

<b>Medio</b>	El Mostrador
<b>Fecha</b>	3-08-2015
<b>Mención</b>	Imagen País: ¿Cómo dijo? Carta al director de Cristóbal Contreras, académico UAH.

## Imagen País ¿Cómo dijo?

por CRISTÓBAL CONTRERAS, SOCIÓLOGO | 3 agosto 2015

Compartir

**Señor Director:**

Twitter

Mucho se habla hoy en día de que cuestiones como los Caval, Penta, SQMGates o que incluso el comportamiento de nuestros futbolistas afectan la imagen de Chile en el exterior. Parlamentarios, políticos, empresarios, periodistas y cualquier persona con acceso a una opinión de impacto público se siente en la libertad de expresar irresponsablemente que sin lugar a dudas estas cuestiones afectan la imagen de Chile.

Compartir

Compartir

Imprimir

Enviar por mail

Rectificar

Pero hay que detenerse varios minutos a examinar estas aseveraciones, y plantear varias distinciones e interrogantes al respecto. En primer lugar, cuando hablamos de que se afecta la imagen de Chile o cualquier otro país, ¿a qué nos referimos exactamente? ¿Con qué asidero podemos afirmar tan libremente una cuestión como esta? Si decimos que se afecta la imagen de Chile, ¿dónde ocurre eso? ¿En todo el mundo? ¿En algunos países? ¿Cuáles? ¿Existe UNA imagen de Chile? ¿O son múltiples las imágenes de Chile? Si existe una o varias imágenes de Chile, ¿dónde ocurre esto? Vamos por parte.

La literatura que estudia el concepto imagen país, es decir, la diplomacia pública, nation branding (promoción de marcas país), diplomacia cultural, relaciones internacionales, da cuenta de la necesidad de realizar una distinción entre el concepto de la imagen de un país y su reputación. La imagen país corresponde a las asociaciones mentales que existen en las audiencias internacionales o stakeholders de un país en un destino específico. Según cuán familiar sea esa audiencia con un país en particular existirán una o más imágenes asociadas. Éstas provienen de las experiencias de dicha audiencia con determinado país, las que pueden surgir de su contacto con medios de comunicación, viajes, conocidos, experiencias personales. Un factor fundamental para la generación o creación de una o más imágenes país en la mente de una determinada audiencia es el tiempo en el cual estas imágenes se acumulan en la mente de una persona, un grupo, una sociedad, el gobierno, o los medios de un país.

Ahora, si nos preguntamos si la imagen de Chile puede verse afectada por ciertos hechos asociados a corrupción por ejemplo, por supuesto que sí. Pero no debemos preocuparnos tanto porque estas imágenes son más volátiles. Lo que sí debe preocuparnos como país ante la audiencia internacional es un segundo concepto, más estable en el tiempo, que se denomina reputación. Ésta se entiende como la respuesta o retroalimentación que obtiene un país en la escena internacional producto de sus acciones y es a la que finalmente le debemos poner más atención como país porque es ella la que puede determinar que un inversionista decida o no llevar su capital a nuestro país, si un turista decide elegirlo como destino, si un migrante –calificado o no– decide emigrar, o si un país quiere elegirnos para firmar un acuerdo comercial o de cooperación.

Y es esa reputación la que es más permanente, más duradera; producto de un decantamiento de todas aquellas imágenes que van y vienen en el tiempo hacia una imagen más estructural. Es, en otras palabras, el “nombre” que se puede hacer nuestro país en los circuitos y “clubes” internacionales. Y dado que Chile siempre ha querido pertenecer a esos clubes, debe preocuparse por el impacto de estos hechos, pero en su reputación, no en las imágenes que son más inestables.

Ahora, si nuestra reputación se afectará, el tiempo lo dirá. Y si se afecta, es necesario establecer dónde, entre quiénes. ¿Se afecta entre los compradores de nuestros productos? ¿Se afecta entre los turistas? ¿Entre los inversionistas? ¿Entre los políticos? Bueno, para responder esas preguntas existe la Fundación Imagen de Chile, una institución del Estado de Chile, con ciertos grados de autonomía pero que hoy en día tiene muy poco peso entre las instituciones que dirigen al país. Aun cuando cuenta con un presupuesto propio, especialmente hoy pero también en el pasado ha carecido de una buena conducción que le permita cobrar un mayor protagonismo a la hora de orientar la respuesta a este tipo de preguntas que se realiza la opinión pública, con justo derecho.

Por ello, toda la sociedad chilena debe exigirle más a dicha entidad que recibe anualmente cerca de tres mil millones de pesos. Ellos deben financiar las respuestas a nuestras interrogantes, y deben hacerlo con fundamento.

**Cristóbal Contreras**

**Sociólogo**

**Profesor de Imagen País y Relaciones Internacionales en Universidad Alberto Hurtado**

---

