PRESENTACIÓN 8
P.- Prólogo del Presidente de la Fundación CIEDES 8
P.- Prólogo del Vicepresidente de la Fundación CIEDES 10
P.- Declaración Conjunta del Patronato de la Fundación CIEDES 12

INTRODUCCIÓN: LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA. UN HITO EN LA CIUDAD DE MÁLAGA 14
I.- Diez años de planificación estratégica en Málaga: un proceso continuo 17
I.- Desarrollo de la primera fase del II Plan Estratégico 19
I.- Málaga se adapta a los nuevos desafíos 22

RESUMEN: ESTRATEGIAS DE MÁLAGA PARA EL 2010 26

1. UNA METRÓPOLI QUE MIRA AL MAR 34
1.1 Metrópli litoral con carácter internacional, integrada y con identidad propia 37
1.2 Sentimiento de pertenencia e identidad 38
1.3 El litoral, gran activo de Málaga 39
1.4 Área de influencia mediterránea 42

2. LA MÁLAGA DE PICASSO, CULTURAL Y ATRACTIVA 44
2.1 La cultura, núcleo de desarrollo social y económico 47
2.2 Un tejido cultural de calidad 48
2.3 Apuesta por la industria cultural 50
2.4 3000 años de historia proyectados al futuro con Picasso 52
2.5 Proyección de una imagen de calidad 54

3. UNA CIUDAD EN LA VANGUARDIA DE LA NUEVA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO 56
3.1 El conocimiento, clave de futuro 59
3.2 Capital humano 60
3.3 Nuevas oportunidades de creación de riqueza mediante la I+D+I 62
3.4 Universalidad de las nuevas tecnologías 65
3.5 El conocimiento en la ciudad 67

4. UNA CIUDAD RENOVADA, PARA SUS CIUDADANOS Y VISITANTES 68
4.1 Una metrópoli abierta y renovada 71
4.2 Realidad metropolitana, planificada y ordenada 72
4.3 Bien interconectada en su interior y con el exterior 73
4.4 Integrada socialmente 76
4.5 Calidad Mediambiental 79
4.6 Entramado urbano de calidad 81
4.7 Metrópoli gestionada con calidad 83

ANEXOS 86

1. RESÚMENES DE LAS CONCLUSIONES DE LOS COMITÉS DE EXPERTOS 88
1.1 Comité de expertos de “Málaga, Ciudad del Conocimiento” 89
1.2 Comité de expertos de “Málaga, Ciudad de la Cultura” 94
1.3 Comité de expertos de “Málaga, Ciudad Litoral” 98
1.4 Comité de expertos de “Málaga, Revitalización Urbana” 102

2. PARTICIPANTES EN EL II PLAN ESTRATÉGICO DE MÁLAGA 108



Cuando los planificadores y los responsables públicos se paran a mirar la ciudad y a reflexionar sobre ella, hay un elemento que deben tener siempre presente, al ser el que le da sentido y fuerza a su desarrollo: las personas que la habitan.

Los ciudadanos son los que viven y trabajan en la metrópoli, los que construyen su realidad y los que vislumbran mejor su futuro. Sus reflexiones, sus perspectivas y sus deseos son los que permiten avanzar a la ciudad, sin ellos, sin sus esperanzas y esfuerzos, se mantendría anclada en el pasado y se iría transformando en un organismo sin vida.

Este planteamiento y el convencimiento de que el ciudadano ha de ser la pieza central en el diseño de la ciudad del futuro, nos ha animado a plantear una nueva reflexión estratégica de Málaga.

En el año 2001, la Fundación CIEDES presentó los resultados del seguimiento y la evaluación del I Plan Estratégico de Málaga que analizaba el esperanzador proceso de trans-

formación de la ciudad y señalaba la necesidad de tomar conciencia de los nuevos retos económicos y sociales. Sin duda, se habían alcanzado muchos logros, pero también faltaban muchos por hacer realidad.

Desde que diseñara su primer modelo estratégico en 1996 la ciudad, como un organismo vivo que es, se estaba extendiendo y transformando y una vez más los ciudadanos ideaban en sus mentes un modelo de metrópoli innovador y diferente.

Este documento es un replanteamiento estratégico de la urbe, en el que el ciudadano aporta su visión y entre todos se determinan los cauces para hacerla realidad. Un documento que recoge las claves para revitalizar la ciudad, insuflar nueva vida en su tejido urbano, social, cultural y ambiental.

Para ello, se ha contado con un grupo significativo de agentes sociales, económicos y políticos de la ciudad, así como con todos aquellos malagueños y malagueñas que han querido participar en los foros de debate, tanto presenciales como virtuales. La introducción de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información ha sido uno de los retos de este II Plan Estratégico, como respuesta a los modos cambiantes de relacionarse y trabajar de los ciudadanos.

Málaga y su entorno metropolitano de cara al 2010 precisan aunar fuerzas en un impulso de revitalización, trasformación y capitalidad, proyectando la metrópoli hacia dinámicas de vanguardia con apoyo en sectores como el cultural, el de negocios o las posibilidades que ofrece la nueva sociedad del conocimiento.

Se apuesta por construir una ciudad de calidad para todos, donde la esperanza de mejora y el orgullo de vivir en ella favorezcan activamente la creación de riqueza, con un modelo urbano compacto y sostenible; donde la educación del ciudadano ayuda a transformar el entorno para hacerlo más agradable y habitable, y se preocupan y participan en la gobernabilidad y el seguimiento estratégico de la metrópoli malagueña.

Francisco de la Torre
Alcalde de Málaga
y Presidente del Patronato
de la Fundación Ciedes



Me resulta especialmente grato escribir estas líneas con motivo de la publicación del libro *Málaga, Metrópoli abierta*, en el que se recogen las principales orientaciones del II Plan Estratégico de Málaga. Transcurrido un decenio desde que se iniciaron los trabajos de definición de las líneas maestras que habrían de definir el futuro de Málaga en el marco del I Plan Estratégico, es posible comprobar cómo los planteamientos que entonces se formularon acerca del futuro de Málaga se han materializado en un cúmulo de proyectos y realidades tangibles que han transformado de manera profunda la ciudad.

Sin embargo, el ejercicio que supone la planificación estratégica de un territorio se enfrenta a una doble necesidad: por un lado, precisa asumir nuevos retos con objeto de seguir avanzando en el desarrollo del territorio y, de otro, requiere que su diseño se adapte a un entorno cada vez más cambiante, de manera que haga de la planificación estratégica un instrumento flexible y al servicio de los ciudadanos y sus necesidades y no en un fin en sí mismo. En este sentido, la Málaga de los próximos años tiene ante sí una serie de retos fundamentales que necesita abordar con éxito con el fin de no ver truncado el progreso alcanzado.

El extraordinario crecimiento registrado por Málaga demanda, de forma urgente, pequeñas y grandes infraestructuras que potencien

su crecimiento futuro. En efecto, la segunda ronda de circunvalación, la ampliación del Parque Tecnológico de Andalucía, la ampliación del campus universitario de Teatinos, el Palacio de Ferias y Congresos, el proyecto del metro, la llegada del AVE, la ampliación del aeropuerto y la conclusión de las actuaciones previstas en el Puerto se configuran, entre otras, como actuaciones necesarias para la ampliación del potencial económico de la ciudad y su provincia.

De otro lado, el tejido empresarial de Málaga, caracterizado por una dimensión media pequeña y mediana, necesita involucrarse, de manera decidida, con las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación para así facilitar su competitividad e impulsar nuevas actividades y mercados, y a la vez mejorar las estructuras tradicionales de producción, gestión y comercialización. En una sociedad globalizada, y donde se suceden cambios de manera constante y rápida, la innovación se ha convertido en una necesidad para competir en los mercados, y las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (T.I.C.) son el mejor aliado para este propósito.

Un tercer reto debería enfocarse hacia la preservación de unas condiciones de calidad ambiental que hagan compatible un notable dinamismo económico con un entorno que propicie una elevada calidad de vida de sus ciudadanos. Éste es uno de los desafíos más importantes para Málaga en los próximos años, en el que debe prevalecer como principio orientador la idea de un desarrollo sostenible que permita satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro el bienestar de las generaciones futuras.

Finalmente, pero no por ello menos importante, Málaga ha de encarar decididamente la vertiente cultural de su desarrollo futuro, ya que la cultura se convierte en un elemento clave para su imagen y promoción, interna y externa, y en una necesidad estratégica para la generación de riqueza y como destino turístico de referencia. En esta línea, la revitalización del centro histórico de la capital se convierte en un elemento de vital importancia a la hora de proyectar una imagen más representativa de la misma y de la provincia, actuando como catalizador de la actividad cultural el futuro Museo Picasso.

