



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

ARAGON

**“Afectación de la imagen de México en
la prensa canadiense a raíz de la
violencia en México 2006- 2012”**

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES

PRESENTA:

ABRAHAM RAMOS SERRATOS

ASESORA: LIC. BRISEYDA PIEDRA AGUIRRE

MÉXICO 2013



FES Aragón



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Escribir este documento y llegar a esta etapa de mi vida no es un esfuerzo individual, pues hay personas detrás de mí a las cuales tengo que agradecerles, pues me ayudaron a tener la energía y la habilidad para realizar esta tesina. Hay muchas formas para honrar a estas personas por sus esfuerzos, es por eso que pensé hacerlo en diferentes idiomas expresando así mi gratitud.

A la cabeza de la lista, está por supuesto Dios quien en todo momento me ha brindado de su amor, su presencia, su cuidado, su sabiduría y también la confianza para descansar en Él en toda circunstancia que traiga a mi vida, sabiendo que en Él soy más que Victorioso. *Toda raba!*

Mi padre es el siguiente en la lista, Abraham Ramos Pacheco, quien ha sido siempre mi apoyo y ejemplo a seguir en todo momento y que desde mi niñez me brindó una educación diferente, basada en valores y principios de la Fe cristiana los cuales me han llevado a lograr muchos de mis anhelos. *Thank you!*

A mi madre: Graciela Serratos Torres, quien siempre ha velado por mí, en quien encuentro a una amiga, la que en todo momento ve por mi bienestar, la que me lleva en sus oraciones, la que me consiente y me llena de risas. *Obrigado!*

Mi hermana mayor M. Lizbeth Ramos, quien me ha impulsado y ayudado en todo momento a cumplir mis sueños y en la que puedo confiar en todo momento pues sé que siempre me extenderá su mano para ayudarme. *Danke schön!*

A mí segunda hermana Marlem Power quien me brindó una nueva perspectiva al ayudarme a atravesar fronteras y a creer en el “sí se puede”, a soñar en cosas grandes, a creer en milagros y no rendirse y con quien he compartido en todo momento una relación espectacular. *Merci beaucoup!*

Al resto de la familia: cuñados, sobrinos, tíos, tías, abuelos y primos con los que he compartido momentos de todo género, y me han alentado a destacar y quienes me han tenido en sus oraciones hacia Dios para que yo pueda alcanzar todas mis metas. *Arigato gozaimasu!*

Para Andrew Frederick y Billie Jo Easterbrook mis amigos en Canadá por ser quienes me abrieron las puertas en aquel país y creyeron en mí aun sin conocerme, y en los cuales he encontrado a unos amigos que traspasan toda frontera territorial y de lenguaje. *Grazie!*

Mis excelentes amigos Donald Dale Robertson y Familia en Canadá quienes confiaron en mí en todo momento y con quienes pude compartir momentos felices y donde tuve el privilegio de perfeccionar el idioma inglés, así como el surgimiento de la idea del ahora mi tema de tesina. *Tapadh leibh!*

Dos personas muy especiales Mimí y Gris quienes han sido mis amigas en todo momento y quienes me han ayudado, se han preocupado por mí, me han aconsejado y siempre están ahí cuando las necesito. *Efharisto poli!*

También a mis amigos durante mi etapa universitaria: Abrahamsito, Berenice, Diana, Gerson, Nallely, Vanessa, Yoana y Yuliana con quienes compartí dentro de las aulas de clases bromas, risas, tensiones, aprendizaje pero sobretodo un mismo ideal: la formación de un pensamiento internacional. *Mamnoon!*

A mi asesora Briseyda Piedra Aguirre, quien también fue mi profesora y me alentó a cumplir el sueño de titularme y en quien he visto a una persona profesional y gustosa por su labor académica, de verdad le estoy muy agradecido por su colaboración para la realización de este proyecto. *Spasibo!*

Y por último a la Universidad Nacional Autónoma de México quien me recibió en sus aulas en donde formó en mi persona otra mentalidad y como consecuente, el haber logrado la Licenciatura en Relaciones Internacionales. Sé también que será para mí un honor a donde quiera que vaya el representar a la mejor universidad de Iberoamérica pues de ella surge una persona profesional que se compromete a retribuir lo que aprendió a su país, a su sociedad y a su familia. *Toa chie! O Xie xie!*

P.D. Los agradecimientos son en idiomas: Hebreo, Inglés, Portugués, Alemán, Francés, Japonés, Italiano, Gaélico Escoses, Persa, Ruso, Griego y Chino.

Índice

Introducción	1
1. La violencia en México	9
1.1 La violencia en México durante el sexenio 2006-2012	11
1.2 Orígenes de la imagen violenta de México en el mundo	16
1.3 Violencia a canadienses en México 2006-2012.....	20
2. Afectación en la opinión pública canadiense ante la ola de violencia en México a través de la prensa	24
2.1 La prensa canadiense.....	26
2.1.1 La influencia de la prensa en el auditorio canadiense durante el periodo violento en México 2006-2012.....	33
2.1.2 Resultados en la población canadiense por la influencia de la prensa en torno a la violencia en México	41
2.2 Afectación para México.....	46
2.3 Forma de Vida de un canadiense	48
2.3.1 Violencia en Canada	50
2.3.2 Comparaciones de niveles de violencia entre Canada y México	53
3. Estrategias del gobierno mexicano para contrarrestar la imagen de violencia de México en Canada	54
3.1 Programas	55
3.2 Objetivos y descripción de los programas	56
3.3 Resultados de los programas	65
Conclusiones	69
Bibliografía	75
Hemerografía	76
Mesografía	80

Introducción

México y Canadá comparten una amplia relación como vecinos en América del norte y parte fundamental de la actividad de negocios en América Latina y el mundo; el inicio de esta relación se remonta a 1944 cuando se estableció un vínculo de cooperación y lazos diplomáticos, a partir de esto, que las relaciones políticas, económicas y culturales han tenido un desarrollo importante para ambos países.

“Fue en 1994 que entró en vigor el TLC (Tratado de libre comercio de América del norte) entre Estados Unidos, México y Canadá siendo este el punto de crecimiento exponencial en toda relación comercial y de inversión”,¹ lo que propicia que en México operen más de 2500 empresas con capital canadiense, en contraparte el mercado canadiense es parte fundamental de las exportaciones de nuestro país hacia al exterior pues éste es comprador de diferentes productos agrícolas como jitomate, aguacate, plátano, uvas, brócoli, pepino entre muchos otros, derivado a la condición climática y fertilidad de las tierras mexicanas.

Su relación en el ámbito turístico es muy próspera, pues México es el segundo lugar entre los destinos vacacionales de los canadienses por su cercanía y por las playas en las costas de los océanos Pacífico y Atlántico y en la mayor parte del territorio prevalecen condiciones climáticas cálidas que ofrecen a los turistas un ambiente propicio para poder relajarse y olvidar por unos días el frío intenso de su lugar de origen en tiempo de invierno. En 2011, 1.6 millones de canadienses visitaron nuestro país de los cuales la mayoría son personas jubiladas que disfrutaban largos periodos de tiempo en nuestros puntos turísticos. Por el contrario, sólo un poco más de 130,000 mexicanos con posibilidades

¹ Gobiernos de Canadá; “Relaciones entre México y Canadá”, Canadá Internacional en www.canadainternational.gc.ca/mexico-mexique/canmex.aspx?lang=spa&menu_id=62&view=d, consulta 10 de noviembre 2012.

económicas en el mismo año visitaron Canadá, aunado a los 17,000 mil trabajadores agrícolas temporales y a los 10,000 estudiantes que fueron aceptados en instituciones académicas en el Canadá.

Hoy en día estos dos países cuentan con una relación constante y en crecimiento en materia de comercio, seguridad y política, pues en 2010 sus gobiernos firmaron la actualización del Plan de Acción Conjunto México-Canadá 2010-2012, por medio del cual se establecieron cuatro prioridades para la relación bilateral las cuales son: fomentar economías competitivas y sustentables; proteger a los ciudadanos de ambos países; aumentar el contacto de persona a persona; y proyectar la alianza entre ambos países en la región y el mundo.

No obstante la buena relación entre gobiernos de ambos países, desde 2006 la prensa canadiense al igual de la del resto del mundo ha puesto su mirada en nuestro país para mantener informado de manera continua al auditorio de los sucesos que en los últimos 6 años durante el Gobierno de Felipe Calderón en México han acontecido derivado de la puesta en marcha de su plan estratégico denominado guerra contra las Organizaciones Traficantes de Drogas (OTDs) que operan a lo largo y ancho del país pues México es centro del negocio de narcóticos que incluye la producción nacional y las importaciones procedentes de Sudamérica y Asia, y exportaciones que van a Norteamérica, y Europa vía África.

“Los resultados de esta guerra son asombrosos, pero no en un sentido positivo pues hubo más de 60,000 mil muertos en 6 años.”² niveles crecientes de violencia en ciudades como Juárez y Monterrey perdidas en la violencia de las drogas, ataques dirigidos a alcaldes y policías, un despliegue masivo de las fuerzas armadas que ha dado lugar a abusos de Derechos humanos y una disminución en la confianza de los habitantes del país hacia el ejército.

² Mendoza Hernández, Enrique “Cinco años de guerra, 60 mil muertos” Proceso, Núm. 1832, en www.proceso.com.mx/?p=290774, consulta 10 noviembre 2012.

Los crímenes ligados al narcotráfico hacen figurar a algunos Estados de la República y al país mismo en las estadísticas de ser uno de los más violentos en el mundo, provocando con esto los reflectores de la prensa internacional. En el caso de Canadá la prensa ha mostrado claramente al público los hechos reales y sin censura que acontecen en México informando al televidente o radioescucha - día tras día la cuenta de cada uno de los muertos, mostrando con imágenes hechos reales pero que resultan sobrecogedores para el público canadiense, debido a su diferente forma de vivir y cultura.

Las imágenes sangrientas de personas muertas abandonadas, descabezadas, o colgadas en diferentes puntos del país; ha provocado pavor en la población canadiense, lo que ocasiona una visión de México como un país inseguro para poder viajar libremente. A esto se le suma la indignación por las más de 110 muertes de canadienses derivadas de la inseguridad, violencia y delincuencia organizada y que ocurrieron durante este sexenio en nuestro país.³

Lo anterior crea en los canadienses la idea de que los mexicanos también pudiesen ser peligrosos para que emigren hacia su país. Ante toda esta problemática la sociedad canadiense se hace una pregunta ¿Dónde está la falta de tenacidad del gobierno mexicano para poder controlar la situación y poder brindar paz y seguridad a la población Mexicana? Respuesta que es difícil de contestar pues esta lucha en contra de las OTDs cada vez se hace más grande y pareciese que ya ni el mismo gobierno puede tener control sobre esta situación.

Los hechos violentos del sexenio calderonista que hasta ahora han marcado la imagen del país no pueden borrarse de la noche a la mañana, ni de la mente de los connacionales, ni del imaginario de los visitantes extranjeros. La violencia es una problemática que surge desde el principio de las civilizaciones humanas debido a que “El ser humano es conflictivo por naturaleza, pero es

³ Cfr. Platt, Michael; “Attack on Calgary woman in Mexico a familiar refrain for grieving_Albertan” Toronto Sun, en www.torontosun.com/2012/01/23/attack-on-calgary-woman-in-mexico-a-familiar-refrain-for-grieving-albertan], consulta 10 de noviembre de 2012.

violento por educación y cultura;”⁴ ante este razonamiento podemos pensar que el entorno que dio origen a la violencia en México se ha debido a la imposibilidad de los actores políticos y de gobierno mexicanos para lograr acuerdos en el país para erradicar la pobreza e instrumentar una educación y cultura general lo cual pueda traer en la población una economía próspera y el no incorporación de personas en grupos de narcotráfico.

Se puede decir que México es pieza clave del mercado de drogas en el mundo, pues es el distribuidor y la puerta de toda clase de estupefacientes a los territorios de los Estados Unidos y Canadá y a muchos países de Europa, negocio y problema que se remonta a varias décadas atrás y que es rentable para el país pues que a pesar de ser ilegal proporciona a la economía nacional buena parte del PIB derivado a la fuerte demanda por el consumo en los países antes mencionados.

En 2006 México atravesó por unas elecciones presidenciales muy cerradas en resultados dando como ganador al Candidato Felipe Calderón del PAN quien durante su campaña afirmó que el sexenio a representar sería próspero y lleno de empleo sin tomar en cuenta la gran problemática que el narcotráfico representaría dentro de su mandato, después de 11 días de gobierno, el ahora jefe de las fuerzas armadas sacó de los cuarteles al ejército a tomar las calles y dar inicio a la guerra contra las OTDs generando una violencia incontrolable, pues provocó que los grupos atacados formaran nuevas estrategias de operación y que hubiera violencia entre ellos mismos por el territorio y la muerte de miles de personas.

El problema central de esta tesina abarca el periodo comprendido en la administración de Felipe Calderón Hinojosa del año 2006 al 2012 tiempo en el que ante la lucha en contra del narcotráfico México sufrió hechos violentos derivado a la resistencia de los carteles de la droga generando muertes

⁴ Jiménez Bautista, Francisco; “Conocer para comprender la violencia: origen, causas y realidad” *Convergencia, revista de Ciencias Sociales*, en www.redalyc.org/redalyc/pdf/105/10520680001.pdf, consulta 10 de octubre 2012.

diariamente hasta llegar a una cifra de más de 60,000 mil defunciones las cuales fueron cada vez más sangrientas pues vimos titulares de personas descabezadas, mutiladas, encajueladas y abandonadas en plazas y vialidades de las principales ciudades del país; hechos mismos que fueron presentados por los medios de comunicación canadienses a su auditorio generando así una afectación en la opinión pública con respecto a su concepción de México y su cultura, pues conocieron a través de los contenidos de noticias actos de violencia concernientes a connacionales que fueron víctimas en territorio mexicano lo cual genero inseguridad y miedo para realizar todo tipo viaje, trato, o inversión en territorio mexicano.

Ante toda esta problemática y al deseo de limpiar la imagen de Violencia en México en el extranjero el Gobierno de México por medio de la Secretaría de Turismo y Relaciones Exteriores han implementado en Canadá diferentes campañas las cuales tienen como objetivo promocionar a México y atraer al turismo generando condiciones de seguridad para el paseante a pesar de la violencia además de seguir fomentando lazos diplomáticos, culturales, económicos y políticos con el vecino del norte.

La elección del presente tema obedece a la importancia que tiene en el ámbito personal derivado de la experiencia propia al vivir por 2 años en Canadá y convivir con los actores receptores de la información de la violencia en México y su reacción y comportamiento ante el proceso de información en el tiempo preciso del problema. Por otra parte, un estudio de este tipo dará como resultado una visión cercana de cómo es que México es percibido en el extranjero y cómo se ve la problemática que vive este país desde afuera lo que es campo de acción profesional del internacionalista pues es el análisis de los mismos actores y su problemática.

La hipótesis central de esta investigación, consiste en afirmar que hay una afectación de la imagen de México en la opinión pública canadiense derivado del rol que ejerce la prensa al presentar noticias, imágenes, cifras y lo concerniente a connacionales tras hechos de violencia en México.

El objetivo central que se pretende demostrar es que gracias a los medios de comunicación México cuenta con una imagen de inseguridad causada por la violencia ante los pobladores de Canadá y que son muchos los factores influyentes y las desconfianzas planteadas para que una persona decida realizar un acercamiento hacia el territorio mexicano o con sus pobladores; así como:

- Señalar la afectación que ha tenido México ante la presentación de noticias de la ola de violencia en el país, por medio de la prensa canadiense.
- Demostrar que la prensa es parte fundamental para la formación de opiniones los cuales originan que los canadienses tengan inseguridad y rechazo ante los hechos violencia en México.
- Comprobar que los medios de comunicación en todas sus formas de expresión a lo largo y ancho del país presentaron durante el periodo 2006-2012 los sucesos de violencia en México ante su auditorio.
- Señalar el rechazo e indignación de la opinión pública canadiense ante sucesos de violencia a connacionales en México.
- Se pretende analizar los programas de promoción turística en Canadá realizados por el gobierno Mexicano ante la afectación de la imagen de México en el Extranjero.
- Comprender el fenómeno de la afectación de la imagen de México en Canadá a partir de que la diferencia en la cultura con respecto a la violencia.

La presente investigación es de tipo documental ya que las fuentes se encuentran en libros, revistas y sitios de internet, el tipo de estudio es analítico ya que se exponen las razones del porqué de la concepción de la imagen de violencia en México y sus efectos así como de los esfuerzos por contrarrestar dicha opinión. El método utilizado dentro de esta investigación es el inductivo pues analicé datos generales y particulares válidos para llegar a la comprobación de la hipótesis.

En cuanto a la estructura de esta investigación puedo señalar que está constituida por tres capítulos así como de una sección de conclusiones finales y fuentes de consulta, en el primer capítulo abordo el tema de la violencia en México, conceptos y orígenes en nuestro país para el sexenio 2006-2012, así como la violencia perpetrada a turistas canadienses en territorio mexicano durante el periodo estudiado.

En el segundo capítulo presento lo relacionado con la prensa canadiense en cuanto a características, alcances y su influencia en el auditorio, así como la afectación en la opinión pública que provocaron las noticias con un contenido temático relacionado a la violencia en México en cuanto a mexicanos y a canadienses, también explico brevemente la forma de vida de un canadiense su cultura y él porque de la admiración y rechazo ante la ola de violencia en nuestro país, haciendo de esta forma comparaciones entre cifras de violencia entre Canada y México.

En el tercer capítulo abordo las estrategias del gobierno mexicano para contrarrestar la imagen de violencia de México en Canada, menciono los seis programas que entraron en acción al igual que sus objetivos y su plan de acción, y finalmente presento los resultados encontrados de cada uno de los programas implementados.

Capítulo 1. La Violencia en México

Antes de adentrarnos en la revisión de la violencia en México durante el sexenio del presidente Felipe Calderón, resulta conveniente iniciar por definir el concepto violencia.

Cohen y Lazarus (1979) la definen como una forma de manejar el estrés para responder a las demandas internas y externas del individuo expresadas a través del conflicto y del uso excesivo de la fuerza.

Corsi⁶ define a la Violencia, en sus múltiples manifestaciones, como una forma de ejercer el poder mediante el empleo de la fuerza (física, psicológica, económica, política) e implica la existencia de un “arriba” y un “abajo”, reales o simbólicos, que asumen roles complementarios: padre – hijo, hombre – mujer, maestro – alumno, patrón – empleado, joven- viejo.

