

Fecha: 13-07-2024  
 Medio: La Tercera  
 Supl.: La Tercera  
 Tipo: Noticia general  
 Título: **Rossana Dresdner: “La única forma que tenemos para darnos a conocer es que todos los que hacemos promoción por Chile unamos esfuerzo”**

Pág.: 32  
 Cm2: 837,7  
 VPE: \$ 8.334.233

Tiraje: 78.224  
 Lectoría: 253.149  
 Favorabilidad:  No Definida

# Rossana Dresdner:

## “La única forma que tenemos para darnos a conocer es que todos los que hacemos promoción por Chile unamos esfuerzo”

La directora de Fundación Imagen de Chile, a cargo de promover y velar por la marca país ante el mundo, sostiene que desde 2023 han iniciado un rol articulador con 48 organizaciones privadas y públicas para mostrar las virtudes culturales, democráticas, comerciales y de sustentabilidad del territorio al exterior.

Por **Gabriela Mondaca Vargas**



Desde su constitución en 2009, de carácter privado y presidida por un directorio a cargo del Ministerio de Relaciones Exteriores, la Fundación Imagen de Chile ha tenido como misión promover y velar por la imagen del país. En 2023, con la llegada de Rossana Dresdner a la cabeza del directorio, la organización decidió asumir de manera inédita un rol articulador de trabajo conjunto y apoyo con 48 instituciones públicas y privadas que promocionan a Chile en el mundo a través de un relato de sustentabilidad, democracia y diversidad. Hasta la fecha, dice, esto ha ido dando resultados. **¿Cuál era la imagen que el mundo tenía de Chile cuando usted asumió?** Fundamentalmente por los paisajes, y eso se mantiene; la calidad de los productos más conocidos como el vino y la fruta; la cultura. Chile es un país que está apostando a la sustentabilidad y ha sido reconocido en muchos rankings mundiales por productos y políticas en este ámbito. Somos muy innovadores y tenemos liderazgo en áreas que yo creo que los chilenos tampoco conocemos. **¿Cuáles eran los ámbitos más fuertes y débiles del país al mo-**

### mento de su llegada?

Somos un país muy chiquitito, que por tamaño no tenemos ninguna aspiración ni podremos ser potencia nunca, pero sí tenemos cosas que mostrar y en las que podemos ser ejemplos a nivel mundial. Creemos que la única forma que tenemos de darnos a conocer y dar a conocer nuestras fortalezas es que todos los que hacemos promoción de Chile unamos esfuerzo. Y con eso hicimos una especie de eslogan interno para el trabajo de la fundación, que ya lo han hecho suyo muchos, y es que la imagen de Chile la construimos entre todos. **Parte de los ámbitos por lo que destaca el país es por los sectores productivo y turístico. ¿Siguen siendo ejes centrales o hay otros que se busque potenciar?**

Lo nuevo a lo que apostamos son las energías renovables y todo lo que se está haciendo en esa línea en el país. Pero creo que el desafío, más que mostrar nuevas fortalezas, es lograr mostrar las que ya tenemos y potenciarlas, porque tenemos muchas: turismo, paisaje, cultura. La gastronomía se ha mostrado poco. Nosotros sabemos mucho, por ejemplo, de la gastronomía peruana, brasilera, incluso se sabe el tema de la carne. Pero, ¿cuál es la gastronomía chilena? Y creo que tenemos una cantidad de cosas que mostrar. El turismo está muy metido en eso ahora, y nosotros también vamos a apoyar.

**¿Cuánto cuesta, en términos de tiempo, modificar la percepción de un país?**

Es una tarea que nunca termina. Los países mejores ranqueados

siempre son los escandinavos, varios europeos, y ellos vienen antes de que nosotros existiéramos construyendo su imagen. Y eso no es que digan ‘ya, tenemos buena imagen y dejamos de trabajar en eso’. Es una tarea constante, porque efectivamente van cambiando. Según resultados de la encuesta Ipsos nosotros hemos mejorado en la percepción que el mundo tiene de nosotros, pero tampoco es suficiente con que solo te conozcan para tener una

buena imagen. Por ejemplo, Rusia, que es uno de los países que todo el mundo conoce, a raíz de la guerra con Ucrania su imagen ha caído gigantescamente. Entonces también depende de la política exterior del país qué es lo que la gente del mundo está valorando. **El año pasado, una seguidilla de hechos –el rechazo a la invitación a la Feria del Libro de Frankfurt en Alemania, declinar un proyecto espacial invitado por Israel, la exclusión por parte de la**

**FIFA del Mundial de 2030– fueron cuestionados por afectar la imagen país en el extranjero. ¿Esas situaciones han deteriorado la imagen de Chile?**

Desistir de la invitación a la Feria del Libro en Frankfurt fue una cosa puntual. Sin desmerecer la importancia de los eventos, sobre todo la Feria de Frankfurt, creo que eso generó más impacto interno en nosotros de pensar que esto estaba generando un gran impacto en nuestra imagen internacional de lo que realmente fue. No sé si perdimos credibilidad ante China por haber desistido de la feria. Si nosotros desistiéramos de todas las ferias literarias ahí dejarían de invitarnos, claro, porque se notaría que no nos preocupa el tema. Pero este no ha sido el caso. **¿Qué rol debería jugar la fundación en la toma de decisiones de Chile en el exterior?**

No lo diría así. Yo creo que nos falta coordinación, sobre todo cuando es algo nuevo, porque todas estas grandes instituciones, incluyendo mi equipo, estábamos acostumbrados a hacer las cosas de manera más bien independiente. Pero ahora nos hemos dado cuenta de que podemos compartir estudios o actividades que les pueden servir a otras entidades en pos de dar a conocer al país. Llevamos un año y medio en esto y creo que eso va a ir solamente creciendo. No me gustaría decir que nosotros tenemos que tener más injerencia; sí creo que falta acceder a mayor información para poder sumarnos, para poder apoyar, para poder saber lo que los otros quieren, para poder proponer. ●



FOTO ANDRÉS PÉREZ