



VIII Congreso CELAC-UE
de editores de medios




●●● prestomedia grupo





**VIII CONGRESO CELAC –
UE DE EDITORES DE
MEDIOS**



**VIII CELAC – EU
MEDIA EDITORS
CONGRESS**

CON EL APOYO DE:



PATROCINAN:



COLABORA:



PARTNER LATAM:



PARTNER EDITORIAL:



ORGANIZA:





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 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 827.204.364 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 <<IV Atlas de intereses entre la UE y América Latina Caribe>> un total de 89.524.254.111 interacciones que se han producido entre febrero del año 2023 y febrero del año 2025, entre las poblaciones de ambas regiones.

Capítulo 2

- El 92% del interés de los ciudadanos de América Latina Caribe se concentra en cinco países de la UE: España, Francia, Italia, Alemania y Portugal.
- Los 27 países de la UE obtienen alguna atención por parte de los ciudadanos de América Latina Caribe.
- La atención de los ciudadanos de la UE hacia América Latina Caribe está más distribuida, no se concentra

tanto en algunos países. Brasil es el país de la Región que concentra el 13% del interés de los ciudadanos de la UE. Le siguen Argentina y México con un 12%.

- Hay dos ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe (el 39.2%): Madrid y París. En un segundo escalón, se encuentran: Roma con un 10.6%, Berlín con un 8.9%, Barcelona con un 7.5% y Milán. En el tercer escalón por debajo del 6% están Lisboa 5.8%, Ámsterdam con un 4.9%, Bruselas con 3.4 y Viena con un 3.3%. Seguidas, por debajo del 3% se encuentran: Praga, Budapest, Dublín, Copenhage, Estocolmo, Helsinki y Munich.
- Las ciudades que más atención han generado para los europeos en América Latina Caribe han sido en este orden: México D.F. con un 14.2%, São Paulo con un 11.3% y Buenos Aires con un 10.6%. Le siguen con menos del 10% Rio de Janeiro con un 9.9%, Bogotá con 7.9% Lima y Santiago de Chile con 7.7% y 6.6% y con un 6.5% Caracas. Por debajo, se encuentran Quito, Montevideo, La Habana, San José, Panamá, Asunción, Santo Domingo, Guatemala, San Salvador, Tegucigalpa, Managua y Puerto Príncipe que entre todos ellos suman el 25.3%.

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 28.5% del total. En segundo lugar, en torno al 15%, aparecen Francia y Alemania. Le siguen con un 12.3% y 10.01% Italia y Portugal.
- México con 16.3%; Brasil con 15%; Argentina con un 14.2%, Colombia con 12.8 y Chile con un 11.5% son los países más mencionados en las informaciones sobre América Latina en la UE.
- El bloque de noticias sobre la UE que más ha interesado en América Latina Caribe ha sido Deportes con un 29%, seguido de Economía y comercio y Política y Relaciones Internacionales con un 12%. Por debajo están entre el 11 y el 8% las categorías Medio ambiente, Seguridad y Turismo. Por debajo del 5% están Instituciones UE, Desechos Humanos, Salud, Sociedad y Educación.
- Las tres categorías de noticias sobre América Latina Caribe que más han interesado en la UE han sido las siguientes: Deportes con un 19%, Seguridad con un 16%; y Medio Ambiente con un 15%. Por debajo se encuentran las categorías Política y Relaciones Internacionales, Turismo, Salud, Derechos Humanos, Economía y Comercio, Educación y Sociedad.

Capítulo 4

- El líder europeo más mencionado en las noticias de los países de América Latina Caribe ha sido el Presidente de España, Pedro Sánchez, con un 28%. El segundo lugar lo ocupa el mandatario francés con el 19%. En tercer lugar con 17% se encuentra la presidenta de Italia Giorgia Meloni. En cuarto lugar lo ocupa el Canciller alemán Olaf Scholz con un 15%
- El líder más mencionado de América Latina Caribe en las noticias de los Estados de la UE ha sido el presidente de Argentina Javier Milei, con un 24%, seguido por Claudia Sheinbaum Presidente de México con un 20% y por Nayib Bukele, con un 15%. Entre los tres, acaparan el 58% de todas las menciones.





CAPÍTULO 1

Metodología

1.1. Objetivo y marco teórico

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

El objetivo de estudio es 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 crean que la tecnología europea es menos puntera que la japonesa o

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 febrero del año 2023 y febrero del año 2025. 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 unos 500 millones de personas en Europa y de cerca de seiscientos cuarenta 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 800 millones de 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 <<VIII Atlas de intereses entre la UE y América Latina Caribe>> un total de 89.524.254.111 interacciones que se han producido entre febrero del año 2023 y septiembre del año 2025, 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 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 todas las 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 800 millones 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: 660.856.500