Sin embargo, una definición exhaustiva no tiene sentido, puesto que la violencia tiene múltiples dimensiones: interna, familiar, de género, social, por mencionar algunas. Además, su definición está en función de lo que es o no aceptable dentro de una cultura y se encuentra sometida a una revisión continua a medida que los valores y reglas sociales cambian. Así, mientras que en el Medio Oriente la ablación⁷ es una acción tradicional y hasta valorada, en nuestro país es un acto de violencia de género.

⁶ Cfr. Corsi, J. (1994); *Violencia familiar: una mirada interdisciplinaria sobre un grave problema social*, Buenos Aires: Paidós.

⁷ La ablación es el acto de extirpar el clítoris para evitar que la mujer sienta placer durante la relación sexual; entre los musulmanes ortodoxos esta práctica se realiza en las adolescentes con el objeto de “prevenir” que tengan relaciones antes del matrimonio.

Volviendo a Corsi (1994) tenemos que la violencia surge, principalmente de una relación de desigualdad, y este sería un elemento en común entre los diferentes tipos de violencia, pues implica que existe un arriba y un abajo, un fuerte y un débil. De esta manera, la violencia física en contra de otro es, básicamente, la expresión del poder; quien ejerce la violencia toma el control de la situación, controla a la víctima y ejerce su poder.

Con esto llegamos a la definición que nos ofrece la OMS de la violencia:

“El uso deliberado de la fuerza física o el poder, ya sea en grado de amenaza o efectivo, contra uno mismo, otra persona o un grupo o una comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones.” (OMS, 2002)⁸

En este mismo sentido, la OMS clasifica a la violencia en tres grupos: violencia dirigida contra uno mismo, violencia interpersonal y violencia colectiva. En el primer tipo tendríamos a los suicidas y las personas que se autolesionan. Por otra parte, la violencia interpersonal incluye a la violencia familiar, la violencia de pareja, la violencia que ejerce una persona contra otra. Finalmente, el último tipo es que manifiesta una persona o grupo de personas que se identifican a sí mismas como pertenecientes a un colectivo que busca lograr algún objetivo, en este último tipo ubicamos a los cárteles, los grupos terroristas y los grupos insurgentes.

Considerando lo anterior, es posible decir que la visión de México como un país violento se inscribe en el tercer tipo de violencia, pues no son los robos comunes, ni la violencia intrafamiliar lo que ha puesto a este país en el ojo del huracán; sino los actos que realizan los cárteles de la droga como respuesta a la guerra que el entonces presidente, Felipe Calderón, lanzó en contra de ellos para abatir la producción y el tráfico de drogas.

⁸ Cfr. OMS, “violencia” en www.paho.org/Spanish/AM/PUB/Violencia_2003.htm, consulta 15 de noviembre de 2012.

1.1 La violencia en México durante el sexenio 2006 - 2012

La crisis de seguridad que aún atraviesa el país, no inicia de la nada, ni tampoco con la declaración de guerra al narco que hiciera el entonces presidente Felipe Calderón; se puede decir que con esa guerra se agravó la situación del país; pero México ya era escenario de hechos violentos continuos, quizá sin tanta saña y quizá no tan seguidos y en tan gran número; pero ya existían señas de una descomposición social aguda, baste recordar los feminicidios de Ciudad Juárez que se vienen sucediendo desde 1993, sin que la prensa les preste la atención debida.

Sin embargo, la sensación de que México se volvió inseguro y violento, percepción que no sólo existe en el extranjero sino en el propio país, surgió en 2006 cuando se inició la guerra contra el narco. El episodio de nuestro tiempo será largamente recordado, como los años donde los mexicanos vivieron una especie de guerra irregular sin poderse referir a una guerrilla, donde se vivía una especie de estado de excepción, sin que hubiese una declaración formal, donde existe una especie de terrorismo, sin que haya ajuste al concepto. Durante diversos meses del año anterior se difundió a nivel nacional la noticia de masacres, casi consecutivas en diferentes partes del país: Tijuana, Ciudad Juárez, Nayarit y Distrito Federal.

¿Cómo llegamos a esta etapa de violencia? No es una respuesta sencilla. Los cárteles de la droga en México asentaron sus reales desde muchos años antes, pero tradicionalmente han tenido sus propios códigos, que no incluían la muerte masiva de personas inocentes, sino ajustes de cuentas entre sicarios y si acaso una que otra muerte como daño colateral en alguna incursión. Sin embargo, en los últimos años hay un aproximado de 30,000 muertes; dándole una dimensión analítica al problema, según cifras oficiales, el 80% (es decir, aproximadamente 25000 personas) han muerto en ejecuciones por relación con el

crimen organizado, y un aproximado de 3000 en enfrentamientos, considerando en ambas cifras a miembros del ejército, policía y por supuesto, narcotraficantes. Esto es alarmante en sí mismo, porque México puede ser vista como una nación de narcotraficantes; pues si los crímenes que se han vivido en los últimos tiempos, incluyendo las ejecuciones masivas, los bloqueos carreteros, las balaceras y demás, son “simples ajustes de cuentas”, debemos considerar entonces que la mayoría de la población pertenece a alguno de los cárteles y son, por ello, víctimas potenciales de sus ajustes.

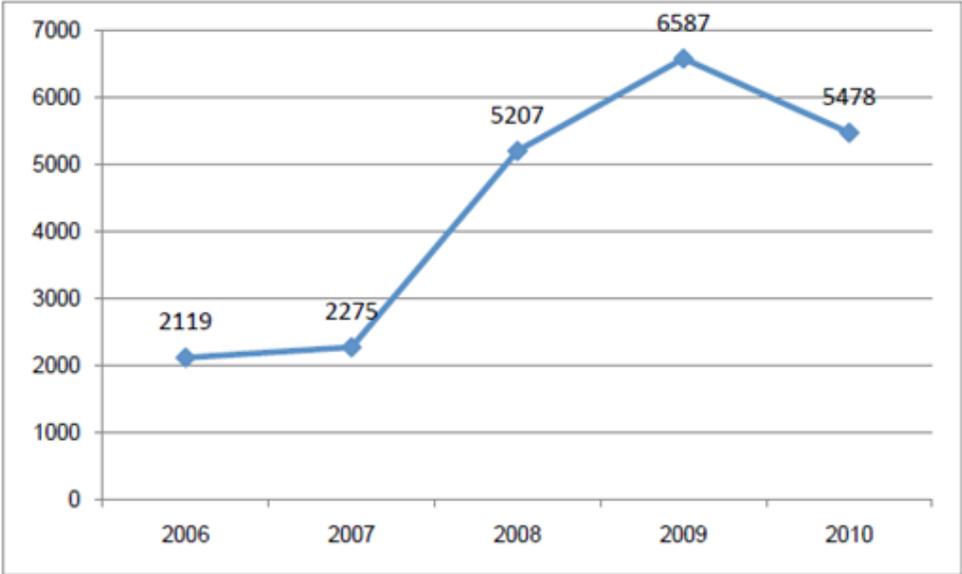
En otras palabras: el problema de las muertes en México no es un problema de guerra urbana, o de muertes provocados entre el gobierno y los cárteles, es un problema de vacío en el Estado de Derecho originado porque las mafias, al no contar con otra forma de solucionar más que con la violencia sus controversias, y ante la certeza de impunidad, convierten el asunto en una elección racional: el homicidio es la opción que maximiza el resultado, es decir, la destrucción de la competencia.

Así, desde el inicio del gobierno de Calderón, hasta mediados de 2009, se volvieron comunes los llamados “levantones” como preámbulo de ejecuciones, que por lo general eran manejadas en discreción, evitando mayor impacto social o mediático, “narco fosas”. En otras palabras, la violencia como simple ajuste de cuentas. Las ejecuciones se han convertido en un fenómeno que ha escalado en magnitud y en grado de violencia y saña por parte de los grupos criminales. A pesar que las autoridades han establecido criterios bajo los que un homicidio intencional puede considerarse como vinculado con la actuación del crimen organizado, no se lleva un registro oficial de “ejecuciones”. Por ello, se ha tomado un conteo de un medio de comunicación, el periódico *Reforma*. Una breve radiografía de este sector muestra un crecimiento en el número de ejecuciones y una escalada en los niveles de violencia y saña que se registra en la forma en la que se realizan los homicidios relacionados con el crimen organizado, que impactan a la ciudadanía. Por otra parte, la inquietud de la población crece cuando

esta violencia y la causa de conductas criminales que acompaña al crimen organizado como el secuestro, trata de personas o la extorsión amenazan a ciudadanos no relacionados con los grupos criminales y cuya victimización se extiende cada vez más, llegando hasta sectores de bajos ingresos.

En la siguiente gráfica 1 se evidencia este crecimiento incesante en el número de ejecuciones, que tan solo en de enero a junio de 2010 ya presenta una cifra que permite anticipar un nuevo registro sin precedentes en el número de homicidios intencionales relacionados con grupos del crimen organizado.

Gráfica 1: Trayectoria Nacional de Ejecuciones



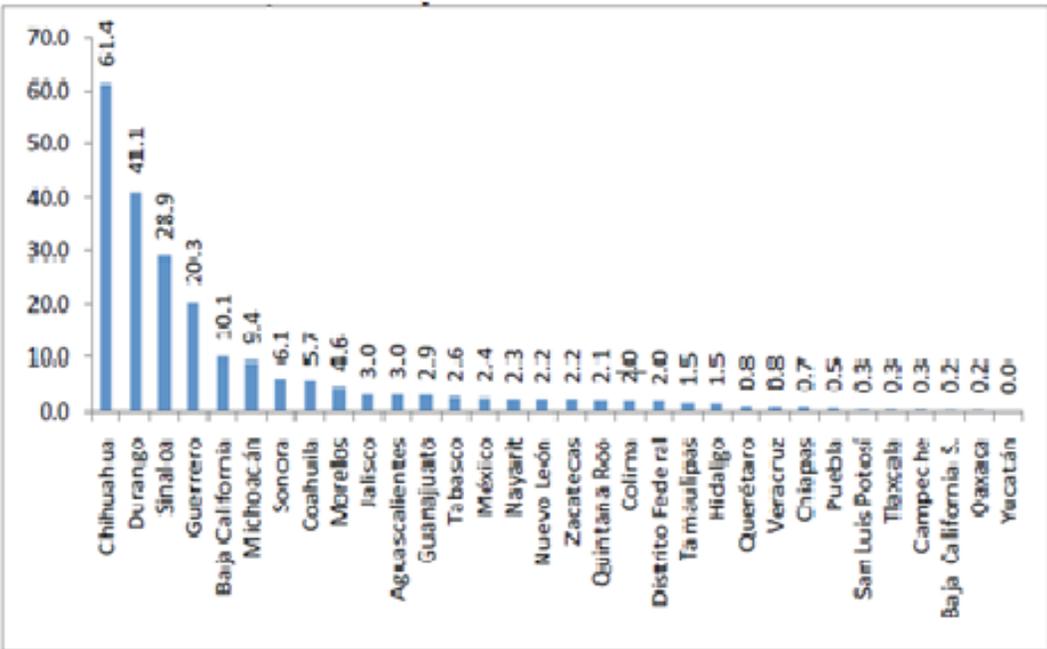
FUENTE: Con Base en información del periódico *Reforma*.

Fuente: Elaboración propia con base en la información del periódico reforma. Datos disponibles en www.sinembargo.mx/02-12-2011/86786, Fecha de Consulta 1 diciembre 2012,

Si bien los criminólogos cuestionan el usar la variable de ejecuciones ya que no se genera sistemáticamente por una fuente gubernamental, a pesar de existir una serie de características enunciadas por la Procuraduría General de la República para clasificar un homicidio intencional como ejecución, así como un

referencias a ellas en los discursos oficiales.⁹ Sin embargo, además de que otros medios de comunicación presentan un conteo cercano (por ejemplo el del periódico *El Universal*) con una variación entre los estados inferior al 5%, es la variable disponible que con mayor claridad ilustra la distribución territorial de la presencia y violencia entre grupos de la delincuencia organizada en el país.

Grafica 2: Ejecuciones por cada 100,000 habitantes



Fuente: Elaboración propia con base en la información sobre el número de ejecuciones del periódico Reforma y proyecciones de población CONAPO-INEGI para 2009

La gráfica 2 da cuenta del exorbitado dato de Chihuahua (con 2,082 ejecuciones en 2009, casi una de cada tres en el país) y la gravedad de este indicador en Durango, Sinaloa y Guerrero. Casi la mitad de las ejecuciones del país se concentran en estas cuatro entidades.

⁹ Por referir un ejemplo, en el diálogo por la seguridad realizado entre el Presidente de la República y académicos en el Casino Militar del Campo Marte, el 4 de agosto de 2010, el Director del Centro de Investigación en Seguridad Nacional informaba que se habían registrado 28 mil homicidios relacionados con el crimen organizado, entre diciembre de 2006 y julio de 2010.

Por otra parte, este fenómeno de las ejecuciones dejó de ser individual y comenzó a manifestarse en colectivo; la muerte siempre ha sido una manera de intimidación, pero en México tomó forma de “marketing” pues la publicidad que la prensa le dio convirtió a las ejecuciones en un código abierto al resto de la sociedad: videos donde se graban ejecuciones, narco mantas acompañando a personas desmembradas o suspendidas del cuello en un puente peatonal, emulando técnicas propias de grupos extremistas islámicos.

Entonces la muerte ya no es sólo ajuste de cuentas, es también una forma de publicidad y los cárteles lo comprendieron rápidamente. Dejaron de hacer las cosas “en lo oscuro” y comenzaron a publicitarse masivamente. Este fenómeno se manifiesta sobre todo en Ciudad Juárez, en Michoacán, en Estado de México, en Veracruz, en aquellos estados donde el narco tiene mayor poder y donde la pelea por el territorio es más acendrada y le dio mayor poder a los grupos del crimen organizado.

Al suceder esto el crimen organizado dejó de centrarse en sí mismo y en su disputa por el territorio y comprendió su poder; por lo que comenzó a ejercerlo en contra del poder público, al que dicho sea de paso no se puede dejar sin vincular al narcotráfico en muchas de sus formas. Sólo que de asesinar policías vinculados a los grupos delictivos, pasaron a otros niveles de autoridad, por ejemplo más de una decena de presidentes municipales de diversos estados han sido masacrados; también el candidato a la gubernatura de Tamaulipas, entre otras figuras políticas. Se presenta abiertamente la muerte de funcionarios como estrategia para la operación libre de los grupos delictivos en las zonas de influencia. Es una etapa donde ya se rivaliza con el poder estatal, pero carente de discurso político o proyecto de gobierno. Una grave proyección presenta el escenario que incluye la muerte de funcionarios de niveles más altos, entre los que se cuentan gobernadores, subsecretarios, legisladores, mando policíacos y militares.

Las ejecuciones han dejado de tener la precisión quirúrgica del pasado. Cuatro acontecimientos por así llamarlos “aislados” daban pie a sospechar la aparición de terrorismo en México: Granadas en Morelia (16 de septiembre 2008),carro bomba en Ciudad Juárez (2010), granada de fragmentación contra civiles en la plaza de Guadalupe, Nuevo León, (2010), granada en Zapopan (octubre de 2010). Pero los últimos acontecimientos, masacres donde han perdido la vida civiles en los últimos días (más de 40 en una semana) nos dan a entender que avanzamos a otra etapa: la de la muerte sistemática de civiles en hechos relacionados bien con ajuste de cuentas, o bien por presiones vinculadas con el pago de prestaciones que a últimas fechas exige el crimen organizado.

La violencia en México es real, no es un invento ni de la prensa, ni de los grupos de izquierda; es un hecho verdadero que tuvo una escalada sin precedentes en el sexenio anterior y que no parece disminuir en el presente. Sin embargo, las percepciones que se han creado en el extranjero, principalmente en nuestros dos vecinos del norte: Estados Unidos y Canadá; sitúan a México en un escenario dantesco, similar a los vividos en países en guerra como Palestina y Siria; lo cual no es real. Como se verá en el siguiente apartado, la percepción de inseguridad y violencia se fue desatando desde inicios del sexenio de Calderón, pero se agravó en el 2010 a causa de otros factores.

1.2 Orígenes de la imagen violenta de México en el mundo

Si bien México se ha tornado un país más violento e inseguro, no se puede negar que lo mismo ha sucedido con otras naciones en el mundo. Sólo que a este país se le había considerado siempre como el país amigo, el de los brazos abiertos, el hospitalario, el país del no pasa nada, hasta que pasó. Y el mayor problema es que pasó en la prensa, es decir, se dio una sobre exposición de los hechos violentos en los medios de comunicación extranjeros, porque para ellos esto era una sorpresa, además, la violencia que inició en el 2006 se aderezó con

unas elecciones consideradas por una gran mayoría como fraudulentas; a esto se añadió una toma de protesta del presidente Calderón en medio de un fuerte dispositivo de seguridad, con la tribuna tomada y con cientos de izquierdistas dispuestos a hacer lo necesario para que se considerara un fraude y se diera la presidencia a quien ellos proclamaban como legítimo presidente Andrés Manuel López Obrador.

Todo este clima político del cual se hizo eco la prensa de todo el mundo, dio el marco para iniciar a considerar a México como un país inestable, en el que en cualquier momento podría desatarse una guerra intestina como resultado de las diferencias políticas. Sin embargo, esto no sucedió; lo que sí pasó fue que se inició una guerra contra el narco que vino a maximizar todo el clima negativo que ya se vivía en el país.

Si bien es cierto que México escaló considerablemente en sus niveles de violencia entre el 2007 y el 2010, de acuerdo con los resultados de los últimos años del Índice Global de Paz, elaborado por el Instituto para la Economía y la Paz, una organización sin ánimo de lucro independiente, que analiza las relaciones entre la economía, la paz y el desarrollo económico. También es cierto que alguna respuesta se debía tener cuando se intenta desmembrar los cárteles de la droga. Claro, el costo civil que ha tenido esta guerra no se justifica bajo ningún motivo, pero se comprende que no iba a salir gratis y que, como se describió en el apartado anterior, esta violencia se convirtió en una especie de marketing de los cárteles, sin que por eso afectara masiva y directamente a la población civil, al menos en un principio.

El índice al que se hace referencia intenta medir qué tan pacíficas son las naciones. México ocupó en 2007 el lugar número 79 en una lista que incluye a 149 países. Tres años más tarde, en 2010, había bajado 28 puestos: llegó al lugar número 107, según los datos publicados en la página de internet del diario *The Guardian*.

México experimentó el mayor retroceso en su nivel de paz entre el año 2008 y el 2009, cuando pasó del puesto 93 al 108 (15 puestos más abajo). En el 2010 tuvo una ligera mejora: subió al 107. El índice usa cinco categorías para identificar los niveles de paz de cada país: muy alto, alto, medio, bajo y muy bajo. México es calificado en la cuarta, "bajo".

