

Unidad Académica de Derecho y Ciencias Sociales "Lic. Francisco Hernández García", Universidad Autónoma de Tamaulipas, Tamps., México.



ANÁLISIS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES DE MÉXICO Y SU COMUNICACIÓN EXTERNA CON EL SEGMENTO POBLACIONAL MIGRANTE

Institutional analysis of the image of the Secretaría de Relaciones Exteriores of México and external communication with the migrant population segment

Lic. Gilda Gadea-Aldave, alumna del 2do. semestre de la maestría en comunicación.

Correspondencia: ggadeaa@gmail.com

RESUMEN

Este artículo tiene por objeto dar a conocer una parte de los resultados de una investigación mayor que se ha abocado enteramente al estudio de la comunicación externa de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE). Para ello, entre los años 2008 y 2010, se ha realizado una auditoría de comunicación que abarcó el análisis comunicativo del funcionamiento y operatividad de la delegación central de la SRE en México, DF, de su página web (<http://www.sre.gob.mx/>) y folletos informativos de difusión (en este caso específico la *Guía del migrante mexicano*, publicada y difundida por la SRE en 2004), a fin de conocer la imagen proyectada por la institución a su público. Adicionalmente, entre otros numerosos factores, en la investigación se consideró estudiar un segmento de público específico: la población migrante mexicana hacia los Estados Unidos de América, con el objeto de determinar qué grado de influencia, si lo hubiere, posee la referida institución sobre este segmento poblacional, promoviendo o alentando la migración.

El estudio del presente tema se considera relevante en función de que tanto la imagen como la migración son dos temas completamente contemporáneos. Aunque no parece existir conexión entre ellos, ambos conceptos se vinculan a partir del ciudadano. Es este quien, en su percepción y en la captación, o no, de una imagen institucional puede, a partir de sus conductas y actitudes, desarrollar fenómenos con consecuencias sociales y económicas de repercusión nacional.

PALABRAS CLAVE: comunicación, imagen, Secretaría de Relaciones Exteriores.

ABSTRACT

This article aims to present some of the results of a larger investigation that has focused entirely on the study of external communication of the Ministry of Foreign Affairs (SRE). To do this, between 2008 and 2010, there has been a communication audit that included communication performance analysis and operation of the central delegation of the SRE in Mexico City, its website (<http://www.sre.gob.mx/>) and bro-

chures for distribution (in this specific case of Mexican migrant Guide, published and disseminated by the Ministry of Foreign Affairs, 2004), in order to meet the projected image of the institution to its public. Additionally, among numerous other factors, the investigation established to study a specific audience segment: the Mexican migrant population to the United States of America, in order to determine what degree of influence, if any, that institution has in this population segment through promoting or encouraging migration.

The study of this topic is considered relevant in terms of both image and migration which are two completely contemporary issues. Although there seems no connection between them, both concepts are linked from the citizen. This is his perception that could uptake or not of a corporate image from their behaviors and attitudes to develop a phenomena with social and economic consequences of national impact.

KEY WORDS: communication, image, Ministry of Foreign Affairs.

INTRODUCCIÓN

Es necesario, antes de introducirse por completo en el estudio, realizar unas definiciones teóricas preliminares con la intención de perfilar nuestro objeto de estudio. Dado que la presente investigación se basa en el estudio de la comunicación externa de una institución mexicana, a fin de analizar su imagen proyectada y estipular de qué forma impacta en el plano social, lo apropiado sería definir todos los parámetros involucrados. En un primer intento de acercamiento a la definición de institución podemos citar lo que, según Heffron (1989), son las bases de una institución: "Institución es toda organización humana en la que varias personas, a partir de unos principios configuradores y bajo una estructura concreta, coordinan diversas actividades para lograr determinados fines en el ámbito de una entidad social superior; a la que sirve y proporciona cohesión y paradigma". Una institución no solo realiza el fin para el que fue creada sino también "contribuye a instruir el conjunto de la sociedad" (Lucas Marín, 1996).

