

Ciudades deben de tener autoestima y un sello, propone este experto



José Longino Torres | Staff CONECTA

Aunque la **Marca Ciudad** es un término que remite a un concepto mercantil, Rolando Cantú, experto en este tema, propone una nueva rama de investigación llamada **Autoestima de Ciudad**.

Afirmó que el concepto de **Marca Ciudad** se confunde con lo mercantil, pero la **Autoestima de Ciudad** se trabaja para el bien común.

"**La Ciudad con Autoestima tiene un sello**, un sello que proviene de los ciudadanos, **un sello que todos habrán de querer conocer**", señaló.

En la conferencia "**Marca Ciudad. Lo que han hecho Barcelona y Monterrey**" dentro de los eventos de [INCmty, el festival de emprendimiento del Tec](#), Rolando analizó la experiencia exitosa de la **ciudad española** tras los **Juegos Olímpicos en 1992**.

Como parte de su tesis de posgrado, compartió una **propuesta bajo el contexto y las condiciones que posee la ciudad de Monterrey para ser sede olímpica** y construir su marca propia.

Expuso que según las etapas de ciudad, **Barcelona y Monterrey tienen parecidos**. En su momento, la ciudad catalana estaba saliendo del **franquismo**, mientras que la capital de Nuevo León está saliendo de una **ola de violencia** que sufrió.

Aunque aclaró que el camino es largo para poder aspirar a unos Juegos Olímpicos, enumeró las **fortalezas** de **Monterrey** para poder aspirar a ser sede:

1. Actividad económica
2. Funcionalidad urbana
3. Configuración social
4. Sociedad civil
5. Factores de cohesión
6. Calidad de vida

Recomendó primero aspirar a otro tipo de eventos como los **Juegos Olímpicos de la Juventud** o **Juegos Panamericanos**.

También resaltó que una ciudad que tenga una marca puede impulsar el emprendimiento.

Destacó la frase de **José Antonio Fernández**, expresada dentro de panel de **INCmty**: "*A las ciudades hay que atraer al mejor talento y por eso debemos crear las mejores ciudades*".

"Para tener las mejores ciudades y mejores talentos, deben de existir muchísima infraestructura", indicó Rolando.

Precisó que la **Marca Ciudad** no es un logo o campaña publicitaria, sino que son conceptos como identidad y cultura.

LEE TAMBIÉN:

Rolando aplaudió que haya eventos como **INCmty**, **DistritoTec**, **Festival Santa Lucía**, entre otros, que hace **que se hable positivamente de Monterrey**.

*"Sin embargo, se produce también la **dispersión de esfuerzos**, pero cada vez más se están integrando más estos eventos entre sí para formar un círculo virtuoso"*, afirmó.

"Las ciudades tienen un elemento humano y al estar dotados de características emocionales deben visualizarse como un ser abstracto con vida. Una ciudad siente, se deteriora, se desmorona, se reinventa y piensa por sí misma".

"Depende de la gente hacer de Monterrey, una ciudad emprendedora, aprovechar este espacio (INCmty), para sacar a la ciudad adelante".

Rolando Cantú es Licenciado en Ciencias de la Comunicación con Maestría en Análisis Político y Medios de Información. Ha trabajado en campañas políticas y en plataformas de emprendimiento.

LEE TAMBIÉN: