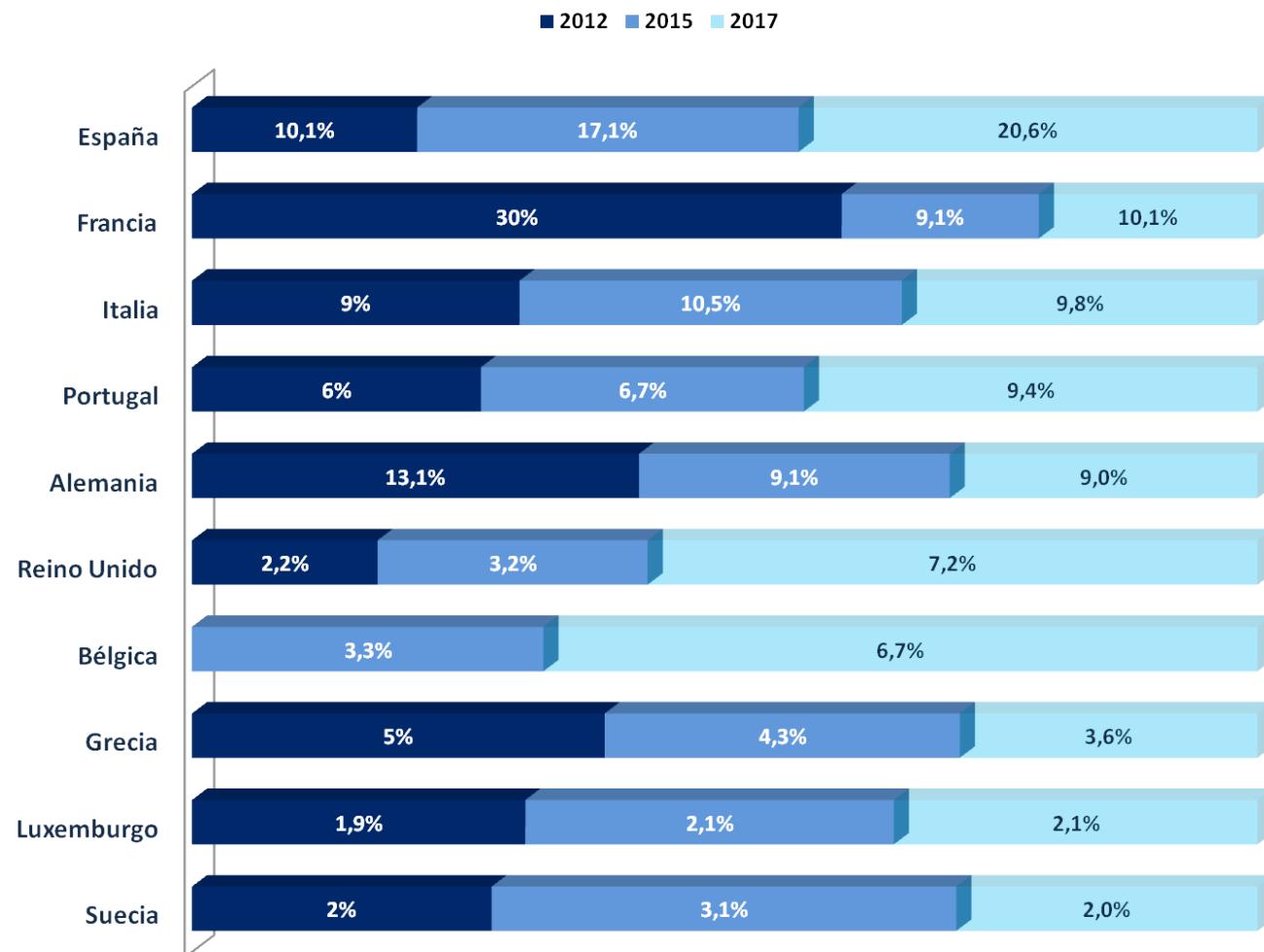
Este gráfico muestra el porcentaje de las noticias que se han generado en la UE y en las que aparece cada uno de los 33 países de América Latina Caribe que se han examinado. La búsqueda se ha realizado en las noticias recogidas por Google/Noticias en cada uno de los países de la UE entre enero del año 2016 y junio del año 2017, 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

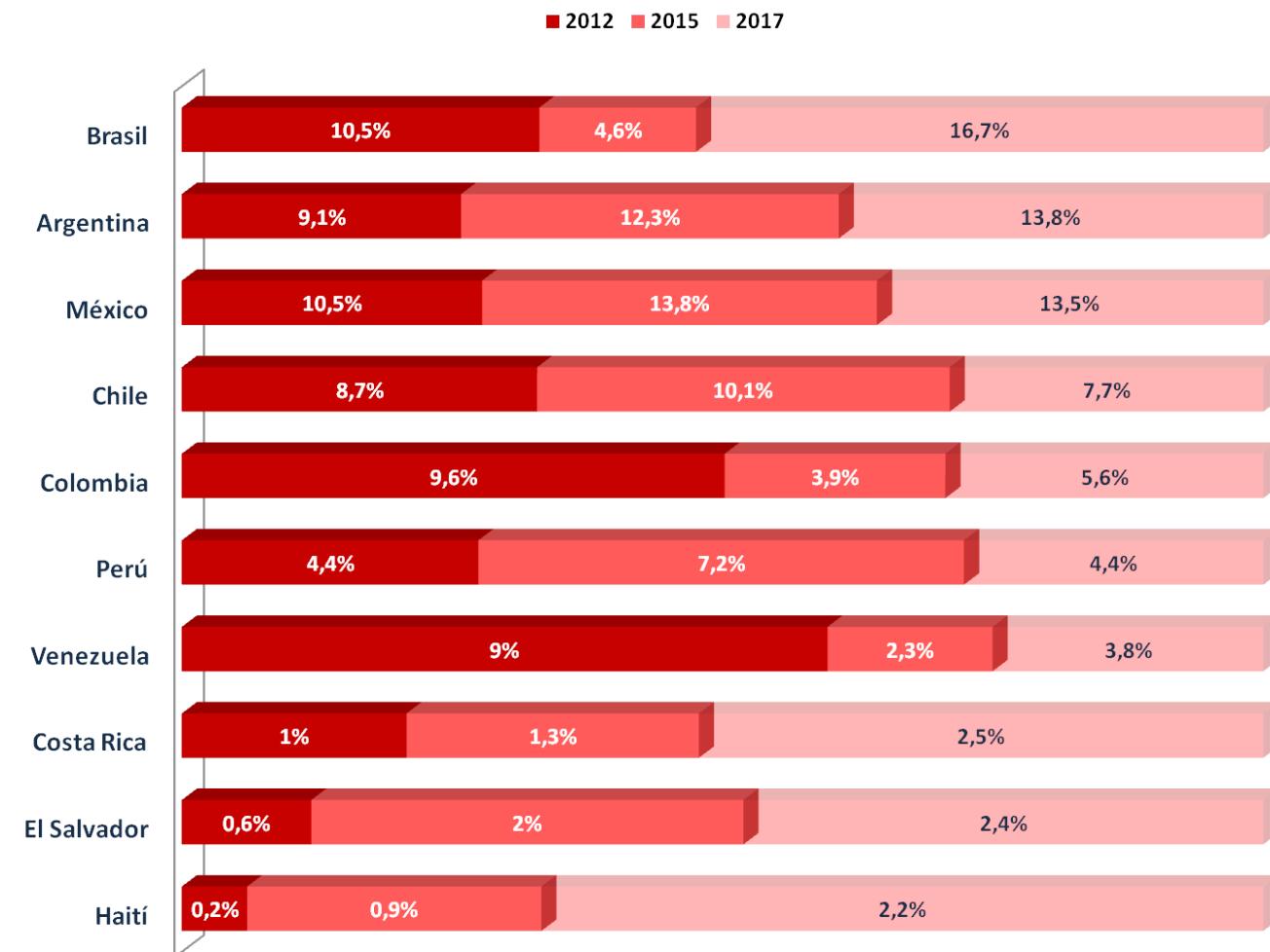
Brasil, con un 16,7%, Argentina con 13,84%, y México con 13,51% son los países más mencionados en las informaciones sobre América Latina en la UE. Conforman un segundo escalón entre un 10% y un 7%: Chile, Venezuela, Colombia y Perú. Y en un tercer escalón por debajo del 5% están Ecuador, El Salvador y Haití.



