

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: