

## La voz de los ciudadanos

Aunque la evaluación de la reputación de las 78 principales ciudades españolas que hace Merco Ciudad –en 2009 por segundo año consecutivo—se basa en varias fuentes: una encuesta a 150 expertos en urbanismo, un análisis comparado de todas las ciudades en función de 250 indicadores sobre infraestructuras, actividad económica, equipamientos sociales..., y finalmente en un ‘cuestionario de méritos’ en el que los ayuntamientos aportan información directa sobre su actividad en el último año; sin duda, la encuesta en la que 9000 ciudadanos opinan sobre la ciudad en la que viven, y sobre ese desiderátum de ciudad que anhelan, constituye en mi opinión una fuente de información privilegiada para entender el presente.

A estos 9000 ciudadanos se les pide –entre otras cosas—su valoración de 23 factores de los que depende la reputación de una ciudad, solicitándoles que los puntúen de 0-10 en cuanto a la importancia que tienen para ellos y con relación a la satisfacción de los mismos en la ciudad en la que residen. La diferencia entre importancia y satisfacción indica, contundentemente, los déficits reputacionales de una ciudad para sus habitantes. La oferta de empleo (con una diferencia de 4.43 sobre 10), la contaminación (3.58), el tráfico (3.47), la gestión política (3.45) y la seguridad (3.22), son los cinco factores más críticos en la actualidad en las ciudades españolas.

Todos ellos aparecen muy pegados a la morfología del presente colectivo, especialmente en las grandes ciudades; y todos ellos lo suficientemente alejados de muchos de los proyectos emblemáticos que algunas ciudades o, por mejor decir, sus responsables municipales, han propuesto como iconos de un futuro que si en algún momento fue posible, por mor de la crisis, necesariamente, deberá posponerse.

Por seguir con las paradojas que expresan las diferencias entre la importancia y la satisfacción que los ciudadanos conceden a esas 23 variables de la reputación urbana, baste decir que la única en la que la satisfacción supera a la importancia, es decir que la diferencia (-0.12) es negativa, es la oferta comercial; o planteado de otra manera, los 9000 ciudadanos que han respondido la encuesta de Merco Ciudad están ‘demasiado satisfechos’ con la oferta comercial de sus ciudades. Parece que la ‘sociedad de la

decepción', de la que habla Lipovetsky refiriéndose al hiperconsumo, asoma su rostro en estos tiempos de turbación.

Tampoco se puede pasar por alto que la oferta de empleo —que constituye la mayor insatisfacción para los ciudadanos— ha pasado de una distancia de 3.49 en 2008 al 4.43 actual, colocándose como el factor más determinante de la reputación de las ciudades españolas. La distancia entre la importancia y la satisfacción ciudadana con la gestión política municipal también aumenta de manera notable al pasar de 2.99 el año pasado a 3.45 en el actual. La gestión política es el cuarto factor en importancia, pero también la cuarta mayor insatisfacción, al menos para los ciudadanos.

Justo Villafañe

Catedrático de la Universidad Complutense y Director de Merco