Comparativa noticias UE



Comparativa noticias América Latina Caribe

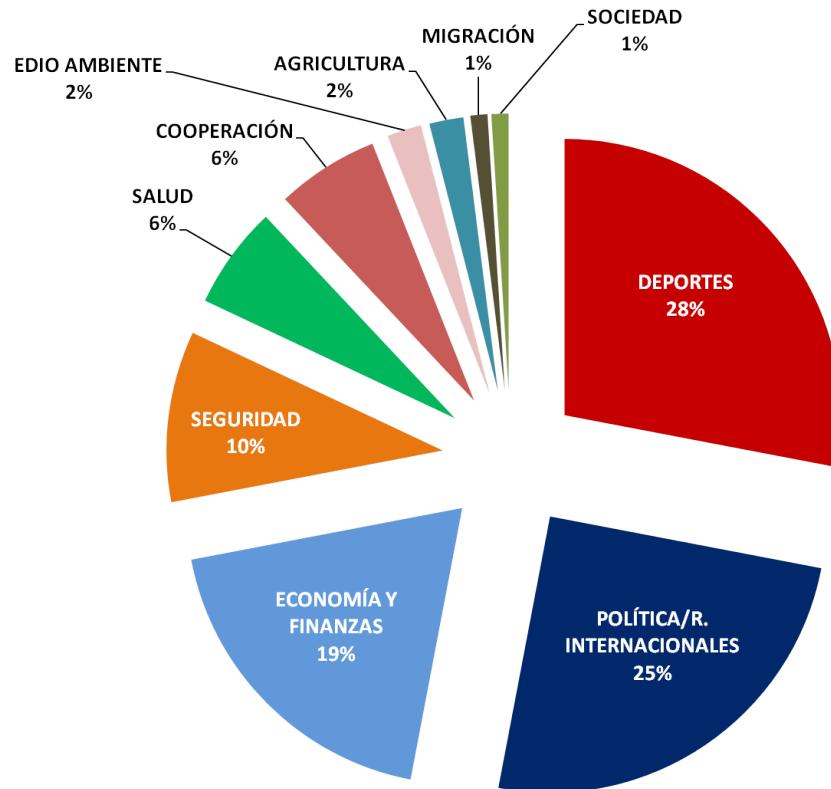


3.3. Los temas que más interesan en América Latina Caribe sobre la UE

DATOS MÁS DESTACADOS

El bloque de noticias sobre la UE que más ha interesado en América Latina Caribe ha sido Deportes con un 28%, seguido de Relaciones Internacionales 25%, seguidas por la categoría Economía y Finanzas 19%. Entre estas categorías concentran el 72% de las noticias que se han ofrecido en América Latina Caribe sobre la UE en un año.

Le siguen varias categorías que aluden a temas de Seguridad con un 10%; siguiéndole con un 6%; Salud y Cooperación, 2%; Medio ambiente, 2%; Agricultura, 2% y con un 1% Migración y Sociedad.