El Instituto para la Economía y la Paz¹⁰ toma en cuenta 23 indicadores para elaborar el índice, entre ellos, la expansión del Ejército en el país, la relación con naciones vecinas, los niveles de transparencia, democracia, educación, bienestar social, y respeto a los derechos humanos. Los indicadores son tomados de bases de datos del Banco Mundial y Naciones Unidas, así como de estudios estratégicos. El informe anual del 2011 será dado a conocer el próximo mes de mayo.

La baja en los niveles de paz de México coincide con la llamada guerra del narcotráfico emprendida por el mandatario Felipe Calderón, cuando inició su periodo presidencial en diciembre del 2006. Hasta diciembre del 2010 habían muerto 34,612 personas en hechos violentos, según datos del gobierno federal.¹¹

Cabe mencionar que la presencia del ejército en el país es cada vez mayor, en estados como Michoacán o Veracruz, se ha vuelto común la imagen de patrullas del ejército con tanquetas y camiones blindados, con metralletas y armas de asalto, recorriendo las principales calles de las ciudades o estableciendo retenes para la revisión de vehículos, con la orden de disparar si las personas no hacen alto cuando se les indica, lo que ha derivado en una serie de incidentes en los que han muerto sicarios, pero también civiles que decidieron no hacer alto.

Esta imagen, que en México ya se ha vuelto común, en el extranjero es vista como un signo de inseguridad y violencia extrema, lo que ha llevado a sus

¹⁰ Página oficial del Instituto para la Economía y la Paz, en www.economicsandpeace.org/, consulta 8 diciembre de 2012.

¹¹ CNN-México, "El gobierno de México reconoce más de 3000 muertes violentas desde 2006" en www.mexico.cnn.com/nacional/2010/12/16/el-gobierno-de-mexico-reconoce-mas-de-30000-muertes-violentas-desde-2006, consulta diciembre de 2012.

gobiernos a declarar a México como un país peligroso. Canadá alerta a sus connacionales a no visitar ciertos estados de la República como Guerrero¹² y alertarlos que si lo hacen será bajo su propio riesgo.

El turismo en nuestro país comenzó a decaer, pues los medios de comunicación se han centrado en reportar cualquier acto violento que suceda en México, principalmente los relacionados con el narcotráfico, lo que hace parecer que este país vive una guerra sin tregua en la que cualquiera puede caer muerto como consecuencia de una bala.¹³ Para nadie es una sorpresa saber que las noticias que más se propagan en el extranjero son las relacionadas con el narcotráfico y la violencia.

Esta situación ha generado un clima de inseguridad en los turistas, ya en 2009 se señalaba la falta de infraestructura en tecnologías de la información que repercutían en la inseguridad que se vivía en México. En el índice de seguridad, México fue calificado por el Foro Económico Mundial, con 3.6 puntos en una escala de 1 a 7, lo que lo coloca en el lugar 126 de las 133 economías incluidas en el informe, lo que significa que nuestro país es uno de los peores calificados del mundo.

Las opiniones, testimonios e informes de múltiples operadores turísticos, diplomáticos de países extranjeros y otros actores políticos así lo señalan. Por ejemplo, en marzo del 2009, Eugene Rybiki, vicepresidente de la agencia estadounidense Appel Vacations, en el marco del IX Foro Nacional de Turismo, comentó: “los norteamericanos están pensando dos veces antes de viajar a México”.¹⁴

¹² Estado en el que se encuentra Acapulco, una de las playas más visitadas por turistas extranjeros y que ha sido escenario de violencia.

¹³ Lo cual, dicho sea de paso, tiene una probabilidad menor que la de morir atropellado por un coche.

¹⁴ *Escenarios de violencia e inseguridad en los destinos turísticos*, p. 17

1.3 Violencia a canadienses en México 2006- 2012

En una entrevista realizada el 22 de enero de 2011 al jefe de prensa de la embajada de México en Canadá, Alberto Lozano, éste admitió que nuestro país vive en una violencia extrema, pero sólo en ciertas zonas. Lozano aseguró que la situación en México no está peor que en Colombia o Venezuela, y que la violencia no ha llegado a las zonas turísticas.

“Entiendo la preocupación de los canadienses ante la violencia en México y estoy de acuerdo con ellos, porque en los últimos años ocurrieron alrededor de 20 asesinatos contra canadienses, pero no hay conexión entre el turismo y la inseguridad en México”.¹⁵

Debe destacarse que si bien, Lozano reconoce que desde 2006, cuando empezó el gobierno del presidente Felipe Calderón y la guerra contra los narcotraficantes, la situación se volvió más crítica, especialmente en el norte de México, también destaca que esto no sucede en todas las ciudades del país, ni es mucho menos una guerra intestina. En el transcurso de la entrevista se expuso sobre la situación del país y sobre la violencia que algunos ciudadanos canadienses han experimentado en carne propia:

“Es verdad que la violencia aumentó en el país y sobre todo desde cuando empezó la guerra contra el narco. Lidiamos contra el crimen organizado. No es un problema nacional, sino internacional. Necesitamos cooperación y ayuda de la comunidad internacional para enfrentar este problema que también afecta a Estados Unidos y México. Intentamos enfrentar este problema.

Lamento el caso de Mike DiLorenzo, el jubilado de 69 años, de Vancouver, quien fue herido con bala en la pierna durante un tiroteo en Mazatlán esta semana. Me imagino que no regresará a México el próximo año, aunque espero que sí volverá a México, porque es la única persona que fue realmente

¹⁵ Cfr. Pierre-Marc René, “Turismo canadiense rehúye venir al país”, en www.excelsior.com.mx/2011/01/_22/nacional/706696, consulta 20 de diciembre 2012.

afectada por la violencia en el país. Es solamente una mala experiencia que vivió y que tiene que tomar en cuenta”.¹⁶

Sin embargo, esta no es la opinión de los medios canadienses, el programa *Ontario Today*, difundido en la emisora Radio One, de la CBC, recogió impresiones de canadienses acerca de las noticias que reportaron recientes ataques contra connacionales en destinos mexicanos. Las opiniones eran divididas, pero podía notarse el miedo que comienza a triunfar entre los canadienses, quienes ya no consideran un destino turístico seguro a nuestro país.

Este no fue el único caso de violencia, son varios los casos de asesinatos, asaltos y heridos entre los connacionales de Canadá que hacen que éstos se sientan inseguros de viajar a México. Los principales medios de comunicación de Canadá se debaten desde hace varios días sobre una pregunta: ¿Es seguro México como destino para vacacionar? Pero cuando se dio a conocer el caso de Sheila Nabb y su esposo Andrew, quienes tomaban unas vacaciones en Mazatlán, Sinaloa, el debate se encendió.

Nabb fue atacada y golpeada brutalmente. Duró en un coma inducido a partir de este incidente. Ha reaccionado, pero necesitará una reconstrucción facial completa.

El tratamiento de la prensa sobre la seguridad en México está dividido. Las dos posiciones más antagónicas son las de *National Post* y *The Globe And Mail*. El primer diario ha hecho prácticamente un llamado a los ciudadanos canadienses a no acudir a territorio mexicano, mientras el segundo dice que se trata de un problema de imagen y que las cifras dicen que, del continente americano, México es más seguro que muchos otros países.

¹⁶ *Ibidem*

El tema de la seguridad está no sólo en todos los diarios impresos, sino también en la televisión. Hasta donde se sabe, el embajador mexicano en Canadá, Francisco Barrio Terrazas, quien se fue a principios del sexenio de México por la violencia, no ha fijado una posición. "...Pero los canadienses no tienen miedo de México, a pesar de los lamentos sobre la cuestionable seguridad del país, que está envuelto en un conflicto de drogas. En todo caso, el turismo está creciendo. Los viajeros siguen entrando al país en masa; 1.6 millones de canadienses visitaron México en 2010. Aproximadamente un millón fue en 2009. Sin embargo, la nación bañada por el sol es sacudida por una guerra contra las drogas turbulenta y mortal, que cobró la vida de cerca de 50,000 personas. Los turistas pueden ver la destrucción desde el interior de las paredes de sus resorts de cinco estrellas,"¹⁷ dice el influyente *National Post*. En esta misma publicación señala que hay tres cosas que puede que el canadiense no sepa sobre México primero que tenemos una ciudad que es más mortal que todas las de Afganistán. Segundo que pueden volar hasta allí, pero no deben conducir y tercero que los buques de crucero que atracan en los destinos donde hay carteles de la droga a manera irónica de informarles que si vienen a México saben a lo que se atienen.

Por su parte, el periódico canadiense *The Globe And Mail* afirmó que México tiene un problema de imagen y que México está haciendo todo lo posible para promoverse como un lugar mágico para los turistas que se deleitan con playas bañadas de sol, maravillas arqueológicas y una deliciosa cocina. Pues últimamente los canadienses al escuchar de México, piensan en la guerra contra las drogas y de los cuerpos de policía, jueces y espectadores amontonados en las calles. Piensan en la epidemia de gripe AH1N1 de 2009, que llevó a la prohibición de los viajes internacionales.

¹⁷ Cfr. Sin embargo "Escandaliza en Canadá ataque a ciudadana en Mazatlán: y la prensa debate ¿es México Seguro? en www.sinembargo.mx/25-01-2012/129899, consulta 04 de diciembre 2012.

Este prestigioso medio de comunicación también redactó sobre los hechos que acontecieron en Mazatlán con la Turista canadiense Nabb muerta textualmente dice: “Y que piensan en los extraños e inquietantes sucesos que involucran a canadienses atacados y asesinados, como Sheila Nabb de Calgary, quien el lunes surgió de un coma inducido y está respirando por sus propios medios después de haber sido encontrada en un ascensor de un hotel de Mazatlán hace unos días, tan mal como para someterse a una reconstrucción facial esta semana”.¹⁸

En este mismo artículo se analiza que a pesar de los más de 22 millones de extranjeros que visitan México cada año, las estadísticas revelan que México no es el destino más alto en criminalidad en América, de acuerdo con las Naciones Unidas en 2010, la tasa de homicidios en México es menor que el de Dominica, San Vicente y las Granadas, República Dominicana, Belice, Bahamas, Santa Lucía, Puerto Rico, Honduras, Panamá, Brasil, Saint Kitts y Nevis, Trinidad y Tobago, Venezuela, Guatemala, Colombia, Jamaica y El Salvador.

Al hablar de violencia a canadienses en México es importante señalar que un reporte emitido por el departamento de Asuntos Exteriores y Comercio Internacional de Canadá y difundido por la prensa informa que fueron 112 las personas canadienses que durante 2006-2010 perdieron la vida a causa de la violencia en asesinatos o víctimas de accidentes en territorio Mexicano y que solo 2 casos sobreviven, una de ellas es Sheila Nabb; también revela que en 2011 fueron 50 los casos documentados de Robos hacia canadienses en México¹⁹.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Cfr. CBC “Mexican Holiday Horror” en www.cbc.ca/thecurrent/episode/2012/01/25/mexican-holiday-horror/, consulta 10 de diciembre 2012.

Capítulo 2. Afectación en la opinión pública Canadiense ante la ola de Violencia en México a través de la prensa

En este capítulo para poder hablar de las consecuencias de la afectación de la imagen de México en la población de Canadá entorno a los sucesos violentos ocurridos durante el periodo 2006 – 2012 es necesario primero definir y analizar dos conceptos el primero es la opinión pública, a partir de que se genera y cuáles son los actores que intervienen para dar juicios de valor sobre un tema y el segundo que es afectación y las causas que lo producen.

Primeramente se puede señalar que la opinión pública es “la tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad o de un individuo hacia hechos sociales que le reporten interés.”²⁰ Tomando en cuenta la definición podemos señalar que la opinión pública es un fenómeno psico-social pues parte de dos niveles de influencia uno la sociedad y segundo los medios de comunicación los cuales interactúan, estimulan y contribuyen para generar una mayor o menor percepción de la credibilidad de un determinado tema.

Analizando estas dos vías generadoras del fenómeno podemos decir que en la sociedad influyen: la familia, la educación y grupos sociales; pues todo ser humano se encuentra rodeado de otros y expuesto a sus ideas, a sus opiniones, cada uno recibe del medio diversos mensajes y los interpreta de maneras diversas; puede ser que reaccione negativa o positivamente y actuará en consecuencia, uniéndose siempre a individuos que opinen de manera similar a él.

Por otra parte, los medios de comunicación son los actores que evocan los temas sobre los que la sociedad tiene mayor interés o prioridad, su propósito principal es, precisamente, comunicar, pero según su tipo de ideología pueden

²⁰ Cfr. Guillermo Nanni “La opinión pública es emocional ” en www.guillermonanni.com/2011/06/13/la-opinion-publica-es-emocional/, consulta 15 de diciembre 2012.

especializarse en; informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión o controlar, etc.

Podemos decir que la opinión pública es de gran importancia en la sociedad actual ya que por medio de ella se pueden medir en un grupo de individuos la postura, las creencias y los resultados que se tienen a partir de un tema de interés común, actualmente la opinión pública se mide por medio de encuestas realizadas a un grupo de personas las cuales se pueden elaborar en un determinado momento, lugar y sobre un tema en específico, estas mediciones son de utilidad para los gobiernos, las empresas y organizaciones quienes las interpretan y dan la pauta hacia dónde dirigir los resultados.

Resumiendo podemos señalar que la opinión pública de la imagen de México en el territorio canadiense es producto de la unión del pensamiento de una mayoría, y que es retroalimentada por los individuos y que a su vez tiene un enriquecimiento por medio de los medios de comunicación.

El segundo concepto a señalar es la afectación y lo entendemos como el cambio o alteración que sufre algo y que puede suponer algún daño o perjuicio, tomando en cuenta esta definición podemos señalar que las causas que dan pie a una afectación es todo cambio realizado a un estado original de un individuo u opinión.

A partir de estos conceptos y ante los acontecimientos de violencia señalados en el capítulo primero de este trabajo podemos decir que la afectación de la imagen de México en la opinión pública canadiense por medio de la prensa es parte de un sistema abierto como lo señala la teoría que sustenta esta investigación en el que vemos claramente que todo sistema recibe información de otros la cual puede ser positiva o negativa y en este caso los medios de comunicación son simplemente el canal llamado Input por el cual se transmite la información, para más tarde dar un proceso en el que la población de Canada dé

origen una opinión (output) es decir saliente y de este modo una afectación en su forma de ver el territorio Mexicano.

Es por ello que en los siguientes subtemas analizaremos la prensa canadiense y su forma de transmitir información al territorio, sus alcances y logros al igual que la evaluación de los resultados los cuales llamaremos afectación en torno a la concepción de México en su población. También señalaremos de acuerdo a su cultura cuál es su opinión y rechazo ante hechos violentos, comparaciones en índices de violencia en su población, así como la afectación que generan para México.

2.1 La prensa canadiense

La prensa a través de la industria de los medios de comunicación en Canadá tiene un importante papel en la población pues en todas sus maneras de expresión ya sean audiovisuales, escritos o digitales, ha crecido con los años presentando no solo noticias, sino contenido cultural, histórico, de entretenimiento y alternativo.

Según el reporte emitido en 2012 por la Comisión canadiense de radio, televisión y telecomunicaciones CRTC “La industria de las comunicaciones es cada vez mayor, los ingresos por servicios de comunicaciones aumentaron un 3,3%, pasando de \$ 57,4 mil millones de dólares en 2010 a \$ 59,3 mil millones en 2011.”²¹

Este mismo reporte nos muestra que los habitantes de una casa en Canadá pagan alrededor de 180 dólares cada mes por la obtención de servicios de comunicación como lo es ver la televisión por cable, escuchar una estación de Radio local on-line, y el acceso a la navegación por internet.

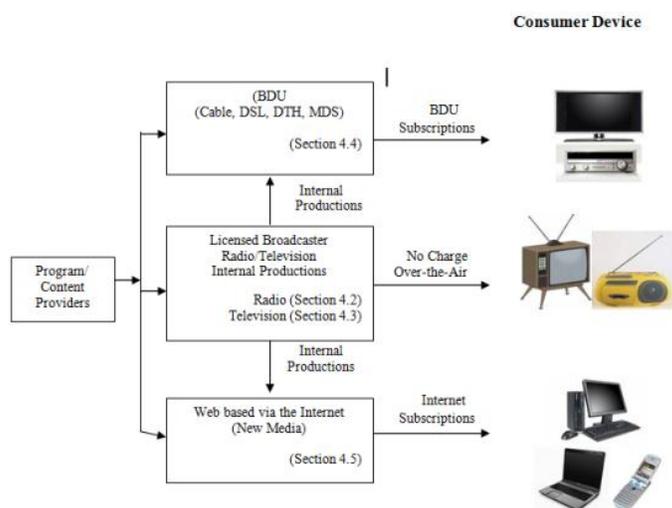
²¹ Cfr. Comisión canadiense de radio y televisión y telecomunicaciones, “CRTC communications Monitoring Report” en www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/PolicyMonitoring/2012/cmr.htm, consulta 18 de diciembre 2012.

Cabe señalar que la sociedad canadiense se encuentra muy avanzada en materia de tecnología pues utilizan los más sofisticados dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes y tabletas, para acceder a los servicios de comunicación.

Para poder comprender de manera concreta el alcance de la prensa es necesario analizar los medios de comunicación de manera particular, radio, televisión, periódicos, revistas, y electrónicos.

La radio en Canadá es uno de los medios de comunicación más sintonizados pues a lo largo y ancho de los 9.984.670 km² de territorio canadiense existen 1183 estaciones de audio en 3 diferentes formatos ya sea en la forma común AM y FM o a través de la señal de cable BDU, DSL en una televisión o vía internet (véase tabla 3). De ese total el 76% es emitido en Idioma Ingles, 21% en francés y un 3% en otras lenguas.

Cuadro2: Formatos de Radio en Canadá 2012



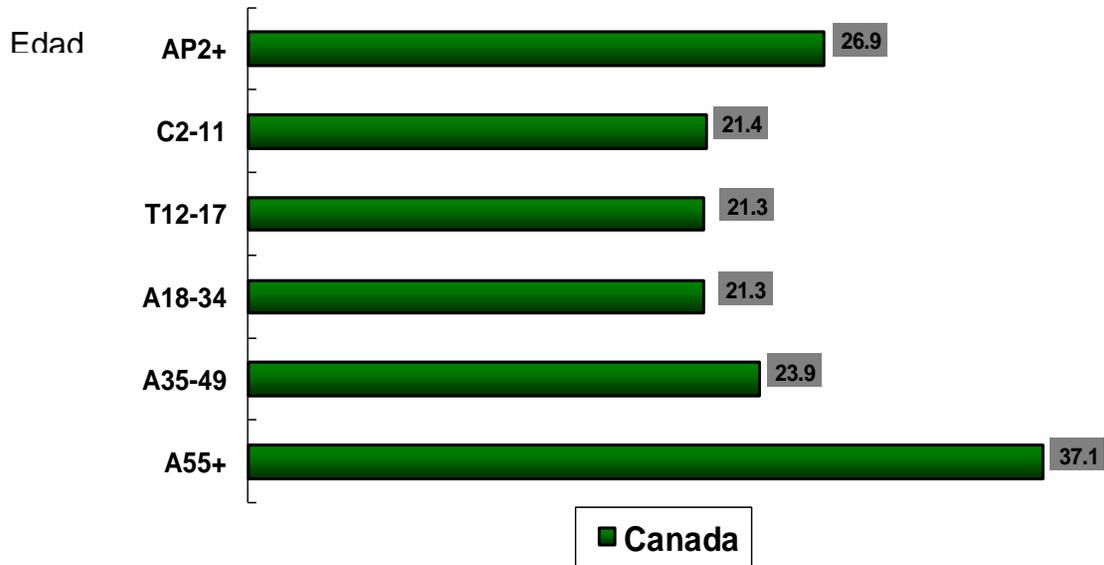
Fuente: Comisión Canadiense de Radio-Televisión y telecomunicaciones, Disponible en www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/PolicyMonitoring/2012/cmr4.htm#n0
 Fecha de consulta 15 diciembre 2012

El informe de las ganancias de la radio por la transmisión de contenidos en 2011 obtenidos por la CTRC fue de 1613 mil millones de dólares, las principales compañías radiodifusoras en Canadá son Astral Media, Newcap Broadcasting, Rogers Communications, Corus Entertainment, and Bell Media.

La televisión es pieza clave de la información para la población canadiense pues en ella la prensa no solo se transmite imágenes y sonidos en tiempo real si no que se crea un seguimiento de los acontecimientos de gran importancia, su diversa programación es para todos los gustos y edades y se tiene al disponible las 24 horas del día. De acuerdo al informe 2012 de la CTRC este medio en Canadá tiene un alcance de 702 canales los cuales el 92% son del sector privado, la mayoría de su programación se realiza en los 2 principales idiomas inglés y francés, aunque en una minoría se tienen canales en Idiomas italiano, español, chino entre otros.

Este medio de comunicación está siendo regulado por la CTRC para tener contenido en su mayoría nacional y no de los Estados Unidos, se conoce que el 99% de la población cuenta con al menos una televisión en casa, Según las estadísticas dadas a conocer por la CTRC en 2012 un canadiense promedio mayor de 2 años está frente al televisor 26.9 horas a la semana. (Véase Grafica 3)

Grafica 3: Total de horas a la semana por persona por grupo demográfico al frente del televisor.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la
BBM National PPM, septiembre 2012

Es importante señalar que las principales compañías proveedoras de servicio de televisión por cable son Rogers, Bell, Shaw, Cogeco, Vidéotron, Directv, Astral Media y Dish network; los principales canales de noticias con mayor auditorio son CTV y Global.

Los periódicos y revistas son también importantes en los medios de comunicación en Canadá pues en ellos se plasman de manera escrita los sucesos importantes del acontecer mundial. Canadá cuenta con una población con a gusto a la lectura según las estadísticas de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) quien señala que los canadienses ocupan el 5º lugar a nivel mundial por número de libros, periódicos y revistas leídos en un año. Siendo así esto una oportunidad para los escritores dar a conocer sus ideas. “Este gusto por la lectura también lo demuestra la estadística de la asociación

canadiense de periódicos quien afirma que el 74% de la población adulta lee su periódico publicado en la comunidad”.²²

En Canadá se cuentan con 122 periódicos con publicación diaria de los cuales 97 son periódicos con costo y los 27 restantes son de distribución gratuita²³ cabe mencionar que casi todas las ciudades cuentan con un periódico de la ciudad, es importante mencionar que los ciudadanos también reciben de manera gratuita una publicación local semanal en todas las casas, a su vez en las grandes ciudades como Toronto, Ottawa y Montreal se cuenta con periódicos diariamente bilingües en Inglés y Francés. Las dos publicaciones Nacionales son *The Globe and Mail* y el *National Post*. El periódico con mayor número de lectores es el *Windsor star* y el de mayor circulación es el *Toronto Star* con 252,000 diarias y más de 2 millones de copias a la semana. Dentro de los nombres de revistas con mayor circulación se encuentra la *Canadian_Living*, *L'actualité*, *Canadian Business*, *Toronto Life*, entre otras.

Según la asociación canadiense de periódicos 1 de cada 5 jóvenes de la edad de 18 años compro el periódico diariamente en 2011,²⁴ pues estos medios de información son de fácil acceso y de bajo costo cuyos precios promedio son entre \$1.00 y los \$15.00 dólares canadienses, además es importante señalar que Canadá cuenta con una fuerte infraestructura para la distribución de estos ejemplares a su población, pues es muy común que las grandes empresas editoriales repartan su ejemplar matutino de noticias en la casa de los suscriptores, o de lo contrario lo puedan adquirir en cada esquina en una máquina expendedora.

²² News papers Canada asociation "FAQ" en www.newspaperscanada.ca/about-newspapers/faq-about-newspapers/faq, consulta: 19 de diciembre 2012.

²³ Ibídem

²⁴ Ibídem

Los medios electrónicos son también esenciales para la prensa pues la versatilidad de esta tecnología de comunicación otorga a los periodistas enormes posibilidades de manejar y distribuir la información más allá de los límites de tiempo y espacio de los que el papel impone, y a su vez al usuario canadiense le resulta con mayor facilidad acceder a esta tecnología pues la gran variedad de dispositivos incitan a que se navegue por el internet y se pueda compartir, intercambiar, extraer e introducir información desde cualquier lugar del mundo. En 2011 el 86% de la población canadiense tenía acceso al internet de acuerdo a la CTRC publicación del 2012 y como lo demuestra la siguiente cuadro 3:

Cuadro 3: Porcentaje de canadienses usando el internet

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Uso general	74	76	79	81	81	84	86

Fuente: MTM 2011 (correspondiente: Canadienses mayores de 18)
 Comisión Canadiense de Radio-Televisión y Comunicaciones, Disponible en
www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/PolicyMonitoring/2012/cmr4.htm#n0
 Fecha de consulta 15 diciembre 2012

Las horas promedio que pasa un canadiense por semana navegando en el internet de habla inglesa son 18.2 horas en 2011 y 13.1 horas los de habla francesa. Véase el siguiente cuadro numero 4:

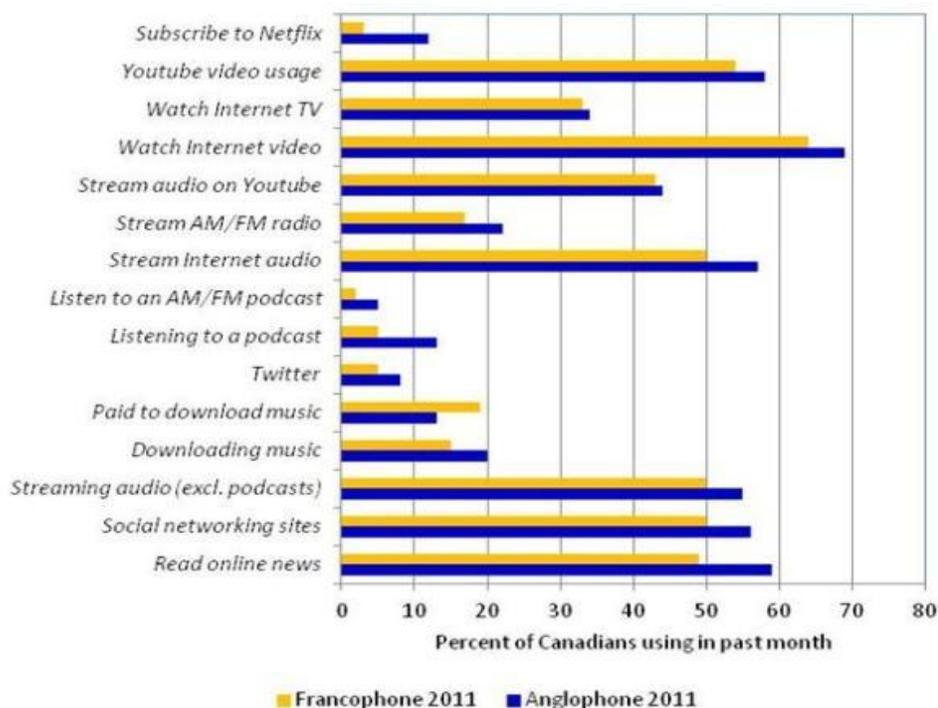
Cuadro 4: Promedio semanal en horas que pasan en línea los usuarios de internet Canadienses

	1999	2002	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Anglophones Ingleses	5.6	9.3	11.7	13.4	13.8	14.6	17.3	18.2
Francophones Franceses	6.3	7.7	9.1	9.8	11.2	11.9	12.8	13.1

Fuente: MTM 2011 (correspondiente: Canadienses mayores de 18)
 Comisión Canadiense de Radio-Televisión y Comunicaciones, Disponible en
www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/PolicyMonitoring/2012/cmr4.htm#n0, Fecha de consulta 15 diciembre 2012.

Las principales actividades que un canadiense realiza al navegar en internet son: suscribirse a portales de películas, ver videos a través de YouTube, escuchar radio en línea, descargar música, leer noticias al igual que visitar sitios sociales como Facebook y Twitter. Observar grafica 4 para ver los porcentajes en 2011 de cada categoría de población inglesa o francesa.

Grafica 4: Principales actividades de los usuarios de internet en Canadá



Fuente: MTM 2011 (correspondiente: Canadienses mayores de 18 años) Comisión Canadiense de Radio-Televisión y Comunicaciones, Disponible en www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/PolicyMonitoring/2012/cmr4.htm#n0, Fecha de consulta 15 diciembre 2012.

Podemos señalar ante la información presentada que la prensa canadiense tiene un gran alcance en la población pues en cualquiera de las vías de comunicación las personas tienen acceso a las noticias relevantes de cualquier parte del mundo, hoy en día en el siglo XXI es difícil que estemos ajenos a la realidad y a la información que presente cualquier medio de comunicación.

2.1.1 La influencia de la prensa en el auditorio canadiense durante el periodo violento en México 2006 -2012

Al hablar de la influencia de los medios de comunicación en la población canadiense a lo largo del sexenio 2006-2012 es simplemente señalar la intervención que realizó hacia las personas que tenían que ser informadas de las noticias de manera exacta y oportuna derivado a la importancia que a la población le genera México al ser socio estratégico del Canadá y vecino del continente, además de ser el 2º país receptor de turistas connacionales.

Podríamos apuntar que el inicio de la presentación de noticias con un contenido violento surgió ante la aparición de los primeros hechos sangrientos derivados a la lucha en el combate en contra del narcotráfico llevado a cabo por el ejército nacional en los primeros días de mandato del presidente Calderón en 2006 y principios de 2007 y que después derivaron en una guerra constante por territorio entre los carteles de la droga en lo restante del sexenio.

Estos sucesos generaron un interés especial en la población canadiense pues no es muy común el escuchar de hechos sangrientos a nivel local o nacional pero al ser México un país con una gran apego cultural, turístico y económico produjo que el auditorio se enfocara a partir de ese momento a seguir las noticias que de alguna forma le generaban morbo y admiración pues en algunos ciudadanos al principio les parecía una película de ciencia ficción o las escenas de un videojuego de guerra, algo irreal a lo que la población canadiense vive diariamente y que más tarde con la saturación de imágenes y la gran problemática generada crearía un opinión de rechazo, indignación e impotencia a 3 sectores específicos, uno a la violencia misma, dos los provocadores tanto los cárteles como al gobierno mexicano por no actuar pacíficamente, y tres al territorio mexicano y población generadores de la noticia.

Durante este sexenio los canadienses escucharon diferentes reseñas y críticas de grandes columnistas hacia el gobierno mexicano por su plan de acción en contra del crimen organizado y narcotráfico pero sobre todo las noticias con grandes letras que de manera escrita que invitaban a la lectura de dichos artículos, entre los cuales se mostraban titulares como:

- “Masacre en México profundiza la imagen violenta del país,” publicado el 13 de mayo 2012 en el periódico en línea *the Christian science monitor*.
- “Cuan seguro es México para los turistas,?” publicado 6 de enero 2012 en el noticiero *CBC news*.
- “El México que tu no vez,” publicado 16 de enero 2011 en el periódico *Toronto Sun*.
- “Número de turistas viajando a México declina,” publicado el 20 de enero 2011 en el periódico *Toronto Sun*.
- “19 muertos en centro de rehabilitación de drogas de México,” publicado en el 11 de junio 2010 en el periódico *Toronto Sun*.
- “Reportan 37 cuerpos tirados en una carretera en México”, publicado el 13 de mayo 2012 en el periódico *Intelligencer Belleville Ontario*.
- “México guerra contra las drogas: Más de 40 personas murieron en la violencia este fin de semana,” publicado el 20 de agosto 2012 en el periódico *The global post Canada*.
- “12,000 muertos en 2011 por la guerra en contra de las drogas en México,” publicado el 3 de enero 2012 en el periódico *The global post*.
- “Mexicanos muertos por la guerra en contra las drogas se acumulan,” video publicado el 9 de marzo de 2009 por el periódico *The star*.
- “México; Drogas muerte & peligro,” publicado el 2 de marzo de 2012 en *CBC news*.

Al analizar cada una de las noticias en su presentación, descripción, contenido y en algunos casos atendiendo a la opinión de los reporteros podemos verificar que la imagen de México fue cada vez en una degradación pues la prensa en su afán de vender la noticia mostro la verdad que incluía la descripción de los cárteles de las drogas, contabilizando el número de muertes, los medios de ejecución, los estados de la republica donde se realizaban las ejecuciones, todo ello acompañado de imágenes y en algunos casos de los testimonios de familiares que vivían la pena de algún familiar inocente muerto.

Cabe mencionar que la prensa también se especializo en el tema y creó varios documentales durante el sexenio como *Mexico at War* “México en la guerra” publicado por la cadena de televisión, radio e internet CBC news en Cadena Nacional mismo que se transmitió por una semana en horario estelar del 5 al 9 de Marzo de 2012 en donde se describía a detalle las operaciones de los cárteles de la droga, sus territorios, los nexos entre cárteles en México con mafias en Canadá, los lugares seguros para visitar en México, comparaciones entre Cancún, Los cabos, Puerto Vallarta y los sitios de violencia, es importante mencionar que también algunos autores durante este periodo publicaron libros con una temática referente a la violencia en México los cuales estuvieron al alcance de las manos para su lectura y análisis.

Las imágenes fueron un medio de atracción de la prensa hacia el auditorio pues enseñaban gráficamente las escenas de violencia, algunas de las imágenes son las siguientes las cuales fueron tomadas por los principales periódicos canadienses:



Imagen 1: Foto tomada de Press tv, “Cuerpo de canadiense encontrado en México”
www.edition.presstv.ir/detail/149097.html, consulta 19 de diciembre 2012.



Imagen 2: Foto tomada de NCrengade “Rápido, furioso y escandaloso” en
www.crenegade.com/editorial/fast-furious-and-escalating/, consulta 19 de diciembre 2012.



Imagen 3: Foto tomada de: Reuters "Cuan Seguro es México para los turistas" en www.cbc.ca/news/world/story/2012/01/06/f-mexico-q-a-walter-mckay.html, consulta 18 de diciembre 2012.



Imagen 4: Foto tomada de: CBC news "Los carteles detrás de la guerra contra las drogas" en www.cbc.ca/m/rich/world/story/2011/08/28/f-mexico-drug-cartels.html, consulta 19 de diciembre 2012.

Además de mostrar algunas de las imágenes publicadas es necesario señalar que no solo fueron los hechos violentos de mexicanos hacia mismos mexicanos los que generaron una polémica en la sociedad canadiense, si no que los hechos de violencia de mexicanos a canadienses generaron una mayor búsqueda de la noticia e información para la prensa canadiense, pues se trataba de connacionales quienes perdían la vida en territorio mexicano mientras disfrutaban de algunas vacaciones, o durante un viaje de trabajo.

Como lo he señalado en el capítulo uno la violencia a canadienses en México durante este sexenio se elevó drásticamente pues “el número de canadienses muertos superaron los más de 112 según lo informo el 16 de Noviembre de 2010, el periódico *the National Post* acorde al departamento de relaciones exteriores de Canadá”²⁵, estas noticias por muertes de connacionales por supuesto generaron una indignación en la población canadiense pues cada una tenía una historia diferente que contar, algunos fueron simplemente encontrados muertos en sus habitaciones de hoteles, otros fueron violados y después encontrados abandonados, algunos otros simplemente fueron víctimas de una explosión de una tubería en el hotel Grand Riviera Princess en Playa del Carmen en 2009, otros más se les encontraron presuntos nexos a bandas de narcotráfico y algunos otros simplemente fueron asaltados, ejecutados y encajuelados.

Es importante mencionar que una noticia que fomentó la formación errónea de la imagen de México fue la se originó en julio de 2009 cuando el gobierno canadiense impuso la visa a todos los mexicanos que deseaban visitar su territorio, medida tomada por la triplicación del número de solicitudes de refugio proveniente de mexicanos durante 2008, imposición con la cual se determinaría quien era elegible de acuerdo a su estatus económico, y antecedentes penales para visitar Canadá y de este modo verificar si el motivo de su viaje no tenía la

²⁵ Cfr. Mexinada “Canadienses asesinados en México” en <http://www.mexinada.com/canadiens-tues-au-mexique/?lang=en>, consulta 21 diciembre de 2012.

intención de permanecer de manera permanente en su territorio²⁶. Medida que generó una fuente de información a la prensa pues se llegó a publicar que la decisión de imponer visa a los mexicanos era una forma de protección para la seguridad nacional y una barrera limitante que no permitiría que la violencia emigrara a tierras canadienses.

Tomando en cuenta lo antes mencionado y para poder desglosar cuál fue la afectación de la imagen de México a través de la prensa en los canadienses es importante apuntar que los medios de comunicación tanto en las fuentes convencionales como alternativas juegan un papel muy importante en los miembros de la sociedad para que estén bien informados de los acontecimientos que les afectan directamente o indirectamente y en este caso lo referente a México, es así que deduzco que la afectación proviene de la manera o forma en que se transmita la noticia, en el enfoque de la expresión y la ética periodística empleada, por lo que señalaré a continuación algunos enfoques que considero fueron principales para la generación de una imagen negativa de México en la opinión pública canadiense.