Gracias a la herencia que pervive en cada institución, se vierten un conjunto de significados a la sociedad y, por lo tanto, a cada generación nueva que se desarrolla en la misma para explicar la identidad y el destino de las sociedades. Esto es porque las instituciones permanentemente comunican, aun cuando no estén comunicando. En este sentido, “la comunicación institucional es una serie de mensajes que voluntariamente, o no, emite toda institución” (Cancelo, 2006). A tenor de ello, Capriotti (1999) aporta una definición sencilla: “La comunicación corporativa es la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos. Todo lo que dice de sí misma”. Dentro de la comunicación institucional puede referirse exclusivamente a *comunicación externa*, a la comunicación que se da unilateralmente desde la institución hacia la sociedad (no debe olvidarse que existe también la *comunicación interna* y es la que tiene lugar dentro de la institución, estableciéndose entre la institución misma y sus miembros). Los objetivos de la comunicación externa son favorecer la creación de una imagen positiva de la entidad, ser legitimada por la sociedad, fortalecer las relaciones con sus públicos externos y mantener informada a la sociedad de sus acciones. La comunicación externa realiza el papel de construir una imagen fiel y positiva de la organización. Estas relaciones con los públicos externos, como dice Villafañe (1999), van desde “las relaciones con los medios hasta actos en los que se dirigen directamente a sus consumidores”.

Todo acto de comunicación externa genera directamente una imagen de la institución en la sociedad en la que está inmersa. Capriotti (1999) señala que: “La imagen es una representación mental, concepto o idea que tiene un público acerca de una empresa, institución, marca o producto”. El concepto de imagen corporativa se relaciona con el prestigio y el reconocimiento social que tenga la institución. La actuación de la institución que pueden percibir los diferentes públicos puede ser tan beneficiosa para la organización que se genere de la misma una imagen de organización modélica por su servicio a la sociedad.

Considerando todo lo anterior, se estudiará la imagen de la SRE a fin de determinar si alienta la migración hacia los Estados Unidos de América, tomando, entre otros factores, como base de análisis una publicación realizada por la institución, denominada *Guía del migrante mexicano* (GMM), en la cual enseña y asesora con consejos prácticos para lograr cruzar el río Bravo de la frontera norte sin inconvenientes. La GMM se encuentra actualmente en vigencia; no obstante, a inicios de agosto del año corriente se ha valorado su cancelación definitiva: “El análisis que la SRE hará para volver a imprimir, o no, el documento será con base en las consecuencias que tenga en la población. Por ejemplo, que se haya evitado el número de muertes, riesgos en la frontera o disminución de atención consular” (Gómez, 2011).

METODOLOGÍA

Por tratarse de una investigación mixta, es decir, de campo y descriptiva, se ha aplicado una triangulación de instru-

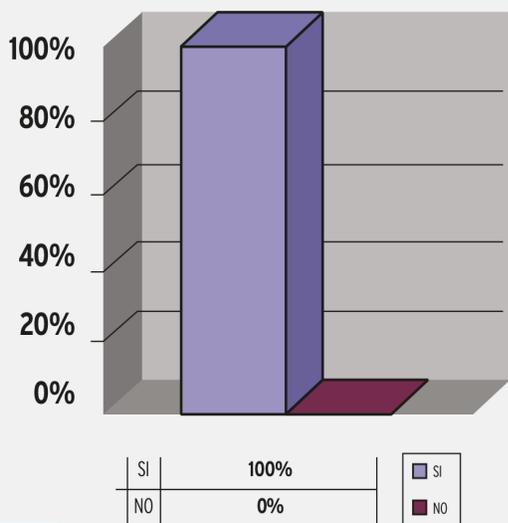
mentos a fin de recoger información de carácter cualitativo y cuantitativo. En la investigación se utilizaron los siguientes instrumentos metodológicos: encuestas escritas, dirigidas, individuales, unidas, de análisis; cuestionario de preguntas abiertas; cuestionario de preguntas cerradas; entrevistas de preguntas mixtas; observación directa no participante; observación indirecta; observación oculta; observación histórica; observación dinámica; observación controlada; observación natural; experimentación; revisión de la literatura (según tipología de fuentes documentales de creación propia). Asimismo, estos instrumentos fueron aplicados a diferentes grupos poblacionales: ciudadanos de Ciudad Victoria, ciudadanos usuarios de la SRE, ciudadanos migrantes que retornaron al país, ciudadanos familiares de migrantes, y específicamente en la aplicación de entrevistas, especialistas en comunicación institucional en la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México, y la Universidad de Málaga, España.

En este artículo se tomarán solamente, por la lógica limitante del espacio, algunos instrumentos metodológicos a fin de exponerlos y valorar su resultado, reduciendo significativamente los instrumentos metodológicos a encuesta y cuestionario; no obstante, se mantienen intactos los valores numéricos (muestra y tabulación de datos), por lo que los resultados arrojados en las conclusiones son determinantes. Para ello se utilizó una muestra total, considerando todos los segmentos poblacionales enunciados, de 583 personas, derivada de una selección de muestra aleatoria simple de 280 ciudadanos de Ciudad Victoria, Tamaulipas; una muestra no aleatoria intencional de 100 ciudadanos usuarios de la SRE; una muestra no aleatoria intencional de 100 ciudadanos migrantes; una muestra no aleatoria intencional de 80 ciudadanos familiares de migrantes; y una muestra no aleatoria intencional de 3 especialistas en comunicación institucional. A continuación se detallan los instrumentos seleccionados para este artículo, que involucran las cuatro primeras muestras:

- I. Encuestas escritas, dirigidas, individuales, unidas, de análisis (aplicadas a ciudadanos usuarios de la Secretaría de Relaciones Exteriores).** Esta encuesta tiene por finalidad realizar una primera aproximación al objeto de estudio relacionado con la SRE, de tal forma de poder abordarlo posteriormente con otros instrumentos metodológicos (tabla 1).
- II. Cuestionario de preguntas abiertas (aplicado a ciudadanos usuarios de la SRE).**

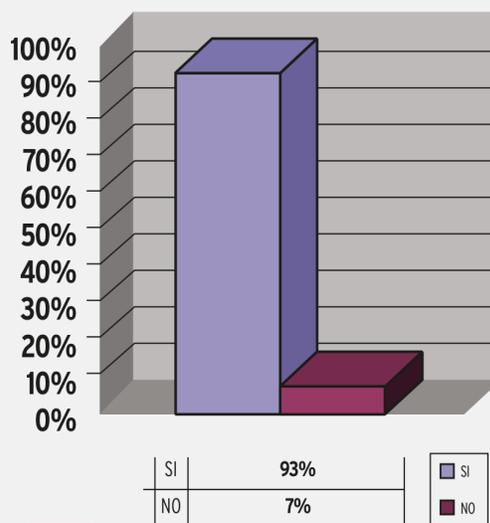
1. ¿Ha solicitado alguna vez información en la SRE para ingresar a

TABLA 1	SÍ	NO	NS/NC
1. ¿Conoce usted la SRE?			
2. Como ciudadano, ¿hizo uso de la SRE?			
3. ¿Cree que hay problemas a mejorar en la SRE?			
4. ¿Cree que la SRE goza de buena imagen?			
5. ¿Piensa que la SRE hace una labor eficiente?			
6. ¿La SRE le inspira confianza?			



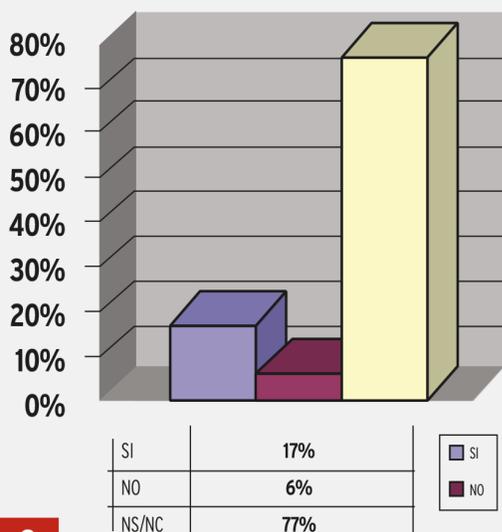
1

¿Conoce usted la SRE?



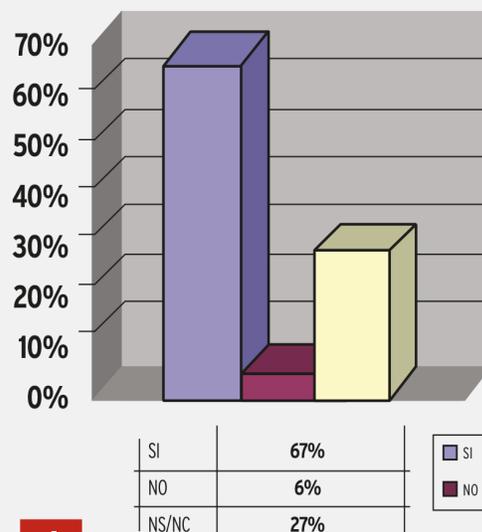
2

Como ciudadano, ¿hizo uso de la SRE?



3

¿Cree que hay problemas a mejorar en la SRE?



4

¿Cree que la SRE goza de buena imagen?

- Estados Unidos?
- ¿Cuál considera que es el principal motivo por el cual existe un alto número de inmigrantes indocumentados en Estados Unidos? ¿Considera de alguna forma esta situación una falla de la SRE de cada país correspondiente?
 - La SRE posee guías de información para los ciudadanos mexicanos que deseen emigrar a Estados Unidos, ¿sabe qué información contienen?

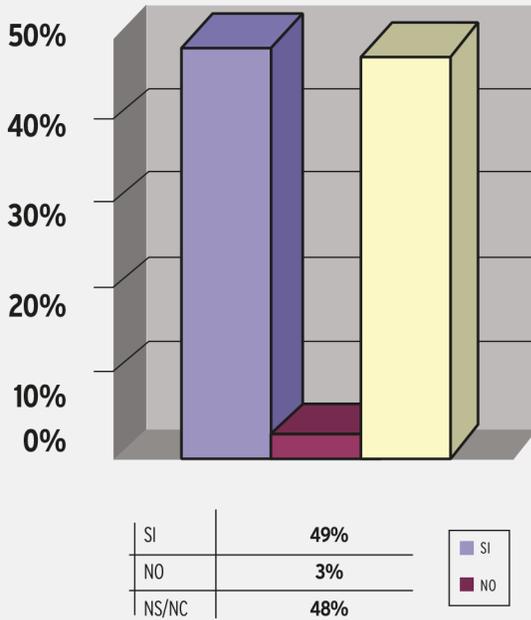
III. Cuestionario de preguntas abiertas

(aplicado a ciudadanos mexicanos de Ciudad Victoria, Tamaulipas).

- ¿Sabe qué es la Secretaría de Relaciones Exteriores y cuál es su función?
- ¿Alguna vez ha utilizado los servicios de esta institución? ¿Bajo qué motivo? ¿Se ha sentido satisfecho con la respuesta de la institución? ...¿Por qué?
- ¿Conoce usted que la SRE ha promocionado una guía informativa para futuros migrantes a EE. UU. que informa cómo cruzar adecuadamente el río Bravo? ¿Qué opina de esto?

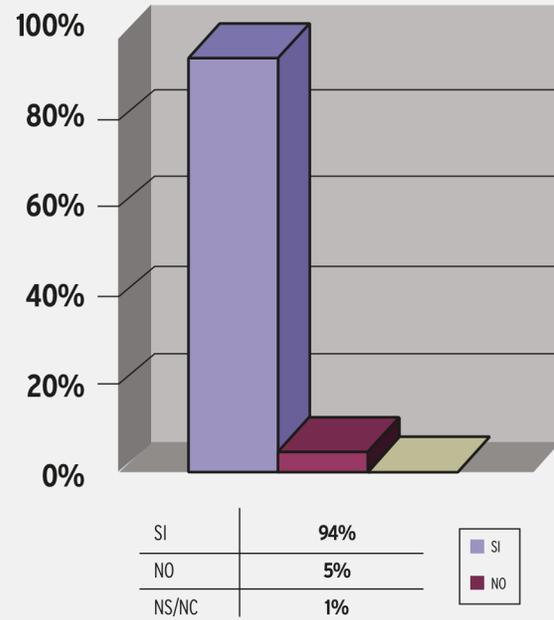
IV. Cuestionario de preguntas cerradas (aplicado en las ciudades de Reynosa y Matamoros, en zonas fronterizas y en la Casa del Migrante en Matamoros a familiares de inmigrantes en los Estados Unidos de América).