POBLACIÓN UE: 448.000.676



USUARIOS INTERNET
AMLC: 462.203.527



USUARIOS INTERNET
UE: 401.000.837

Nº RESULTADOS
ANALIZADOS 89.524.254.111

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 (800 millones de personas entre las dos regiones en el año 2024) 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 50% del interés de los ciudadanos de América Latina Caribe se concentra solo en tres países de la UE: España, Francia e Italia.
- Los 27 países de la UE obtienen alguna atención por parte de los ciudadanos de América Latina Caribe.
- La atención de los ciudadanos de la UE hacia América Latina Caribe está más distribuida, no se concentra tanto en algunos países. Brasil es el país de la Región que concentra el 13% del interés de los ciudadanos de la UE. Le siguen México con un 12% y Argentina también con un 12%.
- Hay dos ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe (el 40%) Madrid y París. En un segundo escalón, se encuentran: Roma con un 10,6%, Berlín con un 8,9% y Barcelona con un 7,5%. En el tercer escalón por debajo del 7% están Milán 6,8%, Lisboa 5,8% y Amsterdam con un 4,9%. Seguidas se encuentran: Bruselas, Viena, Praga y Budapest.
- Las ciudades que más atención han generado para los europeos en América Latina Caribe han sido en este orden: México D.F. con un 14,2%, Sao Paulo con un 11,3% y Buenos Aires con un 10,6%. Le siguen con un 9,9% Rio de Janeiro, con un 7,9% Bogotá, Lima 7,7%, Santiago de Chile y Caracas con 6,5%. Entre el 5% y el 3%, se encuentran con Quito, Montevideo, La Habana, San José, Ciudad de Panamá.

EVOLUCIÓN DE LOS DATOS DESTACADOS EN LOS AÑOS 2012 (I ATLAS), 2015 (II ATLAS), 2017 (III ATLAS), 2019 (IV ATLAS) y 2021 (V ATLAS).

- A lo largo de la segunda década del siglo XXI, el interés de los ciudadanos de América Latina Caribe por los Estados de la Unión Europea se ha mantenido estable en el caso de España, que partía en 2012 de cuotas cercanas al 30%, y que se sitúa en torno al 31%.
- Francia a lo largo de la década mantiene la segunda posición de la que partía en 2012 con un 17% el mismo porcentaje que en la actualidad, seguida por Italia con un 12% y Alemania con un 8%. Portugal registra un 7% y constituyen durante esta década los cinco grandes países de interés en América Latina Caribe.
- Un dato significativo es que, de los 27 Estados de la Unión, solo 15 registran intereses por encima del 1%..
- La situación respecto al interés de los ciudadanos de la Unión Europea por América Latina Caribe es inverso, pues se ha producido un incremento continuado de los porcentajes de búsquedas en los principales países latinoamericanos.
- A lo largo de la década, tres han sido los países que han concentrado el interés de los europeos: México, Brasil y Argentina. Pese a los altibajos producidos en estas cinco series, es Brasil el país que concentra más búsquedas europeas seguido de México y Argentina con el mismo porcentaje. Un segundo bloque de países lo constituyen Colombia, Chile y Perú. Colombia ha visto crecer el interés europeo a lo largo de la década de forma sostenida al igual que Chile. El caso de Venezuela, muy vinculado a sus crisis políticas, el incremento menos homogéneo ha sido, sin embargo, muy fuerte en 2021 situándose en cuarto lugar con un 7% y actualmente ha descendido al 3%.

- Otro dato significativo lo representa el hecho de que el interés de los europeos por los países de América Latina Caribe es mucho más homogéneo que el de los latinoamericanos por los países europeos.
- Brasil alcanza un máximo del 15% mientras que, por encima del 1%, hay un total de 21 países de los latinoamericanos por los países europeos.
- En la década analizada, Madrid se ha convertido en la ciudad de referencia de las búsquedas de los ciudadanos de América Latina Caribe, alcanzando en 2021 una cuota por encima del 25% del total y manteniéndose actualmente en los mismos valores. Por contra, Barcelona, que llegó a alcanzar un 22% en 2015, ha ido perdiendo posiciones desde entonces hasta el 7,5% actual.
- • A las dos ciudades españolas se unen en el máximo interés: París, Roma y Berlín. La capital francesa, que alcanzó su máximo registro en 2019 con algo más del 20%, ha concluido la serie en 2025 con un 14% mientras que Roma lo ha hecho con un 10,6%. La capital europea, Bruselas, alcanzó su máximo en 2019 con un 4% pero ha vuelto a caer en 2025 al 3,4%. Solo 14 ciudades europeas superan el 1% del interés latinoamericano.
- • El interés de los europeos por las ciudades latinoamericanas ha decrecido en toda la década. Buenos Aires ya no es la ciudad que más interesa a los europeos, su cuota ha caído del 22% en 2015 al 17% en 2021 y el 10,6% en 2025. Peor es la evolución de Río de Janeiro, que ha perdido cuota desde el 20% en 2015 hasta el 11% en 2021 y en 2025 un 10%. México D.F. por el contrario ha alcanzado la primera posición en 2025 con un 14,2%.

Finalmente, respecto al interés por los líderes políticos a uno y otro lado del Atlántico, Pedro Sánchez recupera el liderazgo de los Presidentes españoles al superar a Emmanuel Macron por casi 10 puntos. En tercer lugar, se sitúa la primera ministra Giorgia Meloni, que alcanza un 17%. En Europa, mientras tanto, irrumpe Javier Milei, seguido de cerca por la nueva Presidenta de México, Claudia Sheinbaum. El tercero en discordia es el presidente salvadoreño Nayib Bukele que desbanca a Nicolás Maduro que ocupó gran parte de la década esta posición. A este trío de máxima relevancia le sigue muy igualado, el mandatario brasileño, Luiz Inacio Lula da Silva. Después, les siguen Nicolás Maduro, Santiago Peña, Gabriel Boric y Gustavo Petro, todos ellos en torno al 6%.



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

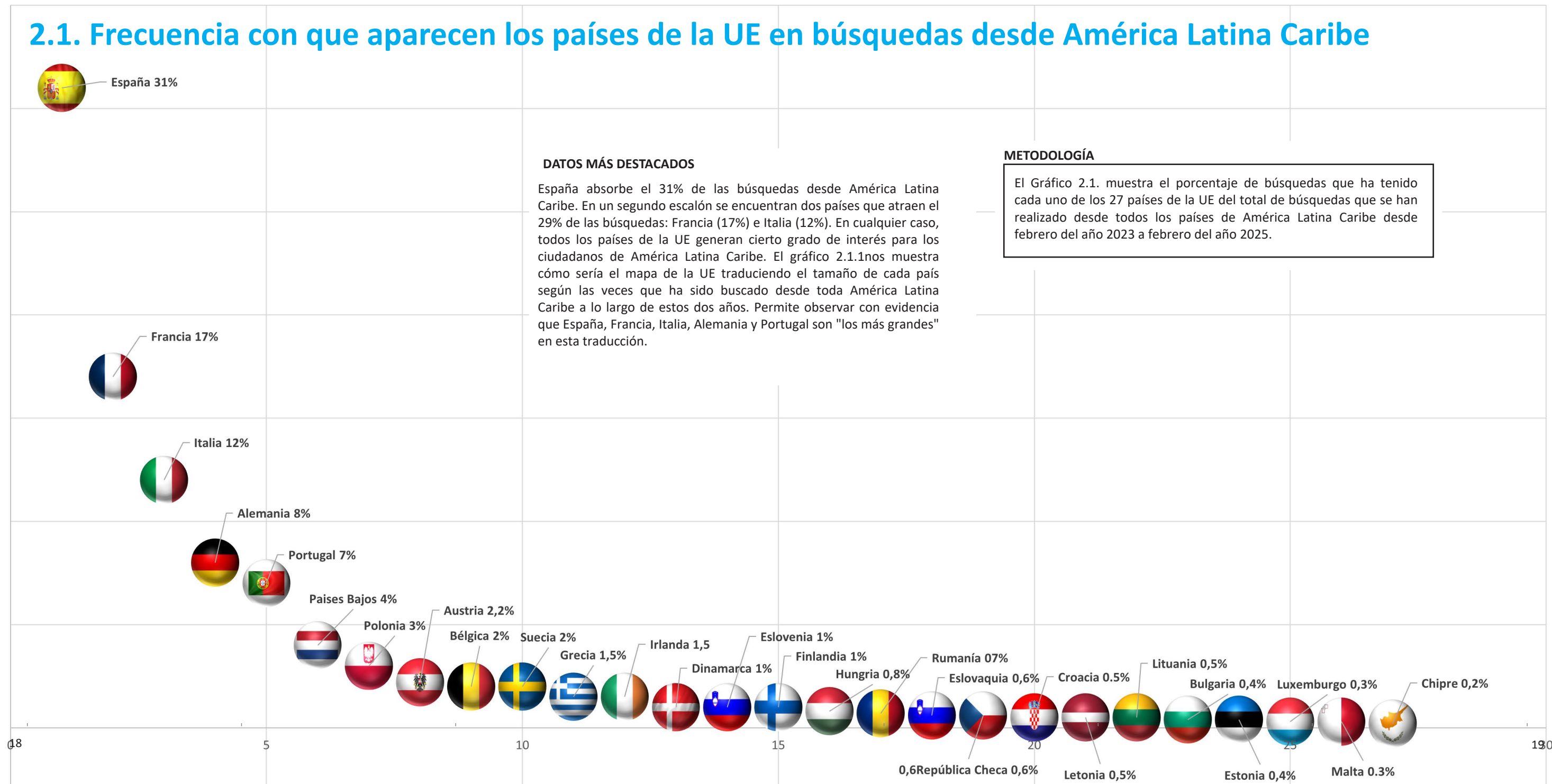


DATOS MÁS DESTACADOS

España absorbe el 31% de las búsquedas desde América Latina Caribe. En un segundo escalón se encuentran dos países que atraen el 29% de las búsquedas: Francia (17%) e Italia (12%). En cualquier caso, todos los países de la UE generan cierto grado de interés para los ciudadanos de América Latina Caribe. El gráfico 2.1. nos muestra cómo sería el mapa de la UE traduciendo el tamaño de cada país según las veces que ha sido buscado desde toda América Latina Caribe a lo largo de estos dos años. Permite observar con evidencia que España, Francia, Italia, Alemania y Portugal son "los más grandes" en esta traducción.

METODOLOGÍA

El Gráfico 2.1. muestra el porcentaje de búsquedas que ha tenido cada uno de los 27 países de la UE del total de búsquedas que se han realizado desde todos los países de América Latina Caribe desde febrero del año 2023 a febrero del año 2025.