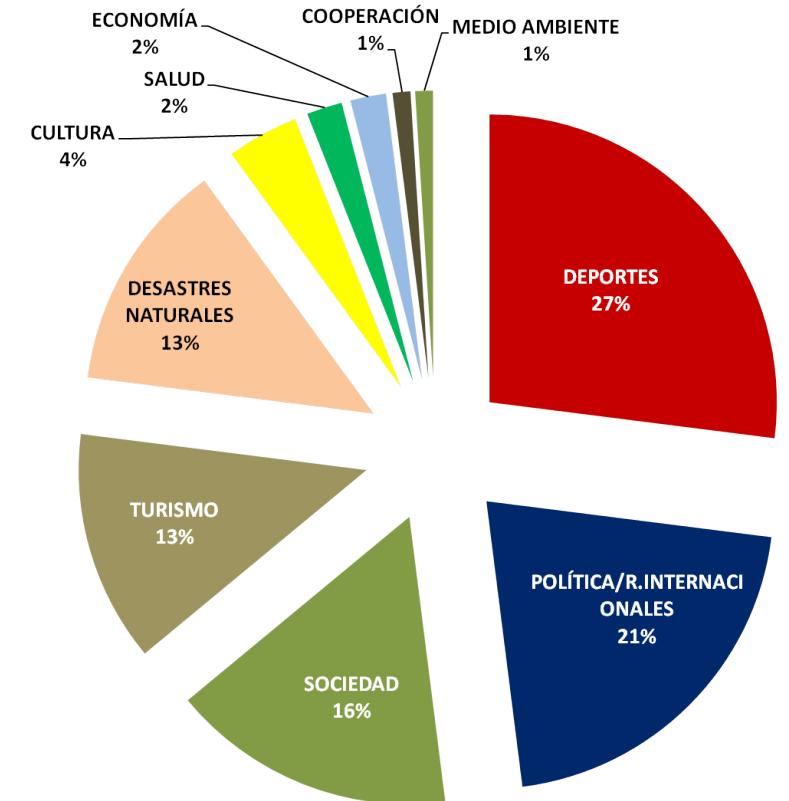
En este epígrafe abordamos directamente los temas de las informaciones sobre la otra región: ¿Qué temas informativos de la UE han interesado más en América Latina Caribe? Lo que, trasladado a la estrategia de este estudio, podría traducirse en: dónde han puesto el foco de interés para mirar la UE los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

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

DATOS MÁS DESTACADOS

Las tres categorías de noticias sobre América Latina Caribe que más han interesado en la UE han sido los siguientes: Deportes con un 27%, Relaciones Internacionales-Política con un 21%; y Sociedad, con un 16%.