- Primero es importante señalar que la prensa canadiense enmarcó el problema de las drogas y la violencia en México dentro del espectáculo general por la lucha en contra de las drogas, resaltando de manera importante las muertes de canadienses que visitaban México, en lugar de presentar el problema en conjunto para dar a los espectadores un contexto más apropiado.

²⁶ Departamento de Ciudadanía e inmigración Canadá “Canadá Imposes visa on México” en www.cic.gc.ca/english/department/media/releases/2009/2009-07-13.asp, Consulta 22 de diciembre 2012.

- En segundo al centrarse en las muertes de los canadienses que pudieron permitirse el lujo de viajar a México, la prensa ignora el hecho de que el número de muertes en realidad no era tan alta cuando se comparan con las cifras de canadienses muertos en otros países como Jamaica, China y República Dominicana lo cual afectó a México.
- En tercero la prensa canadiense no informaba constantemente de la cifra de muertes por violencia en las provincias de Canadá si no que hacían parecer que las muertes de canadienses en México era de manera elevada infundiendo pánico en la población pues sugerían que el próximo muerto podría ser alguno más que viajare a México.
- Cuarto, la prensa no se centró en el amplio contexto de lo que significaba la guerra contra las drogas y como afecta a los ciudadanos mexicanos o cuales son las causas como la pobreza y falta de educación entre otras, sino que presentaba un espectáculo en lugar de una noticia subjetiva.
- Quinto, otro enfoque fue que la prensa descontextualizaba el problema al no mostrar claramente que algunos canadienses muertos en México murieron a consecuencia de las actividades que realizaban en el país como por ejemplo intentar comprar drogas, estar intoxicado y morir en una pelea con alguien o bien sus posibles nexos con el narcotráfico de manera previa.
- Sexto, el enfoque de los artículos referentes a canadienses ejecutados en México se presentaba de una manera; al principio como una breve reseña de la muerte de la persona y a continuación algunos pensamientos de canadienses sobre el tema los cuales reflejaban el sentimiento que el artículo o el autor deseaba invocar que México era un país peligroso para visitar, para después dar paso a una conclusión sugiriendo que nadie estaba exento de morir a través de un hecho violento en cualquier parte de México o el mundo.

Considerando los enfoques mencionados y a la falta de ética imparcial periodística que se debe tener para crear un ambiente informativo, tranquilo en la prensa y ante la forma sugestiva de nota roja con que se dieron a conocer de manera impactante y con tintes de exageración y melodrama las notas, puedo señalar que el propósito de la prensa si era el de informar pero de una manera estratégica que le produjera una constante intervención en el auditorio, es decir vendiendo morbo en el espectador lo cual generó una afectación en la opinión pública global de la imagen de México no solo en el ámbito del problema sino en los ámbitos bilaterales de economía, comercio, turismo etc.

Como lo he mencionado en el principio de este capítulo la opinión pública es generada a partir de la información emitida por los medios de comunicación, enriquecida con el pensamiento de la sociedad y que mediante la unión de varias ideas con la misma perspectiva dan origen a una percepción positiva o negativa sobre cierta problemática y en el caso de México en su gran mayoría fueron negativas en el siguiente subtema revisaremos los resultados de los enfoques en el auditorio canadiense.

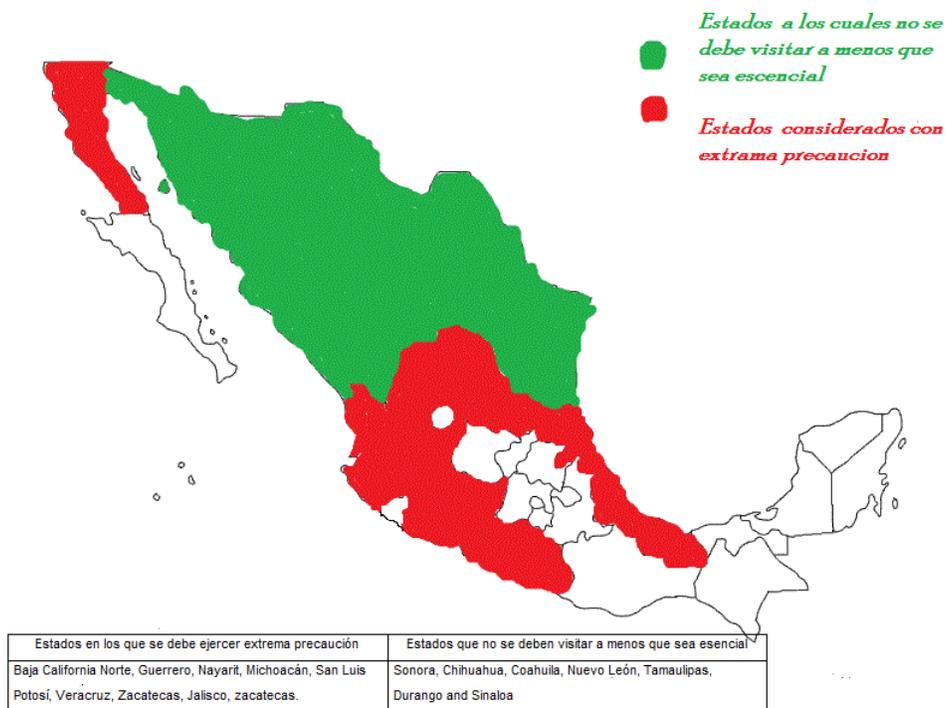
2.1.2 Resultados en la población canadiense por la influencia de la prensa en torno a la violencia en México.

Los resultados en la opinión pública canadiense por las noticias violentas presentadas en la prensa fueron en su gran mayoría negativos, la población canadiense percibió que México se encontraba en una situación de guerra en la cual el gobierno y grupos del narcotráfico armados atentaban a lo largo y ancho del territorio dando muerte a miles de civiles entre los que se encontraban canadienses inocentes, la confianza en las autoridades mexicanas para resolver el problema era nulo pues en la opinión de la población se consideraba que el uso del ejército para la erradicación de las drogas no brindaba resultado sino que alentaba el uso de armas y la muerte de más personas.

Otra respuesta fue que la imagen de violencia ya no solo se refería a ciertos estados del norte de la república si no de manera general incluyendo estados con gran afluencia turística canadiense como lo son Guerrero, Veracruz, Sinaloa, Jalisco y Campeche mismos estados que son parte del reporte de precaución de viaje a México emitida por el gobierno de Canadá a través del Departamento Canadiense de Asuntos Exteriores en enero de 2011 y que constantemente recibe actualizaciones en su sistema.

De manera informativa en el siguiente cuadro 5 presento los Estados de la República mexicana que en diciembre de 2012 son citados en el portal electrónico del gobierno canadiense como resultado de la ola de violencia y con los que se debe extremar un alto grado de precaución al visitar y los que no se deben visitar a menos que sea necesario y esencial.

Cuadro 5: Reporte de precaución de Viaje a México Diciembre 2012



Fuente: Elaboración propia con información del Departamento de Turismo de Canadá disponible en www.travel.gc.ca/destinations/mexico, consulta 21 de diciembre 2012.

Este reporte mismo sugiere que debido a la situación que vive México es necesario que el canadiense se registre en una base de datos si desea visitar o vivir permanentemente en México esto como medida estadística para saber cuántos canadienses se encuentran en territorio mexicano y en qué lugar y como forma de contacto en caso de alguna emergencia que presentara el connacional en México.

Estadísticamente en varios sondeos la respuesta de la opinión pública durante el periodo 2006-2012 México resultaba en una posición desfavorable, como lo demostraron las siguientes encuestas.

- En 2010 la empresa canadiense Leger marketing reporto que en una encuesta el 39% de la población canadiense tenían una opinión positiva de México mientras que otro 47% veía al país negativamente.”²⁷
- En otro sondeo por el periódico Intelligencer de Belleville Ontario vía internet consultado el 29 de Diciembre de 2012 nos muestra que de 5783 personas a las cuales se les pregunto “Piensas que es seguro viajar a México? el 14% dijo que si, 81% no y 5% cree que es incierto.”²⁸
- Otro resultado en una encuesta realizada por la empresa canadiense Ipsos Reid llevada a cabo para Postmedia News and Global News realizada entre el 30 de enero y el 1º de febrero de 2012 por medio de la red entre mil adultos revelaba que “el 74% de los canadienses encuestados creen que México tiene “un problema de seguridad serio” y

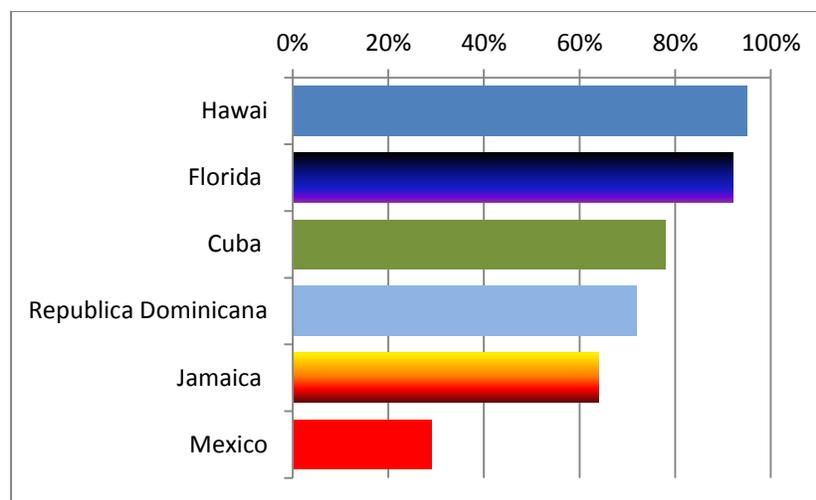
²⁷ Cfr. Marina Jimenez, “Canadá y México: Relaciones con los medios de comunicación” en www.dev.ctpl.thejibe.com/sites/default/files/JimenezSP.pdf, consulta diciembre 2012.

²⁸ Cfr. Intelligencer “México Busca nuevos turistas” en www.intelligencer.ca/2012/05/23/mexico-seeks-new-tourists-despite-drug-wars, consulta diciembre 2012.

afirmaron que “tendrían dudas de agendar un viaje a México,” Mientras tanto, 26% de los encuestados afirmaron que los ataques fueron “incidentes aislados.”²⁹

Esta misma encuesta en otra pregunta revelaba que solo el 29% de las personas consideraría viajar a México porque era un lugar seguro algunos otros destinos de playa con mejor posición fueron Hawái con 95%. Florida con 92%, Cuba con 78%, República Dominicana con 72% y con Jamaica 64%. (Véase la siguiente Grafica 5)

Grafica 5: Los destinos de playa más seguros para los canadienses de acuerdo el porcentaje de confianza en 2012



Fuente: Elaboracion propia con datos de CBC News-Carmen Chai
“Canadians hesitant to vacation in Mexico: poll” en
www.globalnews.ca/poll/6442573548/story.html

²⁹ Cfr. Animal político “Solo 29% de los canadienses vendrían a México” en www.animalpolitico.com/2012/02/solo-29-de-los-canadienses-vendrian-a-mexico-encuesta/, consulta 19 de diciembre 2012.

Los resultados creados en las conciencias canadienses al escuchar las noticias de la prensa fueron de hablar mal de México, la imagen se vio desvanecida pues hubo un descontento general pues el sol, la arena y las playas a bajo costo y a una gran cercanía ahora estaban en medio de un contexto de inseguridad y riesgo en la cual no se visualizaban visitándolas pues quien como persona cansada y tratando de escapar de los fríos invernales acudiría a un país donde su vida y seguridad correrían peligro.

A título personal de acuerdo a las vivencias que obtuve al estar en Canadá durante el periodo 2010 - 2012 puedo apuntar que México fue víctima en muchas de las conversaciones escuchadas o en las que participe en todas ellas mis amigos y conocidos canadienses expresaban fríamente su rechazo hacia la violencia en México y alarmados por el número de muertes, me preguntaban que hace tu gobierno?, porque no frena esta situación de violencia?; algunos otros preocupados me cuestionaban si la ciudad de la que provenía había mucha violencia? O si había sido víctima de algún asalto o hecho violento?

Algunos otros se conducían de una manera sarcástica comentando que solo vendrían a México si yo los acompañase pues estando conmigo no sufrirían violencia, o que si deberían traer sus propias armas para poder defenderse en caso de que algo aconteciera.

Pude percatarme que en algunas personas la desinformación y la falta de orientación geográfica los hacía pensar que Cd. Juárez se encontraba muy cercano a Cancún o Puerto Vallarta y esto originaba que tuvieran la idea de que las ciudades conflictivas se encontraban alrededor de los puntos turísticos.

También pude percibir que su miedo los hacía pensar que si en el caso de que visitaran México solo podrían estar en el Resort u hotel y no podrían salir y conocer los alrededores pues en su inseguridad pensarían que podrían ser asaltados o víctimas de algún hecho de Violencia en la calle.

A otros canadienses tristemente los escuche descalificando los hechos violentos en México en un lugar público, los hombres no sabían que mi nacionalidad era mexicana en su plática discriminatoria y con mucha ignorancia y falta de información sobre el tema note su fomento a un punto de vista totalmente negativo de México, en mi interior lamentaba que en su concepción prefirieran elegir visitar otras playas del Caribe o Centro América que las mexicanas.

Recapitulando, puedo señalar que el resultado de la forma en la que se transmitió la información de la violencia mexicana en la población canadiense por la prensa fue de una concepción de inseguridad para poder escoger a México como un lugar ideal de viaje, en visualizar que la población mexicana tenía un elevado grado de violencia en su cultura, lo que originaba que tuvieran precaución en sus relaciones de negocios y personales hacía con mexicanos, pero también les generó la satisfacción en que su gobierno los cuidase al elegir y seleccionar a las personas mexicanas que podrían ser seguras para entrar con una visa a su territorio.

2.2 Afectación para México

Al analizar el enfoque dado por la prensa y la opinión en que concebían a México en la sociedad canadiense puedo señalar que la afectación para México fue de manera directa en su reputación tanto en ese país como de manera internacional, en el que se posicionaba a México como un país muy violento mismo que lo confirmó el índice de paz global 2012 emitido por el Instituto para la Economía y la Paz en el que se publicaba que México ocupaba el lugar número 20 de 178 países con mayor violencia a nivel mundial, y el 2º lugar en América Latina solo después de Colombia.³⁰

³⁰Mariana Leon, "México entre los países más violentos" en www.eluniversal.com.mx/nacion/197478.html, consulta 25 de diciembre 2012.

La afectación que recibió México en su imagen ante el exterior y en el caso específico de Canadá se enfocaba en categorizarlo como una zona de conflicto a la que se debía de evadir preferentemente, es necesario mencionar que esta afectación ya no solo era en la sociedad Canadiense si no que ahora se esparcía a través asociaciones o grupos canadienses con el mismo enfoque vía electrónica hacia otros países pues se crearon páginas web en el que se descalificaba a México por las muertes de canadienses víctimas de la violencia en las que el lector recibe la sugerencia de no visitar territorio mexicano, a no confiar en las autoridades mexicanas, además de difundir su abominación ante los casos de connacionales no resueltos y sugiriendo los estados de la republica con un alto nivel de crimen organizado. Ejemplos de estas páginas electrónicas son:

- www.mexinada.com/?lang=en, consulta 21 de diciembre 2012.
- www.mexicovacationawareness.com/, consulta 26 de diciembre 2012.

Tomando en cuenta el creciente número de opiniones negativas en contra de México tanto en la población como en los medios electrónicos en Canadá y Estados Unidos, el gobierno Mexicano por medio de la Secretaria de Turismo y Relaciones Exteriores tuvo que poner desde el año 2008 de manera emergente y rápida programas que rescataran en esos países la imagen de México y fomentaran la marca México para la generación de nuevos turistas con una inversión de más de 900 millones de pesos.³¹

Estos programas de rescate que analizaremos en el siguiente capítulo tienen la misión por medio de las empresas contratadas de contrarrestar y dar otro concepto de la imagen de México cambiando la violencia por los datos que el turista no sabe de México sobre su cultura, su historia, gastronomía pero sobre todo de los sitios arqueológicos, vacacionales y turísticos de los que se puede enamorar.

³¹ Thelma Gómez, “Gastan 900Mdp en Mejorar imagen” en www.eluniversal.com.mx/notas/865102.html, consulta 23 de diciembre de 2012.

Otra afectación que se generó durante este periodo para México fue la cancelación de empresas canadienses para invertir en territorio Mexicano derivado a la violencia, capital que ayudaría a fomentar varias áreas pero en especial la industria aeroespacial en el Estado de Nuevo León y la creación de nuevos empleos.³²

Es así que no solo la afectación se vería reflejada en los posibles clientes en el turismo sino también a nivel empresarial por lo que siendo este motivo suficiente para que Promexico Organismo del Gobierno Federal Mexicano se encargara de coordinar nuevas estrategias dirigidas a la de atracción de inversión canadiense hacia nuestro país.

2.3 Forma de vida de un canadiense

Es importante tomar en cuenta dentro de esta tesina la forma de vida de los canadienses pues es un factor significativo para dar a conocer porque la sociedad del Canadá se alarmo ante los hechos y circunstancias de violencia en México emitidas por la prensa y por qué se generó una afectación, considerando que también es válida una comparación entre las culturas México-Canadiense para especificar en tiempo y espacio la trascendencia en que sucedieron los hechos.

La sociedad canadiense ha sido formada a través de los años por diferentes grupos como los ingleses y franceses al principio de su formación como país, sin embargo Canadá es un receptor hoy en día de una multiculturalidad al recibir miles de migrantes de todo el mundo cada año lo que hace que su cultura y su diversidad religiosa sean muy diferentes.

³² Telefono Rojo “Cancelan Inversion canadiense en NL por la violencia” en www.telefonorojo.mx/2011/11/12/Cancelan-inversi%C3%B3n-canadiense-en-NL-por-la-violencia, consulta 22 de diciembre 2012.

No obstante a su variedad de cultura los canadienses están educados bajo los principios de justicia, igualdad y respeto a la ley infundidos por sus grupos fundadores, son personas con valores bien cimentados en el que la justicia, la paz, la tolerancia y el respeto son parte esencial para el desarrollo de toda actividad y para alcanzar acuerdos.

Es difícil poder describir el modo de ser del canadiense derivado a la diversidad de influencias culturales sin embargo en aspectos generales se puede perfilar a que el canadiense es alegre, generoso, pacífico, compasivo, honesto y amistoso; es importante señalar que la mayor parte de los canadienses comparten tradiciones culturales dignas de exaltar pues son nacionalistas al expresar su admiración por su patria y símbolos nacionales, son personas correctas, puntuales y que aprecian el contacto visual dentro de sus conversaciones; son individuos en el que la igualdad es un valor fuerte y relativamente abierto pues no les importan las clases sociales, razas, edad, género y creencias religiosas que otros ciudadanos pudiesen tener.