La obra *Málaga, Metrópoli abierta* recoge estos retos y otros en torno a cuatro ideas-fuerza que resumen la definición del futuro de la Málaga de los próximos años como son: Málaga, ciudad del conocimiento, ciudad litoral, ciudad de la cultura y Málaga, revitalización urbana. Espero que esta publicación contribuya a que todos los agentes económicos y sociales de Málaga sean conscientes de la necesidad de continuar invirtiendo adecuadamente en el desarrollo futuro de Málaga y su provincia. Tan sólo desde el reconocimiento general de esta necesidad, e incorporando elementos que doten de una mayor calidad al crecimiento futuro, se logrará que el próximo decenio suponga un salto cualitativo en el desarrollo de la sociedad malagueña que todos deseamos.

Por esta razón, Unicaja, que desde sus comienzos ha apoyado institucionalmente la elaboración del Plan Estratégico de Málaga en cualquiera de sus etapas, se satisface en brindar, una vez más, su patrocinio a la presente edición, en el convencimiento de estar contribuyendo positivamente al desarrollo social, económico y cultural de Málaga.

Braulio Medel
Presidente de UNICAJA
y Vicepresidente del Patronato
de la Fundación Ciedes

ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE ASOCIACIONES DE VECINOS "LA UNIDAD"

AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA

CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN

CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE MÁLAGA

DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE MÁLAGA

JUNTA DE ANDALUCÍA

PARQUE TECNOLÓGICO DE ANDALUCÍA

PUERTO DE MÁLAGA

SINDICATO COMISIONES OBRERAS

SUBDELEGACIÓN DE GOBIERNO

UNICAJA

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Es una satisfacción para el Patronato y la Comisión Ejecutiva de la Fundación CIEDES presentar este libro a la ciudadanía malagueña con los resultados del proceso de estudio técnico y participación pública de la primera fase del II Plan Estratégico de Málaga. Este proyecto continúa con la ambición e ilusión del primer plan para definir e impulsar entre todos el futuro de nuestra ciudad y del área metropolitana.

Con este segundo Plan Estratégico el objetivo es marcar entre todos los malagueños el horizonte de nuestra metrópoli para el 2010. Desde que se presentara en 1996 el primer Plan Estratégico de Málaga, hemos estado llevando en el seno de la Fundación CIEDES un seguimiento de los principales proyectos del mismo, marcándonos como instituciones objetivos comunes de trabajo en nuestros ámbitos de acción. La evaluación presentada en marzo del 2001, nos hizo reflexionar sobre el grado de cobertura que tenía el I PEM y su modelo de ciudad, de los cambios que se estaban produciendo tanto a escala mundial con la nueva era de la información, como a escala regional, provincial y local, donde el área metropolitana adquiría cada vez más fuerza.

A finales de 2001 decidimos que estas tendencias y factores externos e internos modificaban en tal medida el enfoque del I PEM, que era necesario definir un II PEM con un modelo no ya de ciudad sino de metrópoli. Factores como la calidad, la sostenibilidad, el compromiso del ciudadano en la gestión de la ciudad, así como el trabajo y el desarrollo de una sociedad en red, conectada, serían las claves de acción. Entendimos que Málaga debía dar un paso en su metodología de planificación estratégica hacia un esquema de constante reflexión y revisión

ciudadana de las estrategias de la metrópoli, traspasando el modelo interno de trabajo de la Fundación a la ciudadanía, creando un observatorio permanente de estrategias de Málaga.

Con este fin, hemos iniciado un gran proceso de participación y concertación público privada para redefinir el modelo teniendo en cuenta no sólo los cambios acontecidos internamente sino también los acaecidos en el entorno internacional.

En este proceso inicial hemos solicitado la colaboración de un gran número de profesionales malagueños, que de forma desinteresada, han trabajado activamente en los Comités de Expertos para configurar un conjunto de estrategias prioritarias en torno a cuatro grandes áreas de debate. Así mismo, a través de los Foros Estratégicos o de los diferentes canales de participación disponibles, han sido muchos los ciudadanos que han contribuido a enriquecer y mejorar con sus opiniones las conclusiones de los grupos de expertos. Con todas las aportaciones se ha elaborado este libro que recoge las estrategias de Málaga para el 2010.