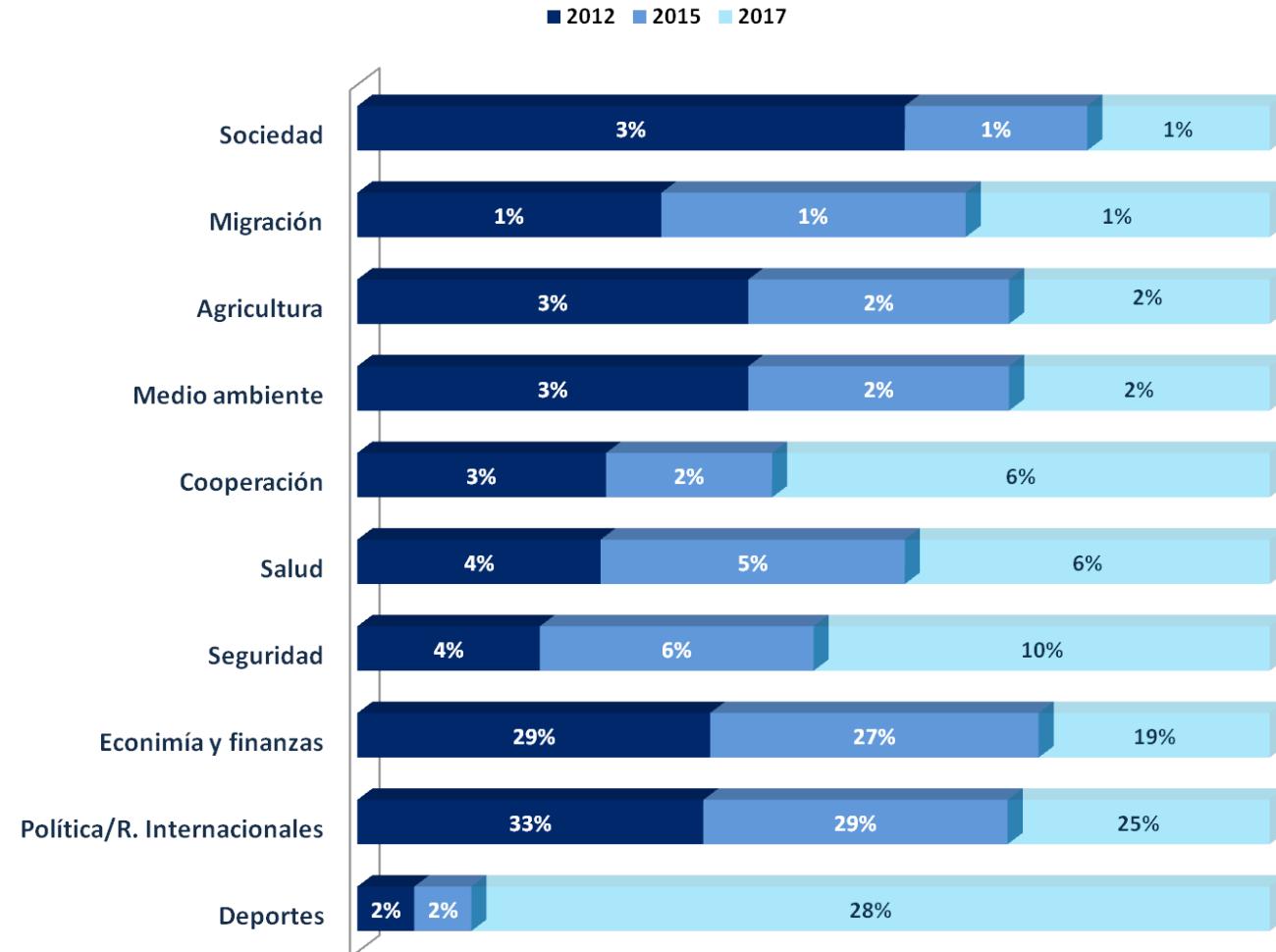
En cuarto y quinto lugar Turismo y Desastres naturales ambas con un 13%. En el sexto puesto, Cultura con un 4%, seguida de Salud y Economía con un 2% ambas. En último lugar, con un 1% se encuentran Cooperación y Medio Ambiente.