Los canadienses tienen un alto respeto y conservación al medio ambiente su cultura les ha enseñado a cuidar de los recursos naturales con los que cuenta este hermoso país, y a mantener siempre una buena imagen de los alrededores para los nacionales como visitantes.

Cabe señalar que lo que enriquece la vida de los canadienses es el apoyo y los servicios que cuenta por parte de su gobierno, pues Canadá siempre se ha destacado entre los mejores países para vivir con una mejor calidad de vida, en 2009 ocupó la 4ª posición de 182 países analizados por el Índice de desarrollo humano elaborado por la Organización de Naciones Unidas.³³ Siendo esta también una de las razones por lo que Canadá goza de una buena economía y de un posicionamiento en muchas áreas a nivel mundial.

³³ El universal "Listado completo de los mejores países para vivir" en www.eluniversal.com.mx/notas/631201.html, consulta 26 de diciembre 2012.

La forma de vida de un canadiense es menos compleja en el ámbito económico pues la población cuenta con una tasa de desempleo del 7.5% y los ingresos promedio per cápita en 2011 fueron de 40,500 dólares,³⁴ ingresos les permiten tener una vida libre de limitaciones pues pueden adquirir servicios tecnológicos al igual que llevar un estilo de alimentación, distracción y descanso que no se puede obtener en otros países del mundo.

Resumiendo el ciudadano canadiense vive una vida tranquila y llena de retos y nuevas oportunidades cada día pues se encuentra en uno de los países con mejor calidad de vida, en donde no solo la naturaleza les demuestra marcadamente las 4 estaciones del año y un reto para poder disfrutarlas si no que la persona cuenta con el apoyo de un gobierno estable que figura como una de las mejores economías del mundo que provee al ciudadano un entorno de seguridad y tranquilidad, formando sociedades estables constituidas en valores y con un ideal de posicionarse como un mejor país cada día.

2.3.1 Violencia en Canadá

Como parte informativa en esta tesina es valioso informar sobre la violencia en Canadá, cuales son los factores en los que se desarrolla violencia en aquel país y cuál es la diferencia en la gravedad con respecto a la que se vive en México.

Canadá al igual que todo país cuenta con individuos que ejercen violencia pues se reconoce que el hombre es violento por naturaleza en cualquier parte del mundo, la violencia en este subtema es difícil delimitarla como lo he hecho en el primer capítulo en el que solo hable de la violencia generada por la lucha en contra de las drogas en México, aquí al hablar de violencia canadiense me refiero

³⁴ Cfr. Agencia Central de Inteligencia “The world fact book” en www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2004.html, consulta 23 de diciembre 2012.

a los crímenes, a la violencia familiar, a los robos, a las agresiones, y a los ataques sexuales, psicológicos, etc.

Este fenómeno se desarrolla en el territorio canadiense en un menor nivel comparado con otras naciones derivado a la prevención y al ejercicio de las leyes penales federales ante todo género de violencia.

Es importante señalar que para el gobierno canadiense es de vital importancia la prevención de hechos violentos en la población por lo que ha creado programas vía sus dependencias de gobierno, para educar en la población que es la violencia, las maneras en las que se ejerce, como se puede denunciar, castigar y de las penas que se pueden ejecutar al pasar por alto las leyes, dando como resultado a una cultura a la no violencia.

Canadá como país del primer mundo tiene bien establecido el concepto de violencia y las diferentes formas en las que una persona puede ser objeto de ella, por lo que consciente de esto el gobierno defiende a todo género hombres y mujeres de todas las edades, ancianos, adultos jóvenes y niños, a todas las preferencias, sexuales y religiosas, a todas las personas con alguna deficiencia psicológica o de incapacidad, teniendo dentro de su código penal penas para cada abuso en cada género mencionado.

La violencia en Canadá también tiene sus consecuencias pues personas que han cometido algún acto violento cumplen su condena en una de las 192 prisiones de Canadá para el año 2011, 38,000 mil personas se encontraban bajo alguna condena.³⁵

Cada año en Canadá hay cerca de 6 veces más muertes por suicidio y 5 veces más muertes por accidentes en la carretera que por hechos violentos que generan a un homicidio, sin embargo los homicidios se mantienen como la ofensa

³⁵ Dauvergne Mia, " Adult correctional statistics in Canada en www.statcan.gc.ca/pub/85-002-x/2012001/article/11715-eng.pdf, consulta 19 de diciembre 2012.

criminal más seria, envolviendo a un número significativo de investigadores policíacos y generando las más severas condenas, este dato nos apunta que el grado de muertes en Canadá por hechos violentos es muy bajo, es más susceptible una persona se suicide o tenga un accidente a que sea víctima de la violencia.

Los homicidios en Canadá son los más noticiosos en la prensa a lo largo del país pues son publicados por su severidad. En 2011 la policía canadiense reporto 598 homicidios, es decir murieron 1.73 personas por cada 100,000 habitantes;³⁶ Es importante señalar que la justicia canadiense es más efectiva para resolver los casos de crímenes perpetrados y dictar sentencia a los culpables tan solo en Canadá durante 2009 - 2011, el 76% de los casos de homicidios fueron resueltos por la policía.³⁷ Es valioso señalar que la violencia en relación a homicidios en Canadá en el año 2011 registró su nivel más bajo desde 1972, y un 26% menos que en 2001.³⁸

Se puede apuntar ante el análisis de la información mencionada que la sociedad canadiense cuenta con un mejor sistema jurídico en el que las leyes y la prevención permiten la formación de una cultura a la no violencia, si bien si suceden hechos violentos pero en una menor proporción con respecto a México, pero aún en los hechos violentos se busca que los provocadores paguen sus condenas de acuerdo a las leyes canadienses.

Ante este análisis puedo sugerir que es este el motivo por el que la población canadiense se escandalizo de los hechos violentos en México pues las cifras y la forma en la que se daban las ejecuciones al igual de todo lo que representaba el combate la lucha del narcotráfico, alarmó a los que viven

³⁶ Cfr. Perreault Samuel, "Homicide in Canada 2011" en www.statcan.gc.ca/pub/85-002-x/2012_001/article/11738-eng.pdf, consulta 20 de diciembre 2012.

³⁷ *Ibidem*.

³⁸Shanon Brennan "police-reposted –crime Statistics, 2011" en www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/120724/dq120724b-eng.htm?WT.mc_id=twB2638, consulta 19 de diciembre 2012.

pacíficamente en este país en el que no es común observar en los noticieros escenas de tal grado ni la numeraria creciente como se registró en México durante 2006-2012.

2.3.2 Comparaciones de niveles de violencia entre Canadá y México

De manera breve y general presentaré de forma gráfica algunas cifras haciendo la comparación de los índices de violencia en ambos países como forma de análisis para comprobar que la violencia observada en Canadá que sucedía en México era más elevada que la nacional, y así demostrar que la afectación de la imagen de nuestro país también es producto del resultado de mostrar noticias impactantes en una sociedad pacífica.

(Cuadro 6) Comparación de niveles de violencia

Tipo de violencia	Canadá	México
Homicidios en 2011	598	27,199
Personas en reclusorios tras cometer hechos de Violencia	38,000 - Año 2011	224 749 - Año 2009
Tasa de homicidios perpetrados por cada 100,000 habitantes 2011	1.7 por cada 100,000 hab.	24 por cada 100,000 hab.

Elaboración propia

Fuentes:

- Periódico la Jornada En 2011 se perpetuaron 27 mil 199 homicidios en México: Inegi en www.jornada.unam.mx/2012/08/21/politica/003n1pol, consulta 20 de diciembre 2012.
- Inegi “Anuario de estadísticas por entidad federativa 2011” en www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/español/bvinegi/productos/integracion/pais/aepef/2011/Aepef2011.pdf, Consulta 21 de diciembre 2012.

Capítulo 3. Estrategias del gobierno mexicano para contrarrestar la imagen de violencia de México en Canadá

Ante las estadísticas con resultado negativo originadas en la población extranjera respecto a la percepción de México en torno a la violencia, la pobreza, el rezago educativo, la pandemia del virus AH1N1 entre otros problemas; el gobierno Federal tuvo que reconocer y hacer frente a los nuevos desafíos en los que se encontraba el nombre de México en el exterior por lo que implementó diversas acciones para contrarrestar y transformar la visualización del nombre de México en el ámbito mundial.³⁹

Es así que a través de la Secretaria de Relaciones Exteriores en enero de 2011 en la 22ª reunión de Embajadores y Cónsules de México con sede en la SRE, y por medio de la entonces titular de dicha secretaria Patricia Espinoza se invitó al pleno a elevar el nombre de México a recuperar y ampliar los mercados, los turistas y las inversiones a pesar de las circunstancias que vivía el país, es así que los embajadores y miembros diplomáticos en los diferentes países cooperarían en las acciones y programas con los que se pudiera restablecer una mejor política exterior que beneficiara a México.⁴⁰

En cuanto a las estrategias que se aprobaron e implementaron por el gobierno Federal fueron las que desarrolló la Secretaría de Turismo, dirigidas por el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) en las que se proponía una diversidad de campañas entre las que destacan producciones televisivas nacionales y extranjeras, páginas de internet, anuncios en revistas y periódicos extranjeros, pláticas con la iniciativa privada en el exterior y una mayor participación de México en ferias internacionales, es decir, acciones que

³⁹ El universal “Afecta a México la imagen del gobierno” en www.eluniversal.com.mx/primer/34409.html, consulta 28 de diciembre de 2012.

⁴⁰ Cfr. Sipse “Pide SRE a embajadores recuperar imagen de México” en www.sipse.com/archivo/83109-pide-embajadores-recuperar-imagen-mexico.html, consulta 29 de diciembre 2012.

fomentaran una mejor imagen de México en cuanto a captación de visitantes para sus destinos turísticos, inversión para la industria pero sobre todo de un ambiente de seguridad a pesar de la ola de violencia en territorio nacional. Estos esfuerzos iban dirigidos a todo el mundo, pero con especial énfasis en nuestros vecinos del norte, debido a los acuerdos comerciales que se tienen con ellos y a la cercanía geográfica.

De tal manera, en el presente capítulo sólo nos enfocaremos en revisar los programas que implementó el gobierno de México hacia el público canadiense resultado de la afectación en el auditorio a través de la prensa.

3.1 Programas

Se pueden documentar seis programas que fueron puestos en marcha entre el público canadiense durante el periodo analizado. Éstos se centraron en invitar al canadiense a cambiar su mala perspectiva formada por las aseveraciones de la prensa; comentarios de familiares que alguna vez hubieran visitado México y que se llevaron una mala impresión; o, simplemente, por los resultados de las encuestas de opinión pública publicadas con previa anterioridad.

Los programas son:

- *México, The place you thought you knew* (México el lugar que tu creías conocer)
- *México taxi Project* (Proyecto taxi México)
- *Mundo maya*
- *Welcome Back*
- Promoción de la marca México por medio de páginas de internet.
- Ferias turísticas y comerciales

3.2 Objetivos y descripción de los programas

México the place you thought you knew (México el lugar que creías Conocer)



Imagen 5: Logotipo tomado de www.mexicanatheart.com/ 10 de enero 2013.

Durante Mayo de 2010 se lanzó esta campaña que, desde su nombre en idioma inglés, está enfocada al auditorio de Norteamérica: Canadá y Estados Unidos, su principal objetivo es limpiar la mala imagen de México e incrementar la intención de viaje.

La mercadotecnia que se utiliza en esta campaña es crear en el auditorio una mayor curiosidad sobre sitios turísticos con una riqueza cultural y natural al igual que ciudades cosmopolitas que muchos extranjeros no pensarían que se encuentran en México, al igual que promover el gasto y la estadía promedio de los visitantes.⁴¹

El mercado al que está dirigida esta campaña es a personas entre 35 y 64 años con un poder adquisitivo de más de 75,000 dólares anuales y que estén dispuestos a conocer y permanecer en el país por más tiempo en su visita.⁴²

Las modalidades en la que se desplegó esta estrategia fueron anuncios en medios electrónicos como YouTube, Travel weekly, espectaculares en diferentes ciudades de Canadá y por televisión en los siguientes canales: Discovery Channel, Food Network, así como en revistas y folletos en ferias turísticas.

⁴¹Consejo de Promoción Turística de México “Informe de Rendición de cuentas 2006-2012” en www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/resources/LocalContent/8103/6/irc_cptm_2.pdf, consulta 10 de enero 2013.

⁴² Presidencia de la Republica “Cuarto informe de Ejecución del plan nacional de desarrollo 2007-2012” en www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/CuartoInformeEjecucion/2_9.pdf, consulta 9 de enero de 2013.

La inversión del programa, tan sólo en Internet de enero a junio de 2012, de acuerdo al informe del consejo de promoción turística de México para Estados Unidos y Canadá fue de 45.9 millones de pesos.⁴³

México Taxi Project (Proyecto Taxi México)



Imagen 6: Logotipo tomado de www.creativanewsletter.com/archives/7062, 11 de enero 2013.

Esta campaña fue lanzada por el consejo de promoción turística de México en noviembre de 2011, a través de la empresa Publicis México, el Slogan que se maneja es “Gente Real, Historias reales, el México real.”

Su objetivo principal es mostrar un video con testimonio real de turistas canadienses que se encuentran regresando de puntos turísticos mexicanos al aeropuerto de Montreal Canadá y abordan un Taxi con una cámara escondida, en él, su chofer les pregunta sobre el lugar de procedencia, el clima que tuvieron, del servicio que recibieron pero sobre todo: cómo les pareció la experiencia de haber viajado a México, todo con el objetivo de mostrar al público canadiense el México del que no se habla favorablemente en la prensa.

La campaña está desplegada en los canales televisivos canadienses de CNN, Discovery Channel, en páginas electrónicas como YouTube, Yahoo, Pandora y Travel Channel, así como en su página www.taxiproject.com o por medio de Facebook; también se presentaron espectaculares en las ciudades de

⁴³Consejo de promoción Turística de México “Informe de la dirección general correspondiente al segundo trimestre “ en www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/resources/LocalContent/6633/60/INFORMEDG2TRIMESTRE2012.pdf, consulta 13 de enero 2013.

Vancouver, Toronto y Montreal invitando a las personas a acceder a las páginas antes mencionadas.⁴⁴

La inversión inicial de este proyecto en 2011 por parte del CPTM fue de 30 millones de dólares, su creatividad y forma en la que se han recabado los videos ha permitido que los turistas canadienses se imaginen, con ayuda de la opinión de connacionales, cómo serían sus vacaciones en México pues en los testimoniales no se habla de ningún hecho violento del cual hayan sido víctima los entrevistados.⁴⁵

Mundo Maya



Imagen 7: Logotipo tomado de www.mundomaya.travel/. 11 de enero 2013.

La campaña Mundo maya que cuenta con el slogan “La cuenta que hará historia, una era que comienza” es un proyecto que lanzó la CPTM a nivel internacional en junio de 2011, esta campaña fue inaugurada por el presidente Calderón y tiene como objetivo mostrar al mundo la riqueza arqueológica con que cuentan los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán; igualmente se invita al turista a visitar los puntos culturales, de sol y playa y a tomar cruceros hacia la zona del sureste mexicano y de centroamérica.

⁴⁴ Consejo promoción Turística de México “ Acta de la cuarta sesion Ordinaria del año 2011” en www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/resources/LocalContent/7583/2/Acta_Cuarta_Sesion_2011.pdf, consulta 11 de enero 2013.

⁴⁶ Nagie Myers Gay, “México launches Taxi project ads employing testimonials” en www.travelweekly.com/Mexico-Travel/Mexico-launches-%E2%80%98Taxi-Project%E2%80%99-ads-employing-testimonials/, Consulta 11 de enero 2013.

Esta iniciativa se proyectó con el afán de hacer uso de los mensajes del fin de una nueva era establecidos en el calendario maya contemplados para el 21 de diciembre del 2012, anuncio que causaba expectación en la población internacional, pues deseaban saber si era un mito o una realidad estas profecías.

En 2012 la inversión que se requirió para este proyecto fue de 110 millones de pesos⁴⁶ y se centró en la promoción de rutas de la zona maya mostrando su riqueza gastronómica y natural, así como haciendo alusión de que la zona sureste del país se encontraba a salvo de la ola de violencia que permanecía en el norte de México.

La difusión de esta campaña en Canadá se realizó a través de medios impresos, ferias turísticas, así como en una exposición de 250 piezas arqueológicas en Toronto y Ottawa del 9 de abril al 28 de octubre de 2012⁴⁷, al igual que en medios electrónicos como YouTube, Facebook, Twitter y la página principal de la campaña www.mundomaya.travel en la que se presenta la información de los destinos, las agencias de viajes y aerolíneas que ofertan lugares donde se pueden alojar, comer y las actividades que se pueden realizar dentro de la zona.

⁴⁶ Secretaría de Turismo “Boletín 16 Creció 10.3 por ciento llegada de visitantes a destinos del mundo maya” en www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_16_, consulta 11 de enero 2013.

⁴⁷ Notimex, “Exhibirán secretos del mundo maya en Canadá” en www.eluniversal.com.mx/notas/763309.html, consulta 11 de enero 2013.

Welcome Back (Bienvenidos de Nuevo)

Esta campaña lanzada en junio de 2009 fue una iniciativa emergente del gobierno mexicano como respuesta a la pandemia de la gripe AH1N1, que surge en México en marzo del mismo año, esta enfermedad produjo en nuestro país daños en el ámbito de salud y la economía; e igualmente afectó la imagen de México en el extranjero, pues ante la prevención sanitaria de no contraer el virus los canadienses al igual que otros turistas disminuyeron su decisión para realizar viajes a México durante varios meses en 2009, teniendo así otro motivo sumado al de la violencia para su percepción de la imagen negativa y peligrosa de este país.⁴⁸

Ante los daños y a la pérdida de 8 mil millones de dólares en 2009⁴⁹ en el sector turístico, la Secretaria de Turismo implemento *Welcome Back* como una medida de recuperación de turistas y un reposicionamiento de la marca México en Estados Unidos y Canadá.

Esta campaña en Canadá tuvo dos etapas, la primera se llamó “*Welcome Back*”, les hacía recordar a los canadienses los momentos que los unen a México; en la segunda etapa llamada “*México its time to go*” se les presentaba a los usuarios las ofertas y paquetes en promoción invitándolos a viajar de nuevo a México.

Este proyecto tuvo un medio de difusión electrónico y a través de spots de televisión, al igual que la suma de diferentes tour operadores canadienses como *Air Canada Vacations, Air Transat, Signature Vacations, Sunwing, Thomas Cook Total Vacations y WestJet.*

⁴⁸ Cfr. Secretaria de Turismo “Boletín 067 Inicia Campaña de Promoción turística Welcome back en Norteamérica” en www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Boletin_067_Inicia_Campana_de_Promocion_Turis, consulta 14 de enero 2013.