Creemos firmemente que Málaga puede convertirse en una metrópoli abierta. Una ciudad mediterránea conectada al mundo con capacidad y energías para afrontar los retos y oportunidades que afloran del cambio económico y las nuevas actividades vinculadas al conocimiento. Una ciudad policéntrica, que se extiende como una gran malla urbana, comprometida con su historia, que apuesta por una industria cultural unida a la figura de Picasso, proyectando una imagen con reconocimiento internacional. Una ciudad de progreso, con cohesión social y una apuesta por el bienestar, en la que su ciudadanía y sus visitantes se conviertan en sus actores principales y se encuentran orgullosos de vivir en ella.

Desde los órganos rectores de la Fundación CIEDES es una satisfacción liderar un proyecto de hacer ciudad avalado por la experiencia acumulada en planificación estratégica que desde hace una década contribuye a posicionar Málaga en la vanguardia del sistema urbano europeo.

Con esta ambición y compromiso afrontaremos la segunda fase, que se inicia a partir de esta Asamblea General, en la que se establecerá el plan de acción necesario para que entre todos transformemos nuestra metrópoli en un entorno urbano preparado para los retos del futuro.

Declaración conjunta
del Patronato de la Fundación CIEDES

I.1. DIEZ AÑOS DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN MÁLAGA: UN PROCESO CONTINUO.

En la actualidad, pocas personas y responsables públicos habrá que no aspiren a que su ciudad tenga un tejido social estructurado y un tejido económico rico en servicios avanzados a empresas, actividades logísticas y un comercio pujante o, en muchos casos, un sector de turismo y ocio atractivo. Desean establecer y atraer industrias tecnológicamente avanzadas, con alta productividad y valor añadido, con mayor capacidad de penetración en los mercados exteriores y respetuosas con el medio ambiente. Todo ello para dotar a la ciudadanía de mayor calidad de vida en un sistema social sostenible a medio y largo plazo.

Como consecuencia de estas inquietudes y transformaciones, las organizaciones públicas, en sus respectivos ámbitos de actuación, han empezado a reconocer la necesidad de adoptar un pensamiento que va más allá de la coyuntura del corto plazo o de los problemas puntuales. Están adoptando directrices que orienten el conjunto de la actividad ciudadana tanto en el ámbito público, como privado, a través de un esfuerzo de búsqueda de soluciones a largo plazo.

Fruto de ello, Málaga comenzó a diseñar un plan estratégico para la ciudad en 1992, siendo una de las ciudades españolas pioneras en apostar por planteamientos estratégicos para el desarrollo de la ciudad desde una perspectiva más integral y sostenible.

Esta iniciativa se concretó en la presentación en 1996 del libro del Plan Estratégico de la ciudad[1], que definía un modelo de ciudad con cuatro líneas estratégicas centrales y una transversal (ciudad educadora y formadora), así como casi 200 proyectos que transformarían la ciudad.

OBJETIVO CENTRAL DEL I PLAN ESTRATÉGICO: "Una ciudad metropolitana de alcance mediterráneo, metrópoli de alta calidad de vida y respeto medio ambiental, capital económica y tecnológica de Andalucía, capital turística y de ocio europea."

La elaboración del I Plan Estratégico de Málaga (I PEM), constituyó en su día una alternativa acertada y necesaria, especialmente en una ciudad tan relevante dentro del sistema regional andaluz y carente hasta entonces de una definición clara de proyecto de futuro. La evaluación de la ejecución del Plan, presentada en marzo del 2001[2], así lo constata y permite subrayar su contribución netamente favorable. Ahora bien, pese a este balance positivo, no había que perder de vista que subsistían numerosas actuaciones pendientes de materialización, tanto entre las ya programadas como entre las que eran necesarias al hilo de las nuevas necesidades económicas y sociales. Es decir, lo ya conseguido debía apreciarse en su justa medida, pero era preciso tomar conciencia de que quedaba aún mucho por hacer.