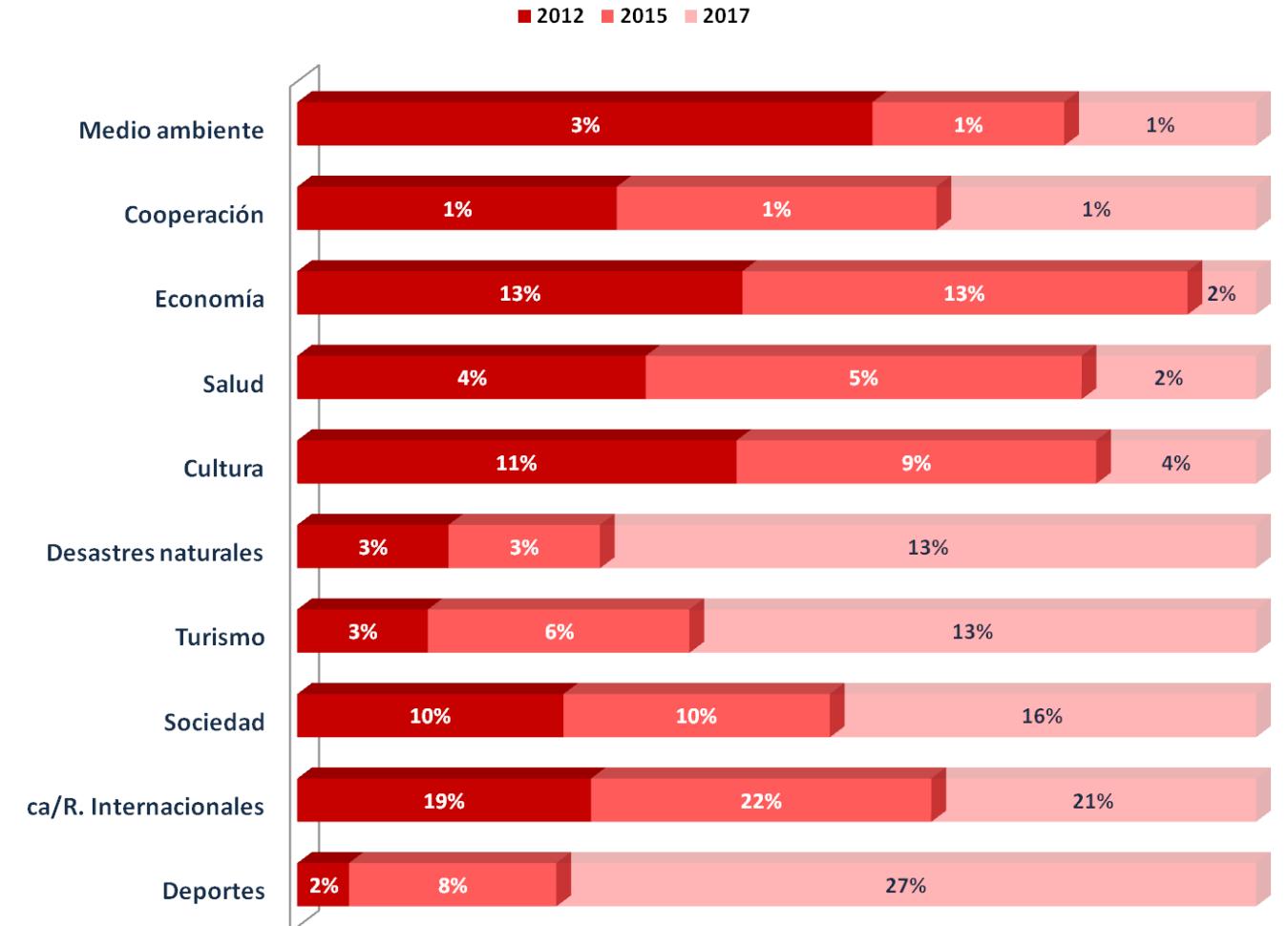
METODOLOGÍA

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 enero del año 2016 y junio del año 2017.