⁴⁹ Cfr. Valadez Roberto “Perdió el sector Turístico 8 mil mdd en 2009 por Influenza AH1N1” en www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/d1da5a413211e7f1e30c99ab490a05ea, consulta 14 de enero 2013.

Promoción de la marca México por medio de páginas de internet

El Consejo de Promoción Turística de México teniendo como objetivo el promover y atraer los flujos de visitantes hacia México en el exterior, ha implementado además de las campañas institucionales mencionadas en este capítulo una serie de páginas electrónicas en idioma Ingles con información turística que son promovidas en el internet así como en anuncios televisivos, dichas paginas muestran las riquezas naturales, arqueológicas, y culturales con las que cuenta México, los sitios web que se encuentran disponibles son:

www.visitmexico.com⁵⁰. Esta dirección electrónica se podría definir como la página madre que contiene, además de la información relevante que ofrece nuestro país a el extranjero, todas y cada una de las campañas y programas de los cuales he hablado con anterioridad, esta página está disponible en 8 diferentes idiomas y por medio de ella el turista puede elegir de la amplia gama de actividades y destinos el que considera interesante llevando al cliente hasta el punto de adquirir la compra de alguna estancia en México. Esta misma página presenta también algunas noticias sobre el país y su condición entorno a la violencia esta brinda al usuario la confiabilidad y la solución de las dudas en torno a la imagen de México en el exterior.

www.mexicotoday.org⁵¹. Esta página de internet es parte de la campaña de promoción turística que mantiene México en Europa así como para los países de habla inglesa, francesa, alemana y española, el objetivo de este sitio es presentar al México real y actual, entre sus artículos el cibernauta puede conocer a México por medio del deporte, la cultura, medio ambiente, economía y la posición de México en varios aspectos a nivel mundial. Es precisamente en esta página que el canadiense puede ver reportajes de personajes del medio cinematográfico, atletas y

⁵⁰ Consultado el 15 de enero de 2013.

⁵¹ Consultado el 15 de enero de 2013

personalidades reconocidas las cuales cuentan su experiencia al visitar diferentes puntos turísticos los cuales les han ofrecido satisfacción y seguridad en todo momento. Dentro del área económica esta página también invita a los inversionistas extranjeros a confiar en México y de esta forma brindándoles la apertura para el establecimiento de nuevas empresas con capital extranjero.

www.embamex.sre.gob.mx/canada_eng⁵². En esta sección de las páginas electrónicas que promocionan a México en Canadá, quisiera señalar el papel fundamental que realiza la Secretaria de Relaciones Exteriores por medio de la página de la embajada diplomática en Canadá, la cual despliega información necesaria sobre los sucesos verdaderos que acontecen en México y que son de interés para el canadiense, como también información turística relevante del país, este portal también brinda una serie de artículos sobre la cultura mexicana y testimoniales de canadienses como de la misma prensa de aquel país quienes hablan favorablemente sobre destinos turísticos, lo cual ayuda al gobierno mexicano a impulsar una buena imagen ante Canadá.

⁵² Consultado el 15 de enero de 2013

Ferias Turísticas y Comerciales

Como iniciativa para recuperar la imagen de nuestro país y el turismo proveniente de Canadá, se redobló la participación de México en eventos de aquella nación, para promocionar la inversión y el comercio aunado a la estrategia para invitar al turismo a fijar sus ojos en destinos dentro del territorio Mexicano.

Los eventos en 2011 que patrocinó el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y la Secretaría de Economía por medio del Consejo para el Fomento de la Inversión Internacional (PROMEXICO) fueron los celebrados en el siguiente cuadro 7:

Cuadro 7: Eventos de promoción turística de la CPTM en Canadá en 2011

Nombre de la feria	Lugar	Fecha	Tipo	Segmento	Presupuesto asignado
Incentive Works (CMITS)	Toronto	Agosto 23 - 24	Feria internacional	Reuniones	1,900,000.00
SITV (Salón Internacional de Turismo y Viajes)	Montreal	Octubre 21 - 23	Feria internacional	LEISURE	2,200,000.00

Fuente: Elaboración propia con información del Calendario de eventos 2011 disponible en www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/resources/LocalContent/7801/12/CALENDARIO_EVENTOS_11.pdf

México también participó en este mismo año en Canadá en otros 46 eventos de acuerdo al calendario de la CPTM⁵³ donde se tuvieron demostraciones de la marca México, en ciudades como Halifax, Vancouver, Toronto, Montreal, Calgary, Ottawa.

⁵³ Cfr. Consejo de promoción Turística de México “Calendario de Ferias internacionales 2011 en www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/resources/LocalContent/7801/12/CALENDARIO_EVENTOS_11.pdf, consulta 14 de enero 2013.

Dentro del área de comercio e inversión en junio de 2011 se realizó en Ottawa el primer foro “Business2business Canadá-México” o mejor conocido como (Mexday) que fue organizado por la Secretaria de Economía y el Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior junto con la ayuda de la embajada de nuestro país en Canadá, este evento que tenía como objetivo incrementar los flujos de comercio y la inversión bilateral y eliminar la imagen de inseguridad de México ante los inversionistas extranjeros obtuvo una asistencia de 347 personas, que representaban a más de 55 empresas y los gobiernos de ambos países, el costo operacional de este evento fue de 250,000 dólares canadienses.⁵⁴

En 2012 las oficinas del CPTM en Canadá realizaron una serie de seminarios sobre México en 14 ciudades, enfatizando el mensaje de seguridad y atributos de nuestro país sobre otros destinos teniendo una audiencia de más de 1000 agentes de viajes.⁵⁵ Se participó en la feria internacional Incentive Show que es la 2 más importante en Norteamérica y que se realizó en Toronto en el mismo año.

En el primer semestre de este mismo año, y de acuerdo al 6º informe de labores del gobierno federal, se implementaron 158 campañas cooperativas en Estados Unidos y Canadá con el financiamiento de 21 estados de la República Mexicana, la CPTM y socios comerciales con una inversión 396.8 millones de pesos entre los socios comerciales se encuentran las aerolíneas de mayor flujo de turistas de Canadá al igual que los tour operadores mayoristas del mismo país.

⁵⁴ Cfr. Secretaria de Economía “Foro de Negocios Canada México Primer Mexday in Canada” Reporte Final” en www.economia.gob.mx/files/Canada_Reporte_Final_MexDay_%2819jul11%29.pdf consulta 13 de enero de 2013.

⁵⁵ *Op cit.* Pg. 55

3.3 Resultados de los programas

Al hablar de los resultados que arrojan los diferentes programas y campañas ejecutadas en el exterior a partir de 2009 y hasta el final de la administración del Presidente Felipe Calderón en 2012, es importante mencionar que los datos estadísticos y de referencia obtenidos son de manera general de los programas analizados en esta tesis, por lo que de manera precisa informaré lo que pude obtener de las páginas electrónicas de las diferentes dependencias que tuvieron a su cargo el rescate de la imagen de México en Canadá.

- ❖ En el proyecto ***México the place you thought you knew*** en 2010 se obtuvo un alcance en los Estados Unidos y Canadá del 75% del público objetivo y alcanzó una recordación del 49%. de acuerdo con la evaluación publicitaria el 86% de las personas que vieron la publicidad afirmaron que México les parecía más atractivo y el 66% manifestó que aumentó la probabilidad de que visite México, es decir ante la realización de este programa la imagen de nuestro país en Norteamérica estaba teniendo resultados a siete meses de inicio del mismo.⁵⁶

Desde su lanzamiento en 2010 esta campaña ha tenido como resultado una mayor estimulación en el turista de Canadá y por esta razón se le otorgaron dos reconocimientos *Sabré Gold* en el 2012 de la asociación *The Holmes Report* quien se encarga de la industria de las relaciones publicas en los niveles de creatividad y efectividad.

- ❖ En la campaña ***México Taxi Project*** los resultados presentados por la CPTM son: durante las primeras dos semanas de lanzamiento se contó con más de 134 mil reproducciones de video, más de 90 mil reproducciones de canal en YouTube, más 51 mil páginas de visitas al sitio

⁵⁶ *Op cit. Pg. 55*

especial mexicotaxiproject.com y más de tres mil LIKES en Facebook.⁵⁷ Según el 6º informe de labores de la Secretaría de Turismo, en el año 2012 esta campaña alcanzó 12,000 seguidores en Twitter y Facebook lo que consolidó la vía para difundir las virtudes de México en el extranjero. Esta misma campaña fue premiada en 2012 con el reconocimiento Effie de Oro, que otorga la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP) como el mejor proyecto en publicidad que alcanzó su auditorio y supera sus objetivos⁵⁸.

- ❖ Los resultados en el programa **Mundo Maya** que inició en 2011 con un crecimiento del 10.3% de los meses de julio a diciembre del mismo año con respecto a las cifras del 2010, en cuanto a flujo internacional, en este mismo periodo se recibió en la zona sureste a 326 mil 591 visitantes canadienses lo cual produjo un incremento de 11.4 por ciento⁵⁹. En agosto de 2012 se creó una revista impresa como digital en diferentes formatos con el nombre the Mayan world en donde se describen las macro rutas la cual ha tenido buen éxito pues se tiene 3214 descargas en mes según lo informa el informe de rendición de cuentas de la CPTM 2006 -2012.

- ❖ El programa **Welcome back** como estrategia emergente para atraer de nuevo a los turistas en el año 2009 también obtuvo resultados favorables: 2 millones 400 mil turistas a nivel internacional visitaron México en diciembre de 2009, cifra superior a la que se alcanzó en 2008. La imagen de México en Canadá como en otros países entorno a la situación de la influenza

⁵⁷ *Op cit. Pg. 56*

⁵⁸ Cfr. Presencia México “Gana “México Taxi Project” (CPTM), Premio por Campañas de Promoción en EU y Canadá” en www.presenciamexico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=11182:gana-mexico-taxi-project-cptm-premio-por-campanas-de-promocion-en-eu-y-canada&catid=73:turismo &Itemid = 41, consulta 15 de enero 2013.

⁵⁹Secretaría de Turismo “Boletín 16 Creció 10.3 por ciento llegada de visitantes extranjeros a los destinos del Mundo Maya” en www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_16_, consulta 15 de enero 2013.

AH1N1 fue tranquilizada en conjunto con las medidas de prevención en la salud mundial, los turistas se tranquilizaron y algunos optaron por escoger destinos turísticos Mexicanos.⁶⁰

- ❖ En cuanto a resultados en la **promoción de la marca México por medio de páginas de internet** la página www.visitmexico.com ha tenido una gran difusión, y registraba un total de 4, 589,893 de visitas al 30 de septiembre de 2012. Esta misma página en su canal en YouTube en el mismo año tuvo la difusión de 113 videos promocionales de la república Mexicana que alcanzaron 697 mil reproducciones en 25 países.⁶¹ La página www.méxicotoday.org en este mismo año obtuvo una mayor difusión en páginas de redes sociales como Facebook, YouTube y Twitter obteniendo de esta forma 9 mil 600 seguidores.⁶²
- ❖ Los resultados encontrados en cuanto a **Ferias Turísticas y Comerciales** son los siguientes: tras celebrarse el primer Mexday en Ottawa en 2011, empresas del ámbito aeroespacial, automotriz y bancos realizaron negociaciones con los gobiernos de los Estados de México, Querétaro, Chihuahua, San Luis Potosí y Puebla para establecer negocios y la implementación de operaciones en territorio mexicano. Aunado a una respuesta positiva para seguir implementando este tipo de ferias comerciales para el fortalecimiento de la industria bilateral eliminando de este modo incertidumbre causada por los procesos violentos que se tienen presentes en el territorio Mexicano.⁶³

⁶⁰ Secretaria de Turismo “Boletín 011 Registra Actividad Turística Recuperación para Cierre del 2009” en www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Boletin_011_Registra_Actividad_Turística_Recu, consulta 14 de enero de 2013.

⁶¹ Cfr. Secretaria de Turismo “6o Informe de labores Sector” en www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/5784/1/images/SECTUR_6TO_INFORME_LABORES.pdf consulta 15 de enero 2013.

⁶² *Op cit. Pg. 55*

⁶³ *Op cit. Pg. 65*

De manera general, y a título personal, puedo señalar que el producto de dichas campañas ha ayudado tanto a la industria turística como al sector económico a seguir contando con un flujo constante de turistas e inversionistas hacia nuestro país, también ha fortalecido y enlazado a la iniciativa privada y al gobierno mexicano con la creación de acuerdos que ayudaron a las aerolíneas a expandir la gama de posibilidades en destinos y con ello, un mayor flujo de turistas Canadienses hacia México.

Como resultado, algunas campañas a inicio de 2013 cuentan aún con presupuesto y una vigencia en el mercado canadiense otras han pasado a la historia y algunas como México taxi proyect se mantienen en la incertidumbre pues a partir del 20 de diciembre su página en Internet se encuentra dada de baja, aunque aún se pueden consultar sus videos en otras webs como YouTube.

En cuanto a la participación de la prensa canadiense y su postura ante las estrategias del gobierno mexicano puedo mencionar que se realizaron publicaciones en las que informaban a la población que México buscaba atraer a los turistas canadienses pero también haciendo comentarios que dejaban en entredicho si era ya seguro viajar a nuestro país o no.

Al realizar el análisis de los resultados de estas campañas puedo señalar que la imagen de México en Canadá fue promovida tratando de mantener al número de turistas que viajan hacia nuestro país cada año, sin embargo el papel de la prensa canadiense a enero de 2013 continua en una postura que afecta a México lo que produce que los turistas que toman la decisión de viajar a nuestro país vengan aun con el temor de sufrir cualquier acto de violencia, manteniéndolos alertas en todo momento de cualquier persona y/o lugar en el que se encuentren.

Conclusiones

Con base en la teoría de Sistemas, se buscó darle un soporte teórico a esta investigación, con la finalidad de darle un mejor entendimiento a las causas de la afectación de la imagen de México en la prensa canadiense y a la repercusión que genera la violencia en la población de aquel país, dando como resultado a esta averiguación diferentes deducciones que son importantes dentro del estudio de las Relaciones Internacionales pues en ellas intervienen una problemática entre dos Estados con una estrecha relación comercial, turística y estratégica pero sobretodo fundamental para la economía de Norteamérica.

En principio puedo señalar que la violencia en nuestro país durante el último sexenio corresponde a las debilidades acumuladas del Estado mexicano en gobiernos anteriores, por ello las instituciones encargadas de la seguridad pública han enfrentado retos no antes vistos, al mismo tiempo que la sociedad mexicana se desenvuelve en transformaciones importantes llevándola cada día a acostumbrarse a la falta de seguridad y a ser objeto de la violencia misma; en algunas regiones del país, existe un proceso de destrucción social donde la pobreza, la falta de oportunidades y la desigualdad han fomentado el fortalecimiento del crimen organizado y el narcotráfico y la trata de personas.

De ahí la importancia de que en México surja un gobierno leal, objetivo con el ánimo de cambiar la historia que se escribe de nuestro país, que no le de vuelta al asunto dando paliativos que simplemente fomentan aún más la violencia; nuestro país requiere de una coordinación política que impulse la educación, empleos dignos, de leyes que regulen y castiguen a los que participan en estos hechos, a un verdadero cumplimiento de las condenas para los sentenciados pues hoy en día es muy fácil liberar por compromisos políticos o corrupción a cualquier individuo dejando así que la injusticia se apodere de los más altos tribunales de este país.

Las estadísticas de la violencia en México también son resultado de la falta de participación de la población mexicana, pues como sociedad hemos sido conformistas con lo que nos presenta el gobierno, no nos preocupa estar informados y mucho menos ser partícipes de propuestas que exijan un cambio al gobierno para el beneficio propio, si no que al contrario muchos han optado por ser víctimas y otros son apoyo para los carteles de la droga pues es la salida más generosa la cual les puede ofrecer la vida que todo mexicano soñara si no hubiera desigualdad.

Pero también puedo señalar que parte de esta ola de violencia es generada por los Estados Unidos y Canadá pues son los países receptores de la droga, los que también proveen de armas para que la distribución de droga llegue a sus consumidores a pesar del esfuerzo del gobierno mexicano. Y es aquí donde concluyo que puedo cuestionar al mismo turista norteamericano quien consume drogas provenientes de nuestro país, ¿Porque tienes miedo de la violencia en México si tú eres el causante de que ésta se genere? la respuesta es sencilla es otra cultura, es un tema que no se reconoce claramente entre gobiernos y a pesar de ser dependientes cuentan con otro nivel económico que les permite desligarse ante la situación.

Dejando a un lado el foco rojo que atrajo una afectación de la imagen de México es necesario que señale que vivimos en un mundo globalizado en donde mediante el uso de la tecnología puedes visualizar de manera inmediata los sucesos que se presentan del otro lado del mundo; siendo así que los medios de comunicación y ahora las redes sociales tengan como finalidad de vender lo que presentan, de mantener cautivo al auditorio, de presentar noticias reales con nota roja las cuales les permitan mantener los niveles de audiencia requeridos.

Ante esto puedo indicar que el papel de la prensa canadiense al presentar noticias sobre la violencia en nuestro país obedece a la importancia que México representa para su nación, así como cualquier otra nota con contenido violento tal es el caso de Medio Oriente o de Afganistán quienes son también fuentes generadoras de noticias, pues en su territorio se encuentran soldados canadienses quienes luchan en contra del terrorismo. Por lo tanto se puede señalar que el rol de la prensa ha sido simplemente el medio transmisor de los sucesos que ocurren en nuestro país o cualquier parte del mundo

No obstante de entender el papel de la prensa en la población se puede evidenciar que los medios utilizados para informar no favorecieron a México, pues en la mayoría de las notas referentes a la violencia se presentó de manera alarmante y también en tono humillante al gobierno mexicano, a las cifras de muertos pero de manera especial a los casos correspondientes a canadienses víctimas de la violencia en nuestro país, provocando que se tuviera una afectación palpable que infundió miedo e inseguridad en el público para tener acercamientos con México.

Se puede subrayar que la afectación que surge de manera nacional fue exaltada en los medios internacionales acrecentando aún más el problema y que a pesar de los esfuerzos que se han realizado por rescatar la imagen del nombre de México, mientras no haya un cese a la violencia y un cambio radical en nuestro país la prensa no dejara de seguir enfocando y transmitiendo este tipo de noticias a su público es así que veo por cumplido uno de los objetivos establecidos para este trabajo al sustentar que la prensa es la fuente generadora de noticias y que mediante sus medios informativos puede ayudar a emitir un juicio perjudicial hacia cierto problema que en este caso fue la violencia en México como herramienta para una afectación en Canada.

