



Claudio Elórtogui Gómez
Doctor en Comunicación
Director Escuela de Periodismo
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

Imagen ciudad para Valparaíso

Si un ciudadano del mundo, interesado en visitar nuestra emblemática comuna de Valparaíso, quisiera hacer una revisión rápida sobre el presente del Puerto, por alguna plataforma digital o en un buscador de noticias, es muy probable que quedaría impresionado del “operativo delictual” que afectó recientemente a una tienda comercial, en un punto neurálgico de la urbe. Los registros que quedaron y las consecuencias exhibidas, incluso en las calles, han tenido una amplia repercusión. También, se enteraría de un nuevo incendio sobre estructuras tradicionales de la ciudad, la última, la semana pasada, que afectó al ex Teatro Pacífico.

Cada situación de esta naturaleza, transmitida en un mundo global a la velocidad de una sociedad de la información, provoca percepciones en las personas, independiente de su cercanía física o territorial con el lugar donde se generan esos incidentes. Si ese espacio, además, ha tenido o tiene una connotación turística, patrimonial y de servicios, el asunto impacta todavía más, debido a que una ciudad abierta a los visitantes, o que debería estar recibiendo esos flujos, se basa en los atributos que proyecta y en la confianza que genera en la mente y los comentarios de los potenciales visitantes nacionales e internacionales. Esa confianza es la que permite tomar un avión, incurrir en gastos, cruzar incluso medio planeta para disfrutar de una experiencia positiva, memorable, diferenciadora y única.

Es lo que se conoce como la imagen ciudad, una estrategia integral de comunicaciones y voluntad política (pública-privada), articuladora de un relato que se basa en las fortalezas instaladas en ese territorio, que reconoce sus objetivos y envía una constante invitación a una oferta de posibilidades para un mercado o público objetivo que hará suya esa imagen (en la mente de esos sujetos, en sus prioridades y decisiones).

Esa imagen ciudad combina valores, historia, patrimonios materiales e inmateriales, ofertas atractivas para que ese mercado meta, constituido por personas de una matriz cultural específica o di-

versa, viva el respeto, la empatía y la calidad de los servicios y las promesas que se les realizaron, coherente con la narrativa de esa imagen. Es una proyección de cómo queremos que nos vean, pero la resultante es cómo finalmente nos ven.

Las decepciones o el derrumbe de las expectativas, no permiten segundas oportunidades con las exigencias y la competitividad de hoy, sobre todo, en la industria de los servicios y los estándares que hoy regulan los mercados internacionales a nivel del turismo patrimonial o similares.

La fuerza y potencia del mito de Valparaíso para Chile y el mundo, así como los esfuerzos que la propia ciudad ha intentado impulsar desde sus agentes en el último tiempo, todavía le permiten al Puerto estar de pie, pero pendiente de un hilo. Valparaíso está en la cuerda floja desde hace mucho, todo el entorno social, cultural y político del país lo sabe. De poco han servido esos mensajes lastimeros que se lanzan desde la propia gobernanza porteña, llamados desesperados al centro del país que no tienen una respuesta definida, a la altura de las dificultades. Es urgente el cambio de estrategia.

Por otra parte, diagnósticos esporádicos y fragmentados aparecen para volver a lo mismo, a los mismos quejidos, un caminar en círculos (y sobre la cuerda floja). Es decir, cuesta entender hacia dónde vamos, pues estamos encapsulados, degradados y con amenazas sobre el espacio público que se complejizan, como las que hemos sido testigo la última semana.

Sin embargo, Valparaíso, sus personas y comunidades, no pueden claudicar. Surgen esfuerzos que deben propender a una mayor articulación, muchos de los cuales no se conocen ni reconocen, y que podrían integrarse a una red de narrativas para evaluar y reimpulsar la imagen ciudad de Valparaíso. Claro está, para reposicionarnos requerimos de una gestión administrativa de calidad, apreciar y valorar los avances de esa gestión, pues eso incrementará la esperanza para diseñar los mensajes adecuados, que inviten a la participación de todos quienes aman a Valparaíso. Esos afectos transmitidos al mundo, con un tejido que en sí mismo se ordena hacia una visión, es un primer peldaño para la imagen ciudad. ➡



La fuerza y potencia del mito de Valparaíso para Chile y el mundo, así como los esfuerzos que la propia ciudad ha intentado impulsar desde sus agentes en el último tiempo, todavía le permiten al Puerto estar de pie, pero pendiente de un hilo”.