

# Comunicar las relaciones puerto-ciudad, entre la información, la cultura y el marketing

Las relaciones puerto-ciudad tienen diversas dimensiones y se expresan en muy diversas formas. La primera, de carácter urbanístico, es la más evidente, pues estructura en el territorio toda una ordenación y un sistema de conexiones. Desde nuestra revista *Portus* es a la que dedicamos una atención preferente. Existe también otro tipo de relación muy clara, aunque no se exprese de forma física como la primera: es la relación socio-económica. Nos indica la importancia que el puerto tiene en la ciudad, la cual se suele medir con algunos indicadores tradicionales de la economía: valor añadido creado por el puerto, empresas y actividades que existen en el puerto, empleo creado por ellas. Hay al menos otra dimensión que tiene un carácter especial pues no es tangible como la primera ni medible como la segunda: son las relaciones culturales.

Durante mucho tiempo estas dimensiones y tipologías de la relación entre puerto y ciudad fueron estudiadas exclusivamente por especialistas y publicadas en sus revistas. Pero en los últimos años, en el marco de la elaboración de más proyectos y propuestas que involucran a puerto y ciudad, se ha hecho necesario una comunicación más fluida de las

características, del funcionamiento, de las estrategias y de los resultados de la actividad de los puertos.

Muchos organismos portuarios han puesto en marcha estrategias de comunicación que pretenden ofrecer sistemáticamente una información a la sociedad sobre sus actividades, especialmente aquellas que tienen una incidencia en la ciudad. Así, además de las tradicionales memorias anuales sobre sus resultados económicos y comerciales, muchos puertos editan otras publicaciones dirigidas a toda la sociedad o a segmentos específicos de ésta, como el mundo escolar. Un elemento más complejo y un nivel superior en la comunicación se realizan con la organización de actividades distintas a las de la edición, como son los programas de visitas escolares o la realización de exposiciones. En este último apartado, cabe distinguir aquellas que se han programado temporalmente con motivo de algún acontecimiento especial, de aquellas otras que, de forma permanente, tratan de representar la historia y la actualidad del puerto. Los museos especializados y las salas de museos marítimos o de historia local dedicadas a

los puertos constituyen el eslabón cultural más complejo y permanente de estas estrategias de comunicación.

El tema de la comunicación portuaria es abordado en el *Dossier* del presente número de *Portus* con estas diferentes perspectivas: desde una visión global presentada por el puerto de Santander a las experiencias concretas de Sevilla, Venecia, Bar y Lisboa, terminando con la descripción de una gran exposición dedicada a las relaciones puerto-ciudad (de la bienal de Arquitectura de Venecia en Palermo). También en esta sección se publican dos artículos sobre dos museos que dedican su contenido a la historia de los puertos de sus ciudades: Londres y Dunkerque.

En la sección *Temas* se presenta una visión general de la renovación urbana en los grandes complejos portuarios. En la sección *Experiencias* los artículos sobre los puertos de Pasaia, los puertos de ciudades pequeñas y medianas del País Vasco, el waterfront de Viena, el Master Plan de Trieste y la exposición que se ha presentado en Algeciras con motivo del centenario de su puerto. Por último, en *Reportaje* se publica un artículo sobre la hidrovía Luarno- Milan- Venecia. Cierra la revista la sección *Periscopio* con sus habituales áreas dedicadas a Palabras, Imágenes y Noticias.

# Putting across Port-City Relations, Information, Culture and Marketing

There are many aspects to port-city relations and these are expressed in a variety of ways. The first of these, which is related to city planning, is the most outstanding aspect, because it involves structuring the entire zone and provides a connection system. Our journal *Portus* gives pride of place to this particular aspect. However, there is also another clear type of relationship, but unlike the former one, it is not expressed in a physical way: the socioeconomic relationship. It is an indication of how important the port is to the city in question, and this is generally measured by a series of traditional economic indicators: the added value created by the port and the companies, together with the activities that take place in the port and the employment created by them. There is also a third aspect, which is of a special nature, because it is neither tangible like the first one nor measurable like the second one: in this case we are referring to the cultural relations.

For many years these aspects and types of relations between ports and cities were studied only by specialists and published exclusively in their specialist journals.

However, in more recent times, and within the context of preparing more projects and making further proposals that involve both port and city, a need has arisen for a more flexible and free-flowing communication of the characteristics, the operations, the strategies and the results of port activity. Many port authorities and bodies have put into practice communication strategies whose ultimate aim is to systematically offer society information about their activities, especially those that affect the city. As a result, apart from publishing the traditional annual reports about their economic and trade balances and results, many ports also publish other texts that are aimed at the general public or at specific segments within society, such as schoolchildren. A more complex element that exists on a higher communication level involves organising activities other than publishing, such as planning "open days" for school visits or arranging exhibitions. In the latter case, a distinction must be made between those exhibitions that are on show temporarily to coincide with a special event, and those of a permanent nature, whose purpose is to portray the past and present history of the port in question.

General, maritime or local history museums that specialise in port history are the most complex and permanent cultural bond in these communication strategies.

The subject of port communication is dealt with in the *Dossier* of this issue of *Portus*, and is approached from different perspectives: from an overall viewpoint presented by the Port of Santander, to the specific experiences of Seville, Venice, Bar and Lisbon, all of which is completed with a description of a major exhibition given over to port-city relations (the Architecture exhibition of the Venice Biennale in Palermo) and the presentation of two museum specialised in the history of wharfs, quays and docks: London and Dunkirk.

The *Topics* Section presents an overview of the urban renewal that has affected the major port complexes. The *Projects* section contains articles on the Port of Pasajes, the ports in small and medium-sized cities in the Basque Country, the waterfront in Vienna, the Master Plan for Trieste as well as the exhibition that has been shown in Algeciras to commemorate the centenary of the Port Authority. Finally, the *Reportage* section features an article on the project to recover the Luarno-Milan-Venice Waterway.

Then, the *Periscopio* section as usual concludes the issue with news, Words and Images.