2.1.1 La miopía perceptiva entre las dos regiones: La UE vista desde América Latina Caribe

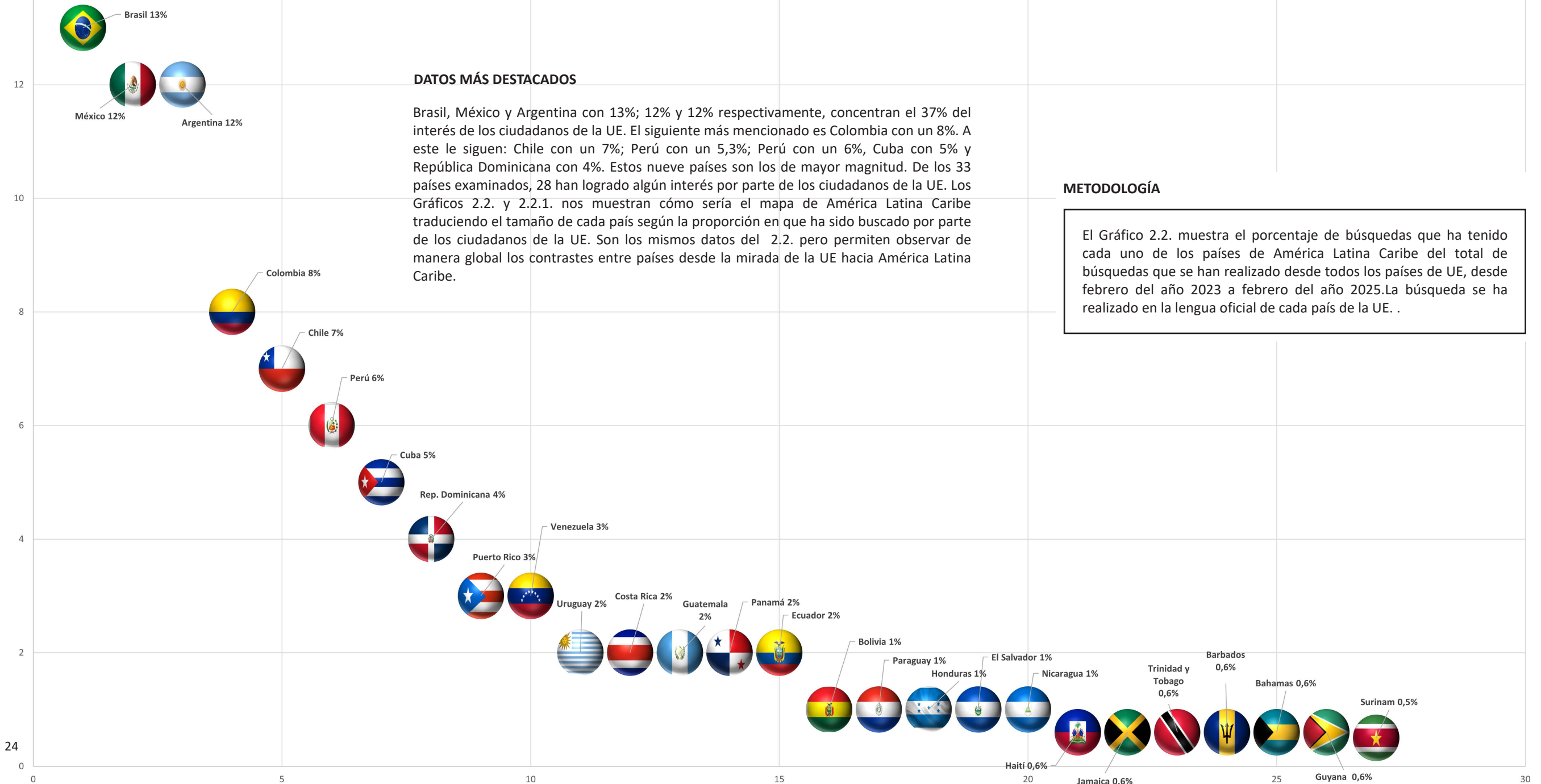
VIII CONGRESO CELAC – UE DE EDITORES DE MEDIOS



VIII CELAC – EU MEDIA EDITORS CONGRESS



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



DATOS MÁS DESTACADOS

Brasil, México y Argentina con 13%; 12% y 12% respectivamente, concentran el 37% del interés de los ciudadanos de la UE. El siguiente más mencionado es Colombia con un 8%. A este le siguen: Chile con un 7%; Perú con un 5,3%; Perú con un 6%, Cuba con 5% y República Dominicana con 4%. Estos nueve países son los de mayor magnitud. De los 33 países examinados, 28 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 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 febrero del año 2023 a febrero del año 2025. 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