A modo de conclusión, se recogía en esta Evaluación del I PEM lo siguiente: *"Se puede decir que Málaga ha mejorado su posición competitiva en el mercado regional y nacional,*

[1] *El libro del primer Plan Estratégico se titula: "La aventura de diseñar el propio destino: Plan Estratégico de Málaga", y se pueden consultar sus contenidos en la página web de la Fundación CIEDES (www.ciedes.es).*

[2] *El libro de evaluación del PEM se titula: "El proceso de transformación de una ciudad. Seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Málaga", y se puede descargar de la página web de la Fundación CIEDES.*

aunque aún sigue necesitando consolidar una imagen de ciudad sólida que le afirme con ventaja en los mercados europeos y mundiales. La pronta terminación de las grandes infraestructuras de comunicaciones y transportes que están pendientes favorecerá esta transformación. Las buenas condiciones de la economía nacional han tenido una repercusión más fuerte en la ciudad, y la provincia en general, que en el resto de Andalucía y España. El mercado de trabajo ha sido uno de los avales de esta mejora, así como la construcción y los servicios turísticos han sido uno de los motores. La capitalidad económica y tecnológica de Málaga en Andalucía está empezando a ser respaldada por los datos estadísticos, así como por la opinión pública. No ocurre lo mismo con la desaseada capitalidad turística y de ocio europea, donde la mejora de las condiciones culturales y turísticas de la ciudad aún no pueden competir con los mercados exteriores, siendo necesaria una mejor coordinación con la oferta de la Costa del Sol y los agentes públicos y privados. En líneas generales las condiciones de vida de la población han mejorado y se han realizado grandes esfuerzos en el plano ambiental, aunque siguen existiendo deficiencias importantes que habrá que subsanar pronto para no frustrar las aspiraciones de desarrollo de la ciudad".

Con este marco de la situación de Málaga y su posición en el entorno, el Patronato de la Fundación CIEDES reflexiona a finales del 2001 sobre el modelo de ciudad recogido en el IPEM y comprueba que existen una serie de variables que no están suficientemente contenidas y que se convierten en elementos clave en el siglo XXI: la realidad metropolitana, los efectos de la globalización y las nuevas tecnologías o la velocidad de los cambios en el entorno.

Plan Estratégico de Málaga

HACIA UN MODELO DE CIUDAD ▶ NUEVO MODELO ADAPTADO ▶

I PEM — II PEM

1996 — 2010

Nuevos desafíos

- Globalización
- Sociedad del conocimiento y de la información
- Entorno cambiante

La planificación estratégica es un proceso flexible y abierto, con vocación de continuidad, capaz de hacer frente a una realidad dinámica donde la ciudad y su entorno están sometidas a continuos cambios. Por tanto, el II PEM nace como un Plan con nuevas ideas, capaces de mantener la ilusión, rentabilizando el esfuerzo realizado, llenando de contenido las actuaciones e incorporando nuevas opiniones y planteamientos. En definitiva, planteando un modelo de ciudad para el siglo XXI, para poder afrontar en las mejores condiciones los retos de los próximos años.

Siendo consciente de esta situación, el planteamiento del I PEM, con cinco líneas estratégicas y una específica para el Centro Histórico, que se creó al final de los debates, debía dar paso a una adaptación del mismo que permitiera, por un lado, relanzar las actuaciones pre-

vistas en él y, por otro lado, responder a los nuevos desafíos que se estaban planteando.

Como consecuencia de ello, se han establecido cuatro líneas de debate para el II Plan Estratégico de Málaga (II PEM), que recogen las inquietudes mencionadas y quieren servir de base para la reflexión sobre cómo conseguir una imagen de ciudad sólida, en línea con las tendencias de la globalización y de la sociedad del conocimiento, que se articule en torno a los grandes proyectos de transformación de la ciudad, y que se anticipe a la mayoría de los posibles cambios de los factores externos. Estas cuatro líneas de debate son: Málaga, ciudad del conocimiento; Málaga, ciudad de la cultura; Málaga, ciudad litoral; y Málaga, revitalización urbana, esta última considerada como transversal a las otras tres.



Todos estos retos deben considerar diferentes aspectos que ayudan o condicionan esta apuesta de desarrollo futuro para Málaga y que se pueden concentrar en cuatro grandes claves: la calidad, la sostenibilidad, la participación y el compromiso ciudadano, y la sociedad y el trabajo en red.

La definición de estas nuevas líneas de debate y cómo se llegó a ellas se refleja en el documento de ponencias base[3] que se presentó en la Asamblea de Lanzamiento del II PEM, recogiendo además la transición desde el I PEM y las reflexiones que surgen de la interpretación del documento de evaluación del mismo.

