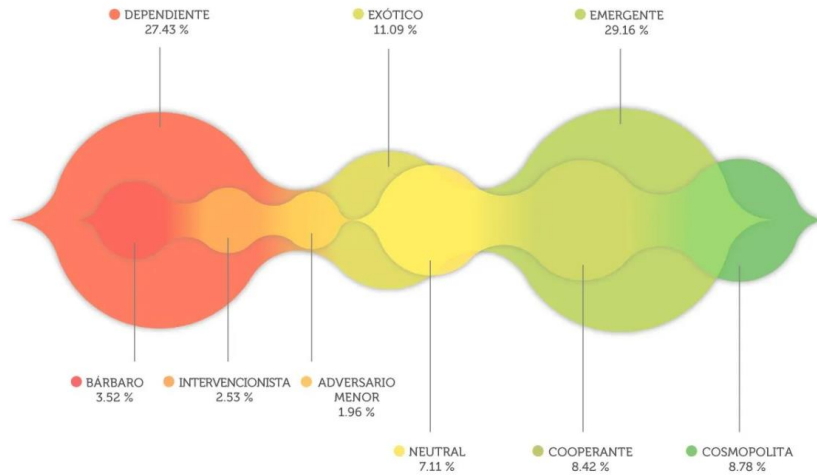


EMERGENTE, DEPENDIENTE, EXÓTICO... MÉXICO ANTE LOS REFLECTORES INTERNACIONALES



Tipologías de percepción de la Imagen de México en el exterior en el periodo 2013-2018.

COMUNICADO DE PRENSA IMAGEN DE MÉXICO EN EL MUNDO EN EL INFORME 2013-2018 ¿Cómo se construyen las imágenes de México y de los mexicanos en el exterior?

Ciudad de México, 07 de septiembre de 2022.

En años recientes, la imagen internacional de México ha sido señalada como una de las preocupaciones centrales que enfrentan la política exterior, el turismo, la inversión, el comercio exterior, la cultura y la movilidad académica internacional. En este contexto, un grupo de académicos especialistas en diplomacia pública y relaciones internacionales, se han dado a la tarea de investigar y cuantificar cómo se han construido las narrativas en imaginarios que representan a México y a sus nacionales alrededor del mundo.

El estudio es un análisis académico que mide los discursos frecuentes relacionados con los hechos y dichos de México en el extranjero. Se analizan 10,372 piezas de información de fuentes cuantitativas y cualitativas del periodo de 2013 a 2018, que ayudan a explicar las formas en que se construyen percepciones, estereotipos, clichés e identidades y que, en conjunto, establecen una *metanarrativa* de México en el mundo. Cabe mencionar que este trabajo no pretende ser una evaluación de la diplomacia pública o las campañas internacionales de comunicación coordinadas por las distintas secretarías de Estado en el periodo. Se trata de un ejercicio basado en una metodología semi-automatizada, que permite a tomadores de decisiones de los ámbitos públicos y privados definir las estrategias de comunicación y promoción con una mirada en las dimensiones realidad política, social, económica y cultural. Es también una herramienta pública para la comprensión de los imaginarios mexicanos en el exterior.

La investigación se basa en una metodología que recopila y monitorea datos ubicados en internet relacionados con la palabra "México" y "mexicanos/as" de distintas fuentes abiertas (indicadores, fotografías, tweets, noticias, secuencias de clic, archivos de registros, Google Trends). Se generaron bases de datos y sistemas de procesamiento de volúmenes altos de información (Smart Data) para ubicar tendencias, patrones y modelos predictivos. A partir de esto, se utilizaron técnicas de aprendizaje automatizado o *machine learning*, tamizados a través de instrumentos teóricos precisos y metodologías provenientes de las Ciencias Sociales, más específicamente, en la política exterior, la diplomacia y las Relaciones Internacionales.