VIII CONGRESO CELAC – UE DE EDITORES
DE MEDIOS



VIII CELAC – EU MEDIA
EDITORS CONGRESS

MÉXICO



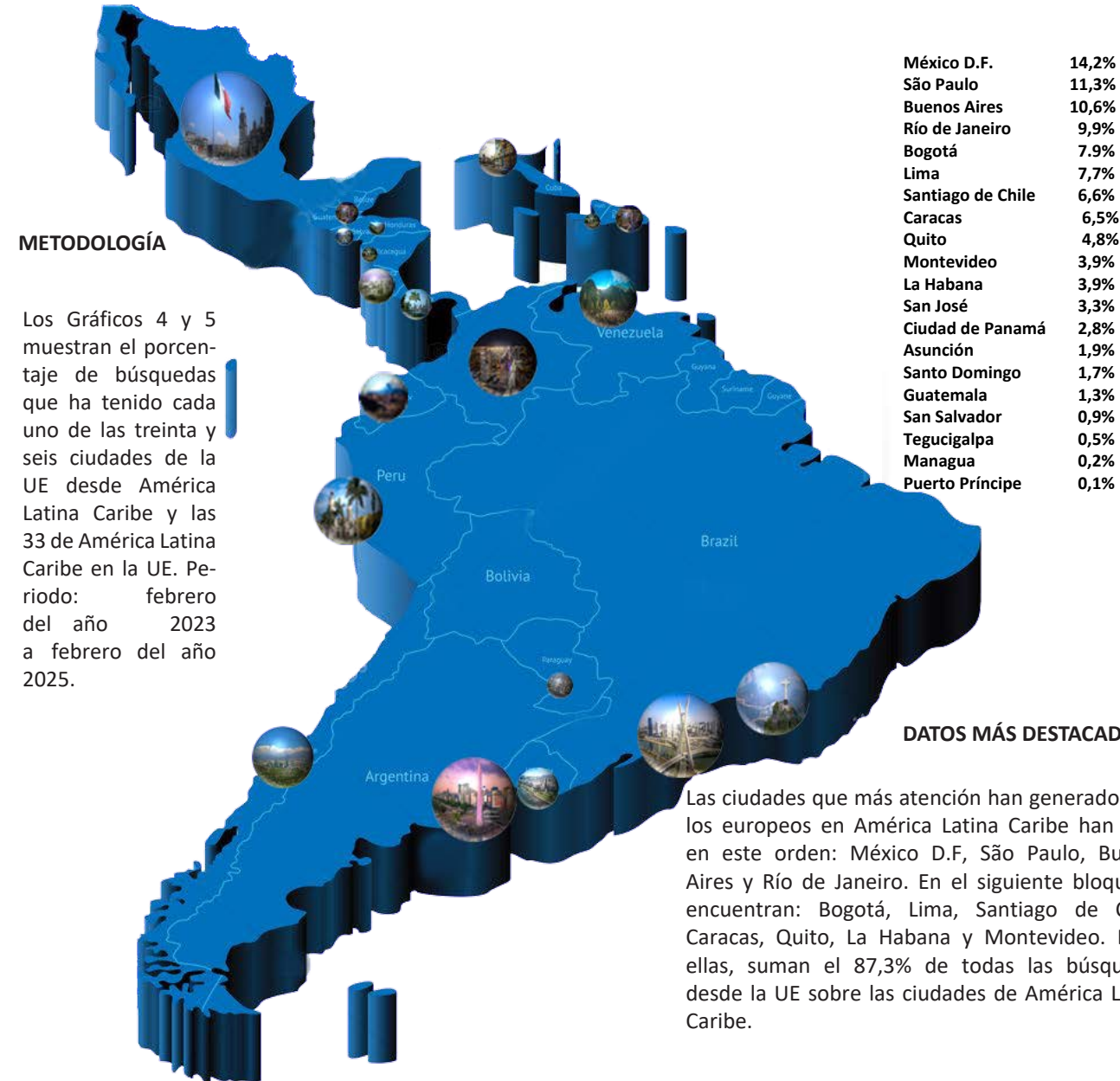
2.4. Frecuencia con que aparecen las principales ciudades de la UE desde América Latina Caribe



DATOS MÁS DESTACADOS

Hay tres ciudades de la UE que concentran especial atención de América Latina Caribe: Madrid (25,5%) , París (13,7%) y Roma (10,6%). En un segundo escalón, por debajo del 10%, se encuentran: Berlín con un 8,9%, Londres con un 13,3% y Barcelona con un 12,6%. Seguidas se encuentran: Berlín, Lisboa y Milán. 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.

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 treinta y seis ciudades de la UE desde América Latina Caribe y las 33 de América Latina Caribe en la UE. Periodo: febrero del año 2023 a febrero del año 2025.

DATOS MÁS DESTACADOS

Las ciudades que más atención han generado para los europeos en América Latina Caribe han sido, en este orden: México D.F., São Paulo, Buenos Aires y Río de Janeiro. En el siguiente bloque se encuentran: Bogotá, Lima, Santiago de Chile, Caracas, Quito, La Habana y Montevideo. Entre ellas, suman el 87,3% de todas las búsquedas desde la UE sobre las ciudades de América Latina Caribe.

CAPÍTULO 3

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.

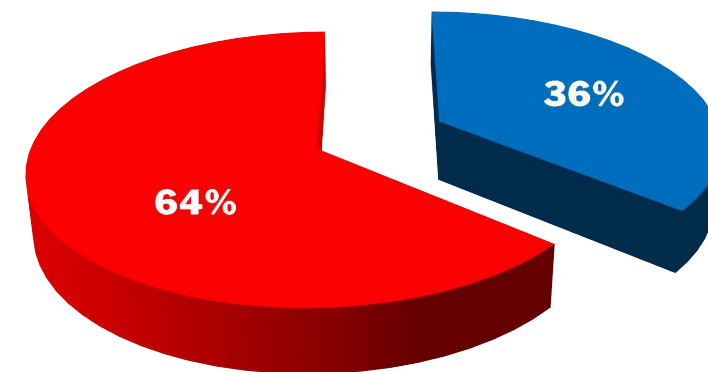
Datos destacados del Capítulo

- España es el país que tiene más presencia en las noticias de América Latina Caribe, con un 28,5% del total. En segundo lugar, entre el 15 y el 12%, aparecen Francia, Alemania e Italia.
- México, con un 16,3% y Brasil, con 15%, 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, Economía y Política y Relaciones Internacionales.
- 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 19% y Seguridad con un 15%.
- 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 2023/25