I.2. DESARROLLO DE LA PRIMERA FASE DEL II PLAN ESTRATÉGICO

La continuación de la estrategia de Málaga en el II PEM debe contemplarse como un nuevo impulso a la ciudad que recoge el testigo de los esfuerzos realizados en una primera etapa, profundizando y aportando nuevas ideas a una realidad cambiante.

La metodología empleada en este II PEM rompe con el esquema clásico de planificación estratégica para adentrarse en el mundo de la prospectiva y la construcción de los foros permanentes de reflexión estratégica urbana. De este modo, se parte de la evaluación del primer Plan y la actualización de algunos datos básicos, para elaborar un documento de base que se presenta a un grupo de expertos y agentes participantes de la realidad malagueña. Con sus aportaciones y la de varios expertos internacionales se plantean los nuevos retos de la ciudad, completados por el ciudadano que también participa en el debate.

Desde este análisis de la realidad, visto por sus protagonistas, se están elaborando una serie de dictámenes que pretenden ayudar a conocer mejor los factores que afectan a algunas de las estrategias definidas y proponer modos de abordarlas, dando paso a la segunda fase del Plan, que se ha venido en denominar el Plan de Acción.

[3] *Documento presentado en la Asamblea de Lanzamiento del II Plan Estratégico, celebrada el 7 de marzo de 2002.*

A continuación, se detallan los pasos que se han dado en la puesta en marcha de este IIPEM:

Plan Estratégico de Málaga 2010

I FASE (marzo/diciembre2002)

Ponencias Base
Aportaciones ciudadanas
Entrevistas
V
Comité de Expertos Locales
V
Conclusiones
V
Foros Estratégicos
V
Libro I Fase
V
Asamblea General

Elaboración de las ponencias base.
Los primeros trabajos del II Plan Estratégico consistieron en redactar una ponencia base por cada uno de los cuatro ámbitos de debate que se establecieron, presentándose en la Asamblea de Lanzamiento. En estas ponencias se describía la oportunidad de su selección como eje estratégico de la metrópoli malagueña. Se incluían los temas críticos o modelo de referencia y la situación de Málaga frente al mismo, apuntando las líneas a seguir para consolidarlo como uno de los vectores estratégicos de la ciudad (modelo DAFO); y, finalmente, se identificaban los proyectos estructurantes o estratégicos entendidos como aquellos que tienen potencial para cambiar la concepción territorial. En la elaboración de la ponencia, se utilizó toda la bibliografía disponible y se realizaron entrevistas con agentes y líderes ciudadanos en cada uno de los ámbitos.

Trabajo de los Comités de Expertos Locales.
Durante los meses de abril a julio se celebraron las reuniones de los Comités de Expertos Locales. Tuvieron una buena acogida y prácticamente todas las personas invitadas asistieron a lo largo de las diversas sesiones que se celebraron de los mismos.

Comité de Expertos "Revitalización Urbana".
Ponente: José Pedro Alba García, Ingeniero de Caminos.
5 de abril. Rectorado UMA
20 de mayo. Subdelegación de Gobierno
3 de junio. Subdelegación de Gobierno

Comité de Expertos "Ciudad del conocimiento".
Ponente: Felipe Romera Lubias, Ingeniero de Telecomunicaciones.
17 de abril. Sede Social PTA
14 de mayo. Sdad. Municipal de Aparcamientos

Comité de Expertos "Ciudad de la Cultura".
Ponente: José Manuel Cabra de Luna, abogado y artista.
22 de abril. Consejo Social UMA
12 de junio. Consejo Social UMA

Comité de Expertos "Ciudad Litoral".
Ponente: Francisco Merino Ruíz de la Gordejuela, Ingeniero Industrial. Con el apoyo de Damián Quero Castanys, Arquitecto y Francisco Ruíz García, Ingeniero de Caminos.
29 de abril. Autoridad Portuaria
3 de julio. Autoridad Portuaria

Los Comités están formados por casi 100 expertos locales[4] en los ámbitos que se bara-

[4] *En el anexo de las Conclusiones de los Comités de Expertos se puede consultar la relación de las personas que han sido invitadas y han asistido a las reuniones de estos Comités.*

jan en las cuatro ponencias. Estos Comités están apoyados desde el punto de vista técnico por un experto local (ponente de línea), que ayuda a plantear los debates y propuestas dentro de la orientación dada al II PEM. Además, la línea de debate "Málaga, Ciudad de la Cultura" ha contado con la presencia, el 25 de abril, de Juan Ignacio Vidarte, Director Gerente del Museo Guggenheim de Bilbao, con quien se intercambiaron impresiones sobre la apuesta por la cultura para relanzar la ciudad, antes de celebrar una conferencia pública sobre el "Efecto Guggenheim".