En cuanto a los más de ciento doce canadienses víctimas de la violencia en nuestro territorio en el sexenio 2006-2012 puedo señalar que de algunos de sus crímenes si fueron perpetrados al estar en el momento y en el lugar equivocados y ser víctima de grupos criminales y a los cuales se les debe dar justicia, pero en el análisis de otros casos considero que los mismos canadienses se encontraban relacionados con la compra de drogas o sujetos de accidentes que muchas veces ellos provocaron pero que ante la prensa fueron hechos de negligencia por parte del gobierno mexicano y que se pudieron haber evitado. Cabe señalar que como resultado de la participación misma del gobierno canadiense al desplegar en sus medios oficiales una recomendación de precaución de viaje a México también ha contribuido al crecimiento de esta afectación pues ante estos reportes el canadiense mantiene una postura insegura de viajar o no a México o de hacer o no negocios en nuestro país, por lo que considero que en esta problemática ha sido fundamental también la opinión de su propio gobierno.

Es importante señalar que el canadiense es una persona pacífica pues vive inmersa en otra cultura en donde la justicia y el apego a los derechos que le proporciona su gobierno les dan las armas para determinar en donde su persona se encuentra segura o no, pero también puedo señalar que toda persona puede dejarse llevar por comentarios que no le proporcionan algún beneficio si no que crean en ellos otra conciencia, y más aún que no toda persona puede tener el mismo grado de información fidedigna lo cual le hace vulnerable a propagar circunstancias en donde no las hay, es así que también la imagen de México fue objeto de aseveraciones que no tienen fundamento o que van más allá de lo real.

Puedo resaltar que al analizar la información de los programas empleados en Canadá por medio de las Secretarías de Turismo, Relaciones Exteriores y Economía y sus Organismos como el CPTM y PROMEXICO cuentan con una amplia información electrónica sobre sus objetivos, su forma operacional, reconocimientos y propaganda mencionados en esta tesina pero que cuentan con escasa información sobre los resultados arrojados de las mismas, por lo que

tomando en cuenta esto y de manera deductiva puedo señalar que dichos programas han ayudado a mejorar la imagen de México en Canadá pues se han desplegado en los medios de comunicación una nueva imagen de un México amigable que busca nuevos clientes lo cual ha ayudado a mantener el número en el flujo de visitantes provenientes de Canadá.

A pesar de las campañas puedo señalar que un porcentaje de los turistas canadienses que visitan nuestro país mantienen aún medidas de precaución y seguridad ante su internamiento en territorio mexicano pues en sus medios de comunicación a enero de 2013 les siguen informando de la situación violenta que ocurre en algunas zonas de nuestro país. Considero importante señalar que todos los programas tienen o tuvieron un objetivo esencial el de rescatar a México de una conceptualización roja llena de sangre en la que nos tienen muchos países, esfuerzos que no han sido suficientes se necesita redoblar este tipo de iniciativas pero sobre todo trabajar de manera interna en nuestro gobierno y territorio para hacer decrecer esta ola de violencia, “El problema se refleja en el exterior pero su raíz esta en México”

Se concluye satisfactoriamente que la hipótesis planteada al igual que los objetivos propuestos para la elaboración de este trabajo se han cumplido pues durante el desarrollo de este trabajo afirmé que hay una afectación de la imagen de México en la opinión pública canadiense derivado al rol que ejerció la prensa al presentar noticias, imágenes, cifras y lo concerniente a connacionales tras hechos de violencia en México. Al igual enfatizar que durante mi narrativa sobre los objetivos que claramente fui demostrando.

De manera general puedo concluir que nadie me dirá, ni platicará que imagen representamos en Canada, al igual que otros mexicanos, viví por 2 años excusando a mi propio gobierno y la problemática que representa ante la sociedad canadiense, experimente la tristeza que se origina a partir de escuchar que otros critican tus orígenes, aprendí la otra forma de ver a México y a reconocer que se

necesitan crear nuevas acciones para que se pueda recibir a los turistas con los brazos abiertos.

Considero que ante la oportunidad que obtuve de estar en el momento preciso en el que este tema se originó en la población canadiense, tengo las bases para afirmar que las noticias fueron reales, los medios exagerados, un impacto palpable pero acciones que no contuvieron una afectación mayúscula sobre la visión de México y que prevalece y seguirá hasta que no cese la violencia.

Este problema internacional me ayudó a contemplar de manera específica lo que aprendí dentro de las aulas al estudiar la Licenciatura en Relaciones Internacionales, a analizar los entes generadores, a comprender la importancia de la diplomacia, de la política exterior, del turismo internacional, pero sobre todo a estar consiente que ante esta problemática México necesita de profesionales que donde quiera que se encuentren representen como embajadores una buena imagen de nuestro país, pues a pesar de la violencia en México hay alegría, cultura, una historia de lucha, pero sobre todo una identidad propia.

Bibliografía

1. Arenal, Celestino del. *Introducción a las relaciones internacionales*, España: Edit. Tecnos, 2007, 495pp.
2. Corsi, J; *Violencia familiar: una mirada interdisciplinaria sobre un grave problema social*, Buenos Aires: Edit., Paidós. 1994, 254pp.
3. García Silberman, Sarah; *Medios de Comunicación y Violencia*, México D.F: Edit. Fondo de Cultura Económica, 1998, 519 pp.
4. Gutiérrez - Hacez, Teresa; *Canadá un Estado Posmoderno*, México, D.F.: Edit. Plaza y Valdez Editores, 2000, 560 pp.
5. Reisinger, Ivette; *International tourism- Cultures and Behavior*, Estados Unidos: Edit. Elsevier, 2009, 430pp.
6. Soria, Carlos; *Prensa, paz, violencia y terrorismo*, Pamplona, España.: Edit. Universidad de Navarra, 1990, 154 pp.

Hemerografía

1. Animal Político, “Sólo 29% de los canadienses vendrían a México: Encuesta” Animal político, 6 febrero 2012, en www.animalpolitico.com/2012/02/solo-29-de-los-canadienses-vendrian-a-mexico-encuesta/, consulta 19 diciembre 2012.
2. Bryan Victoria, “Mexico seeks new tourists despite drug wars”, Intelligencer, 23 mayo, 2012, en www.intelligencer.ca/2012/05/23/mexico-seeks-new-tourists-despite-drug-wars, consulta 15 octubre 2012.
3. CBC Radio “Mexican Holiday horror” CBC Radio Canada 25 enero de 2012, en <http://www.cbc.ca/thecurrent/episode/2012/01/25/mexican-holiday-horror/>, consulta 10 diciembre de 2012.
4. CNN México, “El gobierno de México reconoce más de 30000 muertes violentas desde 2006,” CNN México, 16 diciembre 2010, en www.mexico.cnn.com/nacional/2010/12/16/el-gobierno-de-mexico-reconoce-mas-de-30000-muertes-violentas-desde-2006, consulta diciembre de 2012.
5. Contreras Jorge, “Canadian tourist alleges rape by Mexico pólíce”, Toronto sun, enero18, 2011, en www.torontosun.com/news/canada/2011/01/18/16933246.html, consulta 13 octubre 2012.
6. Contreras Jorge, “Families of Canadians slain in Mexico want feds to act”, Toronto sun, julio 17, 2011 en www.torontosun.com/2011/07/17/families-of-canadians-slain-in-mexico-want-feds-to-act, consulta 12 octubre 2012.

7. Dauvergne Mia, “ Adult correctional statistics in Canada, 2010/2011” Canadian Centre for Justice Statistics, 11 octubre 2012 en www.statcan.gc.ca/pub/85-002-x/2012001/article/11715-eng.pdf, consulta 19 diciembre de 2012.
8. English Douhg, “Caution key in México”, Toronto sun, abril 26, 2012, en www.torontosun.com/2012/04/24/caution-key-in-mexico, consulta 14 octubre 2012.
9. Gómez Thelma, “Gastan 900 mdp en mejorar imagen” El universal, 19 agosto 2012, en www.eluniversal.com.mx/notas/865102.html, consulta 23 diciembre de 2012.
10. Jiménez Bautista, Francisco; “Conocer para comprender la violencia: origen, causas y realidad” Convergencia, revista de Ciencias Sociales, vol. 19, núm. 58, enero-abril 2012, UNAM, México en www.redalyc.org/redalyc/pdf/105/10520680001.pdf, consulta 10 octubre 2012.
11. Jiménez Mariana, “Canadá y México: relaciones con los medios de comunicación” Canadá entre las naciones en <http://dev.ctpl.thejibe.com/sites/default/files/JimenezSP.pdf>, consulta diciembre 2012.
12. León Mariana, “México entre los países más violentos” El universal 13 Junio 2012, en www.eluniversal.com.mx/nacion/197478.html, consulta 25 diciembre de 2012.
13. Mendoza Hernández, Enrique, “Cinco años de guerra, 60 mil muertos” Proceso, Núm.1832, 10 diciembre 2011, en www.proceso.com.mx/?p=290774, consulta 10 noviembre 2012.

14. Notimex, “Exhibirán secretos del mundo maya en Canadá” El universal, 4 mayo de 2011 en www.eluniversal.com.mx/notas/763309.html, consulta 11 de enero de 2013.
15. Perreault Samuel “Homicide in Canadá 2011” Canadian Centre for Justice Statistics, 4 diciembre 2012, en www.statcan.gc.ca/pub/85-002-x/2012001/article/11738-eng.pdf, consulta 20 diciembre de 2012.
16. Pierre-Marc René, “Turismo canadiense rehúye venir al país”, Excélsior, 22 de enero de 2011 en www.excelsior.com.mx/2011/01/_22/nacional/706696, consulta 11 diciembre de 2012.
17. Platt Michael, “Attack on Calgary woman in Mexico a familiar refrain for grieving Albertan”, Calgary Sun, enero 23, 2012, en www.torontosun.com/2012/01/23/attack-on-calgary-woman-in-mexico-a-familiar-refrain-for-grieving-albertan, consulta 10 octubre 2012
18. QMI Agency, “Canadian killed in México”, Toronto sun, agosto 04, 2012, en www.torontosun.com/2012/08/04/canadian-killed-in-mexico, consulta 11 octubre 2012.
19. Redacción – El universal, “ Listado completo de los mejores países para vivir” El universal 6 octubre de 2009 en www.eluniversal.com.mx/notas/631201.html, consulta 26 diciembre de 2012.
20. Redacción- El universal “Afecta a México la Imagen del Gobierno” El universal 10 febrero de 2010 en www.eluniversal.com.mx/primera/34409.html, consulta 28 diciembre de 2012.

21. Shannon Brennan “Police-reported crime statistics in Canada, 2011” Component of Statistics Canada julio 24 2012, en www.statcan.gc.ca/pub/85-002-x/2012001/article/11692-eng.pdf, consulta 19 diciembre de 2012.
22. Sin embargo, “Escandaliza a Canadá ataque a ciudadana en Mazatlán, y la prensa debate: ¿Es México seguro?” Sin embargo, 25 enero 2012 en www.sinembargo.mx/25-01-2012/129899, consulta 4 diciembre de 2012.
23. Sin embargo “Cifra de Ejecutados supera 2010 y es la más alta del sexenio: 11,594,” Sin embargo 2 diciembre 2011 en www.sinembargo.mx/02-12-2011/86786, consulta 1 diciembre 2012.
24. Ureña Jose, “Cancelan inversión canadiense en NL por violencia” Teléfono rojo 12 noviembre 2011 en www.telefonorojo.mx/2011/11/12/Cancelan-inversi%C3%B3n-canadiense-en-NL-por-la-violencia, consulta 22 de diciembre 2012.
25. Valadez Roberto, “Perdió el sector turístico 8 mil mdd en 2009 por influenza AH1N1” Milenio en www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/d1da5a413211e7f1e30c99ab490a05ea, consulta 14 enero de 2013.
26. Wood Duncan, “Porque la guerra contra el narcotráfico le importa a Canadá”, ITAM y ESIS en www.estudioscanadienses.itam.mx/docsporqueguerra_narco_mexico_importa_para_canada.pdf, consulta 28 noviembre 2012.
27. Zúñiga M, Juan Antonio, “En 2011 se perpetraron 27 mil 199 homicidios en México: Inegi” La jornada, 21 agosto de 2012 en: www.jornada.unam.mx/2012/08/21/politica/003n1pol, consulta 20 diciembre de 2012.

Mesografía

1. Agencia central de inteligencia “The world Factbook” Central Intelligence Agency en www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/ 2004. html, consulta 22 de diciembre de 2012.
2. Comisión canadiense de radio y televisión y telecomunicaciones, “CRTC communications Monitoring Report” Comisión canadiense de radio y televisión y telecomunicaciones en www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/PolicyMonitoring/2012/cmr.htm, consulta 18 diciembre 2012.
3. Consejo promoción Turística de México “ Acta de la cuarta sesion Ordinaria del año 2011” CPTM Pagina 6 en www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/resources/LocalContent/7583/2/Acta_Cuarta_Sesion_2011.pdf, consulta 11 enero 2013.
4. Consejo de promoción Turística de México “Calendario de Ferias internacionales 2011” en www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/resources/LocalContent/7801/12/CALENDARIO_EVENTOS_11.pdf, consulta 14 enero 2013.
5. Consejo de promoción Turística de México “Informe de la dirección general correspondiente al segundo trimestre” octubre 10, 2012. Página 8 en www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/resources/LocalContent/6633/60/INFORMEDG2TRIMESTRE2012.pdf, consulta 13 enero de 2013.
6. Consejo de Promoción Turística de México “Informe de Rendición de cuentas 2006-2012” en www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/resources/LocalContent/8103/6/irc_cptm_2.pdf, consulta 10 enero 2013.

7. Departamento de Ciudadanía e inmigración Canadá “Canadá Imposes visa on México” Departamento de Ciudadanía e inmigración Canadá en www.cic.gc.ca/english/department/media/releases/2009/2009-07-13.asp, consulta 22 diciembre 2012.
8. Guillermo Nanni; “La opinión pública es emocional” Guillermo Nanni en www.guillermonanni.com/2011/06/13/la-opinion-publica-es-emocional/, consulta 15 diciembre de 2012.
9. Gobiernos de Canadá; “Relaciones entre México y Canadá”, en www.canadainternational.gc.ca/mexico-mexique/canmex.aspx?lang=spa&menu_id=62&view=dj, Canadá Internacional, consulta 10 de noviembre de 2012.
10. Inegi “anuario de estadísticas por entidad Federativa 2011” Inegi en www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/aepef/2011/Aepef2011.pdf, consulta 21 diciembre de 2012
11. Instituto para la Economía y la paz en www.economicsandpeace.org/, consulta 8 diciembre de 2012.
12. México taxi project en www.taxiproject.com, consulta 20 octubre de 2012.
13. Mexinada “Canadienses asesinados en México” Mexinada en www.mexinada.com/canadiens-tues-au-mexique/?lang=en, consulta 21 diciembre de 2012.

14. Nagle Myers Gay “México launches taxi proyect ads testimonials” Travel weekly 7 nov 2011 en www.travelweekly.com/Mexico-Travel/Mexico-launches-%E2%80%98Taxi-Project%E2%80%99-ads-employing-testimonials/, consulta el 11 de enero de 2013.
15. News papers Canada asociation “FAQ” News papers Canada asociation en www.newspaperscanada.ca/about-newspapers/faq-about-newspapers/faq, consulta 19 diciembre 2012.
16. Portal del Consejo de Promoción Turística de México en www.cptm.com.mx/, consulta 2 enero de 2013.
17. Portal de la embajada de México en Canadá en www.embamex.sre.gob.mx/canada_eng/, consulta 10 enero de 2013.
18. Portal de México Hoy en www.mexicotoday.org, consulta 15 de enero de 2013.
19. Portal de Visita México en www.visitmexico.com, consulta 15 de enero de 2013.
20. Portal de la Secretaría de Turismo en www.sectur.gob.mx, consulta 15 enero de 2013.
21. Portal de la Organización Mundial de la Salud (OMS), “violencia” OMS en www.paho.org/Spanish/AM/PUB/Violencia_2003.htm, consulta 15 de noviembre de 2012.

22. Presencia México “Gana “México Taxi Project” (CPTM), “Premio por Campañas de Promoción en EU y Canadá” en [www.presenciamexico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=11182:gana-mexico-taxi-project-cptm-premio-por-campanas-de-promocion-en-eu-y-canada&catid=73:turismo &Itemid = 41](http://www.presenciamexico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=11182:gana-mexico-taxi-project-cptm-premio-por-campanas-de-promocion-en-eu-y-canada&catid=73:turismo&Itemid=41), Presencia México 27 octubre de 2012, consulta 15 enero 2013.
23. Presidencia de la República “Cuarto informe de Ejecución del plan nacional de desarrollo 2007-2012” en www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/CuartoInformeEjecucion/2_9.pdf, consulta 9 enero 2013.
24. Secretaría de Economía “Foro de Negocios Canada México Primer Mexday in Canada” Reporte Final” en www.economia.gob.mx/files/Canada_Reporte_Final_MexDay_%2819jul11%29.pdf, consulta 13 enero 2013.
25. Secretaría de Turismo “6o Informe de labores Sector” Secretaría de Turismo página 88 en [www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/5784/1 /images/SECTUR_6TO_INFORME_LABORES.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/5784/1/images/SECTUR_6TO_INFORME_LABORES.pdf), consulta enero 15 2013.
26. Secretaría de Turismo “Boletín 16 Creció 10.3 por ciento llegada de visitantes extranjeros a los destinos del Mundo Maya” en www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_16_, 29 enero de 2012, consulta 15 enero 2013.
27. Secretaría de Turismo “Boletín 011 Registra Actividad Turística Recuperación para Cierre del 2009” Secretaria de Turismo 15 febrero de 2010 en www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Boletin_011_Registra_Actividad_Turistica_Recu, consulta 14 enero de 2013.

28. Secretaría de Turismo “Boletín 16 Creció 10.3 por ciento llegada de visitantes a destinos del mundo maya” en Secretaria de Turismo 29 enero de 2012 Boletín Informativo 016/2012 en www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_16_, consulta 11 de enero de 2013.
29. Secretaría de Turismo “Boletín 067 Inicia Campaña de Promoción turística Welcome back en Norteamérica” Secretaria de Turismo 17 junio de 2009 en www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Boletin_067_Inicia_Campana_de_Promocion_Turis, consulta 14 enero 2013.
30. Sipse “Pide SRE a embajadores recuperar imagen de México” Sipse 6 enero de 2011 en www.sipse.com/archivo/83109-pide-embajadores-recuperar-imagen-mexico.html, consulta diciembre 29 de 2012.