- ¿Tiene usted un familiar directo o indirecto en Estados Unidos que actualmente se encuentre indocumentado?
- ¿Averiguó su familiar, antes de viajar a Estados Unidos, qué medios tenía para hacerlo de manera documentada?
- ¿Qué imagen tiene de la SRE?



5

¿Piensa que la SRE hace una labor eficiente?



6

¿La SRE le inspira confianza?

4. La SRE ha desarrollado guías informativas para futuros migrantes indocumentados. Saber esto, ¿modifica la imagen que usted tiene de la SRE? En el caso de sí, ¿positiva o negativamente?

V. Cuestionario de preguntas cerradas (aplicado a ciudadanos migrantes que retornaron al país).

1. ¿Conoce la *Guía del migrante mexicano*?
2. Si la conoce, ¿le fue útil en alguna oportunidad?

RESULTADOS

En este segmento se expondrán los resultados de los instrumentos metodológicos seleccionados para el presente artículo que permitirán la elaboración de las posteriores conclusiones y aportes. El análisis de los resultados obtenidos expone información cuantitativa y cualitativa. La aplicación del instrumento metodológico número I arroja los siguientes resultados (figuras 1-6):

En líneas generales, los ciudadanos mexicanos de Tamaulipas hacen uso regularmente de esta institución, la identifican y están informados de las funcio-

nes que realiza y qué utilidad representa para los usuarios de las mismas. Asimismo manifiestan tener una imagen que se adecua al desarrollo de la institución en particular.

No obstante del uso y del conocimiento de la institución, gran parte de los usuarios coincide en que hay problemas a mejorar. Asimismo, la imagen de la Secretaría de Relaciones Exteriores se percibe entre positiva y mayormente desconocida.

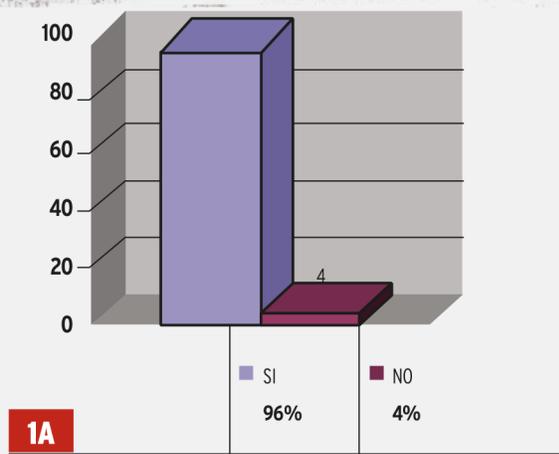
La aplicación del instrumento metodológico número II arrojó los siguientes resultados:

1. El 28 % de los usuarios consultados ha solicitado alguna vez información en la SRE para ingresar a Estados Unidos.
2. Un alto porcentaje, 89 %, coincide en mencionar que el principal motivo por el cual existe un alto número de inmigrantes indocumentados en Estados Unidos es porque es muy difícil cumplir con los requisitos de acceso a ese país. En relación con ello, un 34 % de los usuarios ven esta situación como una falla directa de la institución, mientras que un 66 % no lo considera de esta forma.
3. En relación con las guías de infor-

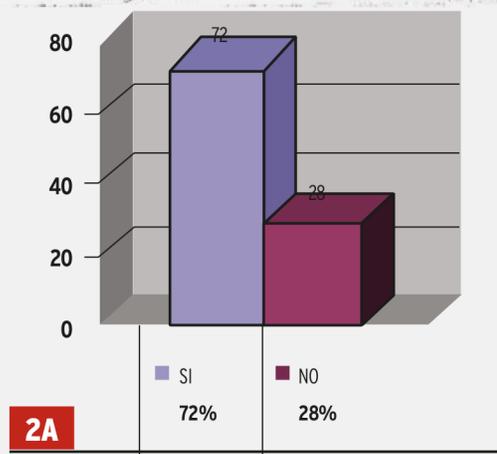
mación para los ciudadanos mexicanos que deseen emigrar a Estados Unidos, un 52 % mencionó saber la información que contienen.