A diferencia del informe anterior (2016), en esta ocasión hemos dado la bienvenida a una pluralidad de voces para pensar el tema de la imagen de México en el exterior, que incluye diplomáticos, gestores, académicos y estudiantes, cubriendo temas y países selectos (45 analistas en total). El proyecto presenta los resultados científicos que han sido financiados por el Instituto de Investigación Aplicada y Tecnología (InIAT) y la Dirección de Investigación y Posgrado de la Universidad Iberoamericana; liderado desde la Ibero por el Dr. César Villanueva Rivas y coordinado por la Mtra. Yessica Rubio en el Desarrollo de investigación y contenidos, también contamos con la contribución especializada de la consultora Mtra. Karina Olivares, en la Evaluación y Metodología, el Dr. Robert Hernández, en la Ciencia de datos, el Dr. José Emilio Quiroz Ibarra, en la Tecnología Aplicada; y la DCG Marcela Landgrave, en el Desarrollo creativo de los productos de divulgación y comunicación.

HALLAZGOS DEL PERIODO

- Las tipologías de imagen país México más importantes en el período analizado, capturando el 67.7% del total de la información fueron: **Emergente, Dependiente y Exótico**.
- Las diez palabras que aparecen con más frecuencia en noticias y tweets, son: *drug, U.S., killed, border, police, people, war, gulf y missing*.
- Los años más positivos para la imagen de México fueron 2016 y 2018, y los negativos 2014 y 2017.
- México se presenta como un país con una economía estable y próspera, pero con divisiones sociales marcadas.
- El sistema político mexicano se proyecta con alta corrupción sin respeto hacia los derechos fundamentales de las mayorías.
- México se percibe como una nación con una enorme diversidad cultural que tiene profundos rasgos de tradición y originalidad ancestral.
- Existen rasgos de una nación exótica, incomprensible para muchos en Occidente y, paradójicamente, atractiva, debido a factores culturales e idiosincráticos propios de su riqueza cultural, clima tropical y su sociedad tan contrastante.
- La percepción exterior más negativa del sexenio fue 2017, cuando la etiqueta de país **Marginal** alcanzó un 29% de piezas informativas.
- La mejor valoración internacional resultó ser 2018, dado que las tipologías de país **Emergente** y **Cosmopolita**, representaron 40.3% en total.
- Desde el análisis de sentimientos de la información de coyuntura (noticias, tweets y fotografías) el año más negativo es el 2014 (63% del total) y el más positivo el 2016 (42%) del total.

En resumen, México fue percibido como una nación en búsqueda de “la modernidad”, enfrascada en la lucha por el poder e incapaz de cumplir metas de largo alcance. Metafóricamente hablando, el estudio sugiere que la imagen del país encarnó al personaje mitológico Sísifo, aquel rey griego que en su tarea de empujar la roca a la cima de la montaña por un fin común, vive un castigo de los dioses griegos ante su ambición egoísta. El frustrante resultado es ver caer la roca de regreso a la base, justo al llegar a la cumbre, con la tragedia de tener que intentar subirla una vez más, en un ciclo absurdo e infinito.

El equipo de Imagen de México en el Mundo actualmente trabaja en la creación de un sistema completamente automatizado para el análisis de los años 2019-2021, en áreas relacionados con la política exterior, turismo y gastronomía mexicana, así como el de México ante los medios audiovisuales.

Más Información:

contacto@imagendemexico.org

www.imagendemexico.org

IMAGEN DE MÉXICO EN EL MUNDO. INFORME 2013-2018

Este es un instrumento pionero en el análisis de datos que circulan por canales digitales, que utiliza herramientas analíticas rigurosas y de vanguardia a fin de tener un mejor entendimiento de la imagen de un país en el contexto internacional. El equipo a cargo desarrolló específicamente el Modelo Analítico de Imagen-País (MAIP®), el Procedimiento de Homologación de Datos para Tipologías de Imagen-País® (HODATIP®) y la Matriz Compleja de Imagen-País® (MACIP®). Para el procesamiento de la información, se usó la teoría constructivista de la Imagen-país, tomando como eje analítico las representaciones de alteridad y acotando la investigación a períodos de observaciones; el primero, de 2006 a 2015, y en esta ocasión, en el informe presentado de 2013 a 2018.