Los trabajos se han visto apoyados en el marco de la Comunidad Virtual a través de aportaciones ciudadanas y unas listas de distribución entre los expertos de cada Comité, a través de las cuales se han ido realizando gran número de aportaciones escritas. El resultado del trabajo ha permito ir centrando las ponencias base en la realidad malagueña y en clave de estrategias urbanas.

Una vez concluidas las reuniones de los Comités se celebró una sesión de trabajo con los ponentes de línea para cruzar el contenido de los documentos resultantes y unificar estrategias, así como abordar la estructura del presente documento.

Celebración de los Foros Estratégicos.

Durante los meses de septiembre y octubre del 2002 se celebraron cuatro sesiones de los Foros Estratégicos correspondientes a las cuatro líneas de debate. Tuvieron una gran acogida entre la ciudadanía y las diferentes instituciones y organismos malagueños, contando con una media de 150 personas por Foro, y una buena repercusión en los medios de comunicación local, provincial y regional.

En estas sesiones los ponentes de línea presentaron las conclusiones de los Comités de Expertos y fueron comentadas, ampliadas y debatidas por los asistentes, con lo que se enriqueció el documento inicial y se aportaron nuevos enfoques y datos para la presente publicación.

Foro Estratégico "Málaga, Ciudad de la Cultura". 17 de septiembre de 2002.

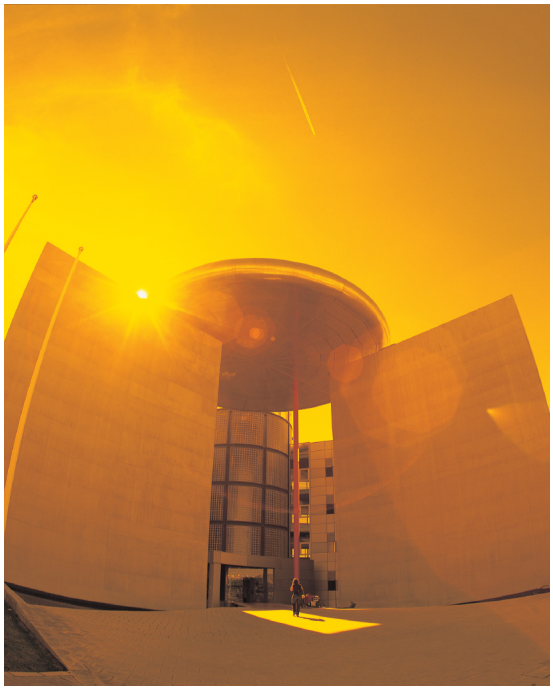
Foro Estratégico "Málaga, Ciudad del Conocimiento". 24 de septiembre de 2002.

Foro Estratégico "Málaga, Ciudad Litoral". 1 de octubre de 2002.

Foro Estratégico "Málaga, Revitalización Urbana". 8 de octubre de 2002.

El documento de los expertos, junto a las aportaciones de los foros y las que se realizaron a través de la página web o se entregaron en la Fundación CIEDES, han sido la base para la redacción de este documento. El primer borrador se revisó con los ponentes de las líneas y el Patronato y la Ejecutiva de la Fundación, y tras sus comentarios se preparó para su impresión y presentación en la Asamblea General del Plan, como órgano máximo de participación y consenso del mismo.

I.3. MÁLAGA SE ADAPTA A LOS NUEVOS DESAFÍOS



Málaga debe adaptarse a una serie de factores globales, más o menos comunes a todas las ciudades, como condición necesaria para tener una posición ventajosa en el conjunto de ciudades y alcanzar y mantener la capitalidad en los distintos aspectos que pretende. Junto a estos factores externos, existen otros factores o realidades propias de Málaga que surgen de la evolución y del entorno de la ciudad, que también condicionan de forma decisiva el modelo de ciudad. De entrada, en este libro se reflexiona sobre Málaga entendida más allá del concepto administrativo que limita el municipio a una serie de hectáreas. Se ha querido estudiar los retos, tendencias y estrategias de futuro atendiendo a un concepto amplio de carácter metropolitano, donde al hablar de ciudad se considera el espacio sobre el que se producen una serie de interacciones e interrelaciones diarias y que trascienden las fronteras físicas.