La aplicación del instrumento metodológico número III modificó levemente los porcentajes obtenidos anteriormente. Debe tenerse en cuenta que el cuestionario en esta ocasión se aplicó a ciudadanos no necesariamente usuarios de la institución en cuestión. Este instrumento arrojó los siguientes resultados:

1. Un 63 % de los consultados supo reconocer qué es la SRE y cuál es su función. Por el contrario, un 37 % desconocía por completo sus funciones.
2. Un 37 % de los consultados utilizó algún servicio de la institución. Los motivos expresados fueron: información/obtención de pasaporte 91 %, asistencia en el extranjero 4 %, obtención de nacionalidad 3 %, registro de propiedad 1 %, otros 1 %.
3. Un 45 % dijo estar en conocimiento de la existencia y promoción de una guía informativa para futuros migrantes a EE. UU. que informa cómo cruzar adecuadamente el río Bravo. Respecto a este tema, un 39 % tiene la opinión de que es muy bue-



1A ¿Tiene usted algún familiar en EE. UU. que actualmente se encuentre indocumentado?



2A ¿Averiguó su familiar, antes de viajar a EE. UU., que medios tenía para hacerlo de forma documentada?

no la existencia de la misma, un 42 % considera que debería haber otro tipo de guías, un 10 % no tiene una opinión formada, un 8 % cree que puede ser polémica, y 2 % otros.

Asimismo, la aplicación del instrumento metodológico número IV arrojó los siguientes resultados (figuras 1A-4A):

1. El 96 % de los usuarios consultados tiene familiares indocumentados en Estados Unidos.
2. De los que tienen algún familiar indocumentado en EE. UU. actualmente dijeron que el 72 % de ellos averiguaron qué medios tenían para hacerlo de forma documentada antes de viajar al citado país.
3. El 60 % de los encuestados no tiene una imagen ni buena ni mala de la SRE. Solo el 1 % tiene una excelente imagen. El 28 % tiene una buena imagen, el 5 % una mala y el 6 % pésima.
4. El 60 % de los consultados opinó haber modificado su opinión positivamente de la SRE, al difundir esta una guía informativa para migrantes. Y el 39 % dijo que no la modificó. Solo el 1 % la modificó negativamente.

Por último, la aplicación del instrumento metodológico número V tiene como objeto determinar, si lo hubiera, el intervencionismo de la Secretaría de Relaciones Exteriores en las decisiones personales de los individuos de convertirse en migrantes. Se exponen a continuación los resultados obtenidos:

1. El 44 % de los consultados desconoce la existencia de la *Guía del migrante mexicano*.

2. De aquellos que sí conocen su existencia, el 82 % de los consultados considera que la *Guía del migrante mexicano* le ha sido de utilidad en alguna oportunidad.

CONCLUSIONES

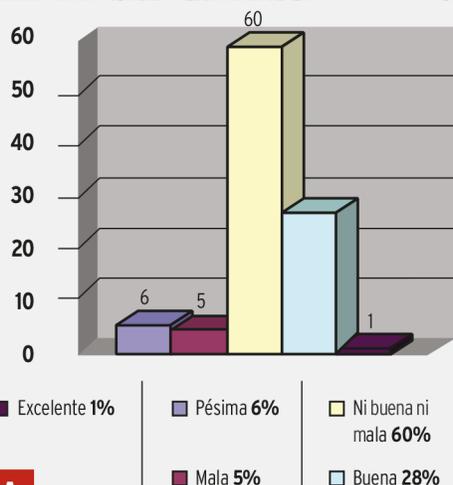
Concluido el presente estudio, se está en posición de afirmar que las acciones institucionales de la Secretaría de Relaciones Exteriores no alientan la profusión de movimientos migratorios de ciudadanos mexicanos hacia los Estados Unidos de América, debido a que existe a priori la intención de migrar por parte de este segmento poblacional. No obstante, es importante determinar que la GMM es una publicación referente entre un segmento de la población migrante. Si bien su publicación ha tenido lugar en el año 2004, se reeditó en varias ocasiones, lo que establece la pauta de su amplia difusión y alcance. En agosto de 2011 la SRE está evaluando la posibilidad de cancelar la impresión de nuevos documentos debido a que el mismo ha despertado críticas y rechazo entre grupos antiinmigrantes y legisladores estadounidenses.