Comparativa categorías UE



Comparativa categorías América Latina Caribe



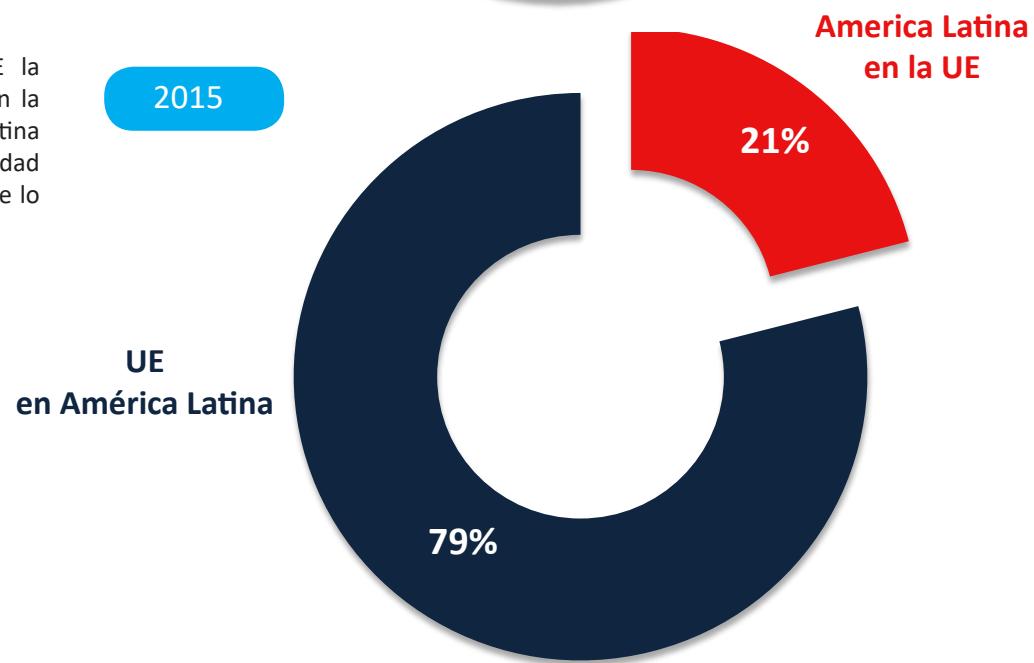
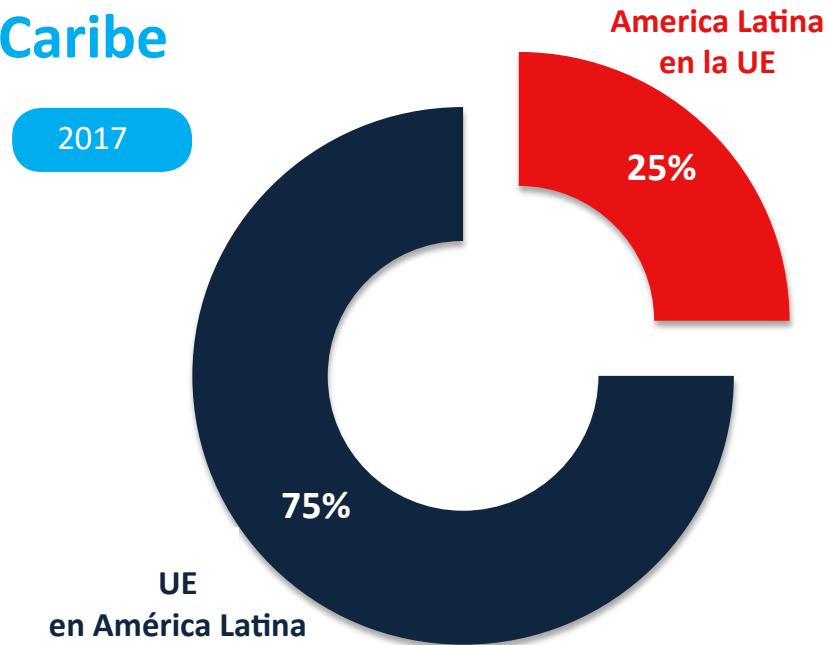
3.5. Grado de cristalización en los medios de comunicación de las entidades UE y América Latina Caribe

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 enero del año 2016 y junio del año 2017.

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.



CAPÍTULO 4

Líderes políticos como referentes para la otra región

Hemos querido cerrar los trazos del “III 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 enero del año 2016 y junio del año 2017.

DATOS MÁS DESTACADOS

El líder europeo más mencionado en las noticias de los países de América Latina Caribe ha sido la primera ministra de Reino Unido Theresa May, que acapara el 42%. En segundo lugar, la canciller Merkel, con un 32%. Varios escalones por debajo, con menos del 10%, el presidente español Mariano Rajoy, y en cuarto lugar, el presidente de la república francesa Emmanuel Macron.

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 enero del año 2016 y junio del año 2017.

DATOS MÁS DESTACADOS

El líder más mencionado de América Latina Caribe en las noticias de los Estados de la UE ha sido el presidente colombiano Juan Manuel Santos, con un 21%, seguido por Nicolás Maduro, con un 16% y Enrique Peña Nieto con el mismo porcentaje. Entre los tres, acaparan el 53% de todas las menciones.