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



28,5

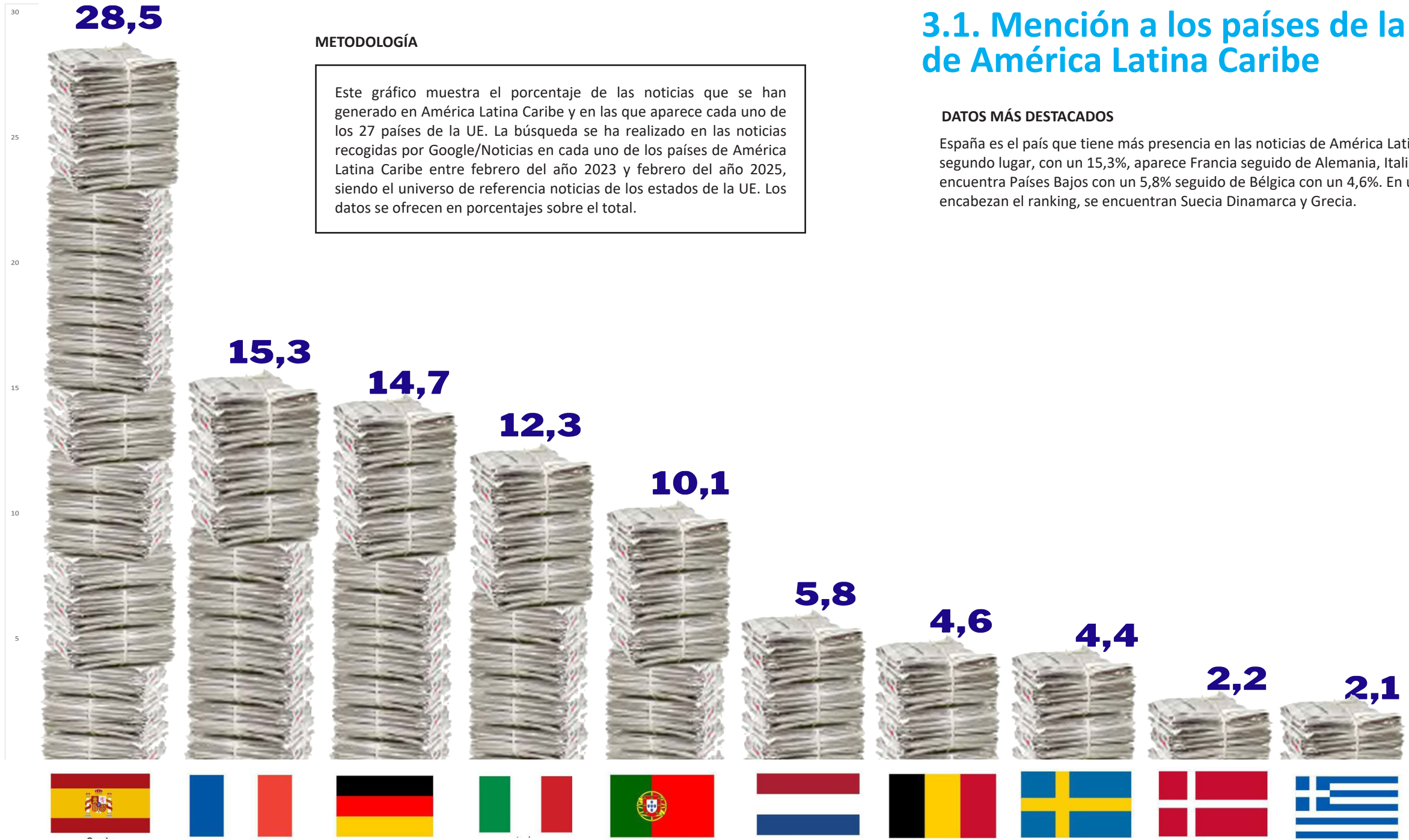
METODOLOGÍA

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 27 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 febrero del año 2023 y febrero del año 2025, siendo el universo de referencia noticias de los estados de la UE. Los datos se ofrecen en porcentajes sobre el total.

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 28,5%. En segundo lugar, con un 15,3%, aparece Francia seguido de Alemania, Italia y Portugal. En sexto lugar, se encuentra Países Bajos con un 5,8% seguido de Bélgica con un 4,6%. En último puesto de los 10 que encabezan el ranking, se encuentran Suecia Dinamarca y Grecia.





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 febrero del año 2023 y febrero del año 2025, 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.

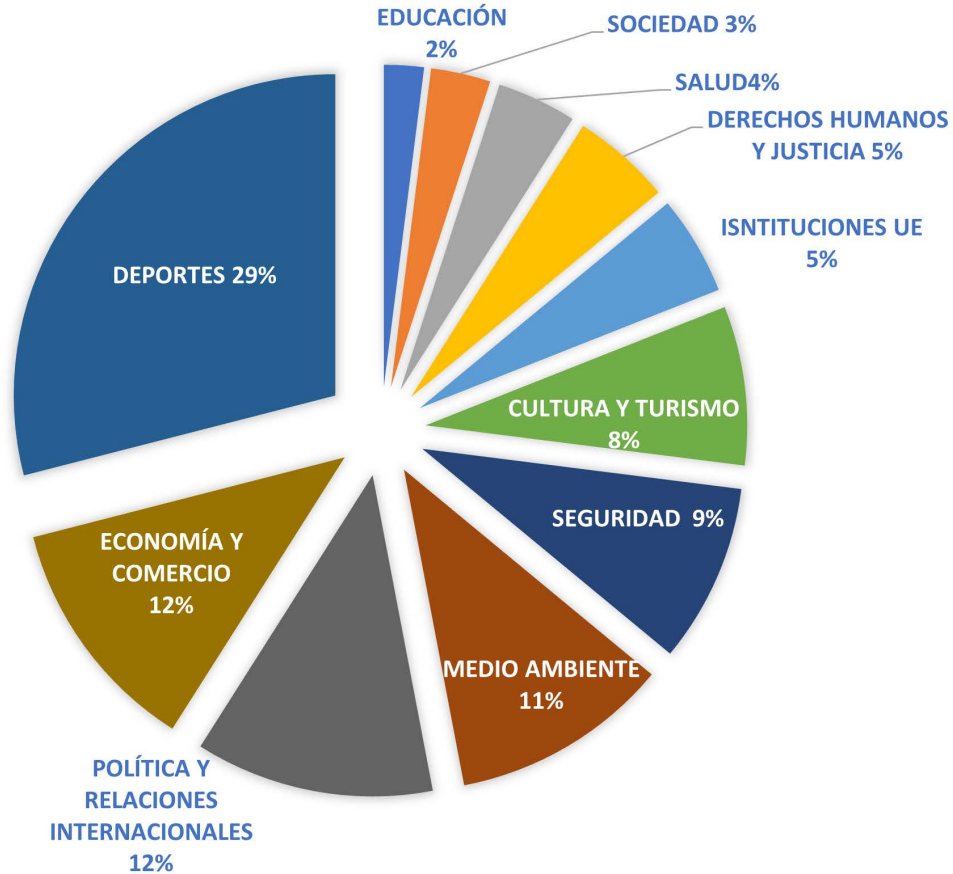
DATOS MÁS DESTACADOS

México con 16,3%; Brasil con 15%; Argentina con un 14,2%, Colombia con un 12,5% y Chile con 11,5 son los países más mencionados en las informaciones sobre América Latina en la UE. Conforman un segundo escalón entre un 10% y un 5%: Perú, Venezuela, Cuba y El Salvador. Y en un tercer escalón por debajo del 5% está Uruguay..

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

DATOS MÁS DESTACADOS

El bloque de noticias sobre la UE que más ha interesado en América Latina Caribe ha sido Deportes con un 29%, seguido de Economía y comercio y por la categoría Política y relaciones institucionales ambas con un 12%. Junto con Medio ambiente (11%) estas categorías concentran el 64% 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 9%, Turismo con un 8%, Instituciones UE 5%, Derecho Humanos 5%, Salud 4%, Sociedad 3% y Educación 2%.