Por otra parte, y respecto a la ciudadanía en general, si bien la denominada *Guía del migrante mexicano* (para la revisión se utilizó el formato físico, no obstante puede consultarse en línea: Secretaría de Relaciones Ex-

teriores, 2005) arrojó resultados dispares en cuanto a la opinión de los ciudadanos referente a la publicación de la misma, se ha observado que esto no merma la imagen positiva proyectada hacia la ciudadanía en general. Se requiere un continuado y sostenido mal proceder institucional para crear una imagen institucional negativa. Asimismo, no debe dejar de considerarse que un alto porcentaje ha considerado útil tal información, por lo que no solo cabe tenerla en cuenta, sino también preguntarse si la SRE segmenta su información en función de sus públicos meta.

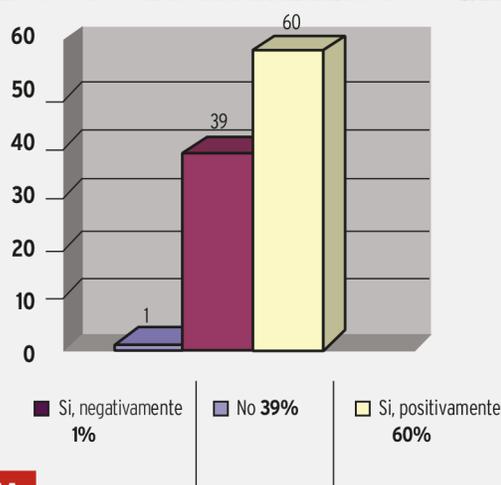
Independientemente de esta discrepancia, la ciudadanía consultada concuerda en que la buena imagen institucional, actualmente percibida por parte de la sociedad, de la Secretaría de Relaciones Exteriores es debida en mayor medida a los antecedentes históricos de la institución y al correcto mantenimiento de esa imagen en la actualidad.

La comunicación institucional asertiva es fundamento primordial para el buen funcionamiento y pervivencia de la institución en el marco de la sociedad en la que está inmersa. Los ciudadanos integrantes de una sociedad se forman una imagen institucional como consecuencia directa de las acciones derivadas de las propias instituciones y la interpretación de estos hechos por parte de terceros.¶



3A

¿Qué imagen tiene de la SRE?



4A

La SRE difundió una guía informativa para migrantes indocumentados. Saber esto, ¿modifica la imagen que usted tiene de la SRE?

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cancelo, M. (2006). *La comunicación en organizaciones no gubernamentales: modelo de comunicación social*. Málaga: Ayuntamiento de Málaga.
 Capriotti, P. (1999). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona: Ariel.

Gómez, N. (2011). "Evalúa SRE si cancela la "Guía del migrante", en *El Universal*, 8 de enero de 2005. [En línea]. Disponible en http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=19243&tabla=primera. Fecha de consulta: 30 de agosto de 2011.
 Hefron, F. (1989). *Organization theory*

and public organizations, the political connection. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
 Lucas Marín, A. (1996). *La comunicación en empresas y organizaciones*. Barcelona: Bosch.
 Secretaría de Relaciones Exteriores. (2004). *Guía del migrante mexicano*. México: SRE.

Secretaría de Relaciones Exteriores. (2005). *Guía del migrante mexicano*. [En línea]. Disponible en: http://www.cfi.org/htdocs/legislative_issues/federal_issues/hot_issues_in_congress/immigration/mexican-booklet.pdf
 Villafañe, J. (1999). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide.