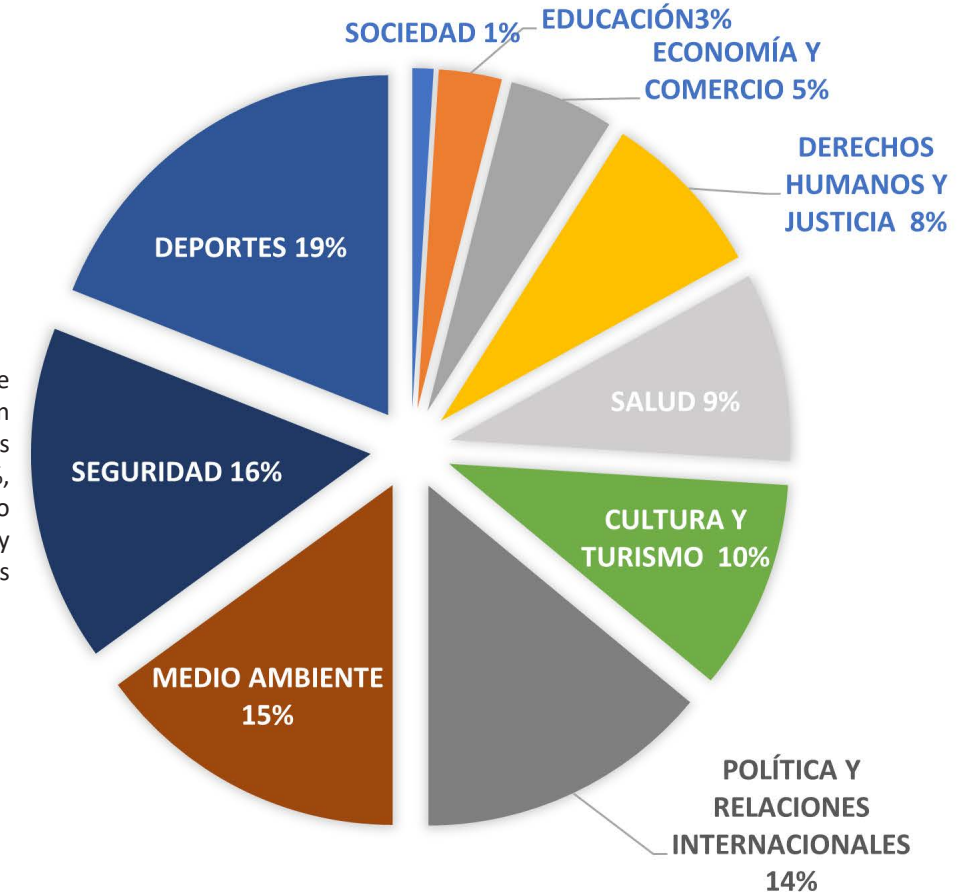


En este epígrafe abordamos directamente los temas de las informaciones sobre la otra región: ¿Qué temas informativos de la UE han interesado más en América Latina Caribe? Lo que, trasladado a la estrategia de este estudio, podría traducirse en: dónde han puesto el foco de interés para mirar la UE los 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 19%, Seguridad con un 16%; y Medio ambiente con un 15%. En cuarto y quinto lugar Relaciones internacionales y Turismo con un 14% y 10%.



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 febrero del año 2023 y febrero del año 2025.

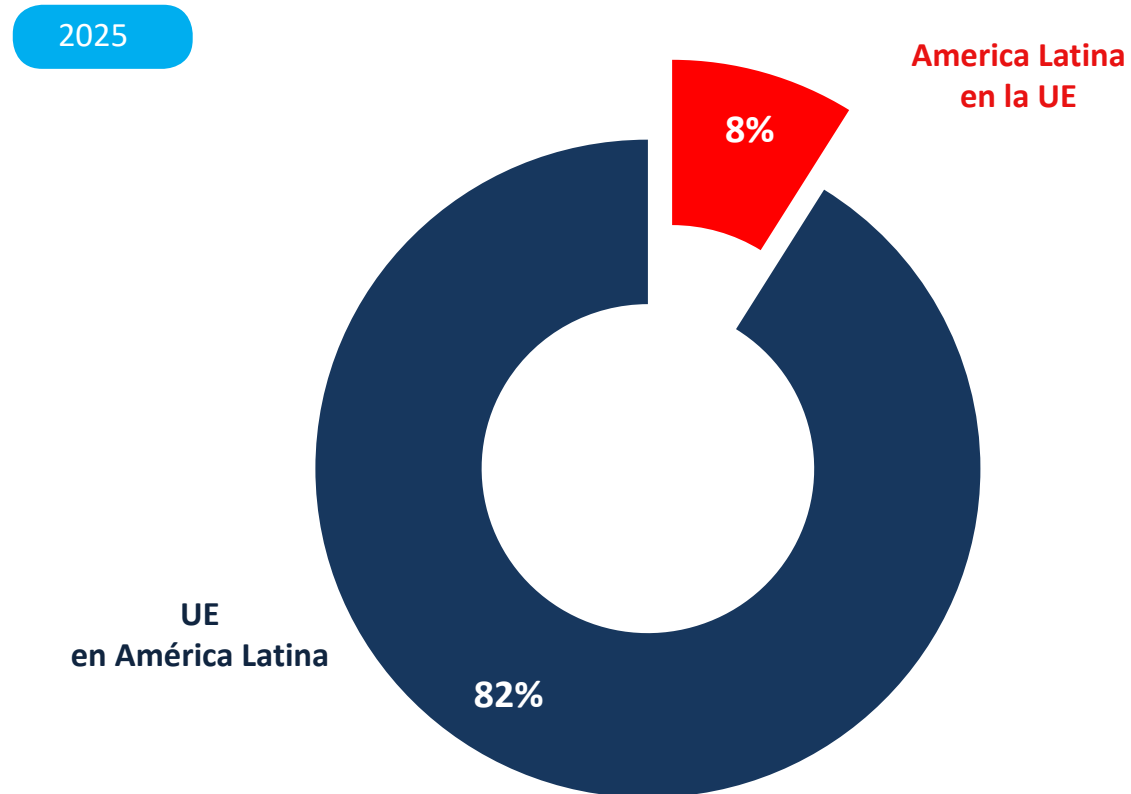
3.5. Grado de cristalización en los medios de comunicación de las entidades UE y América Latina Caribe

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 febrero del año 2023 y febrero del año 2025.

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.



28%



19%



17%



15%



7%



6%



4%



2%



1%



1%



CAPÍTULO 4

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

DATOS MÁS DESTACADOS

El líder europeo más mencionado en las noticias de los países de América Latina Caribe ha sido el Presidente de España, Pedro Sánchez, con un 28%. El segundo lugar lo ocupa el Primer Ministro francés Emmanuel Macron con un 19%.

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 febrero del año 2023 y febrero del año 2025.

24%



20%



15%



13%



7%



6%



6%



5%



3%



1%



DATOS MÁS DESTACADOS

El líder más mencionado de América Latina Caribe en las noticias de los Estados de la UE ha sido el presidente de Argentina Javier Milei con un 24%, seguido por Claudia Sheinbaum con un 20%. El tercer puesto lo ocupa el presidente salvadoreño Nayib Bukele (15%), muy igualado, el mandatario brasileño, Luiz Inacio Lula da Silva (13%). Después, les siguen Nicolás Maduro, Santiago Peña, Gabriel Boric y Gustavo Petro, todos ellos en torno al 6%.

4.2. Presencia de los líderes políticos de ALyC en las noticias de la UE

METODOLOGÍA

El Gráfico 12 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 febrero del año 2023 y febrerp del año 2025.