Málaga en este sentido amplio de conurbación, en su proceso continuo de adaptación del modelo de ciudad, ha de hacer frente a una serie de retos y tendencias, unas dadas por el entorno internacional, otras por el nacional o regional y otras por el local. Se recogen brevemente a continuación algunos de estos factores externos e internos que le afectan en su redefinición del modelo de ciudad.

Tendencias internacionales

El entorno económico mundial es cada vez más abierto, globalizado y competitivo, con relaciones económicas y procesos productivos más descentralizados y especializados que canalizan el aprovechamiento de las ventajas competitivas en torno a la especialización regional.

En este sentido, el proceso de globalización y sus consecuencias se están produciendo en muy poco tiempo, ayudados por el rápido desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. La realidad socioeconómica a la que se enfrentan, no sólo las empresas sino también las ciudades, hubiera sido impensable sólo unos años atrás, razón por la que se necesita un importante esfuerzo de imaginación para analizar e identificar cuáles serán las capacidades, bases y claves de la ventaja competitiva en este nuevo siglo y, de este modo, tomar rápidamente posiciones y elegir la estrategia adecuada.
Además, el proceso de globalización viene acompañado de un nuevo proceso de urbanización y concentración de la población que convierte a las áreas metropolitanas en centros de innovación, núcleos de mercado, así como en polos de educación, de investigación, de asistencia sanitaria cualificada, de transporte, de arte, de integración multicultural, de turismo, de ocio, etc., con enorme potencial para la generación de riqueza. Sin olvidar, por otra parte, que las ciudades son los núcleos donde los problemas sociales, urbanísticos y de todo tipo se manifiestan con mayor crudeza.

Por otra parte y en consonancia con los fenómenos mencionados anteriormente, en un mundo cada vez más globalizado la capacidad de crecimiento y desarrollo regional depende cada vez más de factores intangibles como el conocimiento y la innovación, capaces de convertir nuevas ideas en procesos y productos innovadores, crear una base empresarial portadora de riqueza y enriquecer de manera decisiva el tejido social. Pero esta nueva "Sociedad del Conocimiento" trae consigo nuevos retos, especialmente los derivados del necesario impulso a las nuevas tecnologías, así como las nuevas exigencias formativas que los tradicionales sistemas educativos no pueden cubrir en su totalidad y que son la base de un capital humano preparado para los nuevos desafíos.

Hay que tener presente que la riqueza real y el activo esencial de una ciudad son las personas que la forman. El desarrollo humano y la calidad de vida son la meta a perseguir en cualquier proceso estratégico urbano.

Por eso, junto a estos factores que se han convertido en fundamentales para el desarrollo del territorio y que se basan en la incorporación de la sociedad a las nuevas formas de trabajo, a las nuevas relaciones de convivencia y los nuevos modelos de gestión, las nuevas estrategias metropolitanas también centran sus objetivos en la regeneración urbana y medioambiental. En este sentido, esta regeneración se convierte en una condición previa para el planteamiento y consecución de metas y objetivos, garantizando unas provisiones de infraestructuras adecuadas, aprovechando al máximo las potencialidades de la ciudad, corrigiendo desequilibrios estructurales y revitalizando áreas deprimidas. Es un proceso donde el dinamismo y la vitalidad del entorno urbano son los elementos que garantizan la aparición de nuevas ideas y las personas capaces de generarlas.

Pero además, se abren paso nuevos valores de convivencia que responden a la evolución política, social, económica y tecnológica, a los que debe responder la estrategia de desarrollo. En estos valores prima la importancia de las personas para convertir la ciudad en una comunidad con intereses comunes y visión de futuro, el orgullo cívico que refuerza la identidad de las personas con su ciudad, la multiculturalidad que surge de la ciudad como receptora de población y como integradora en una visión común, y la conciencia de sostenibilidad no sólo desde el punto de vista medioambiental, sino también social y económico.
En definitiva, una concepción de la realidad

que obliga a un cambio de mentalidad en todo tipo de agentes sociales, a una mente abierta, a planteamientos alternativos y sugerentes, a la comunicación y colaboración, a la imaginación, a lo nuevo, a lo diferente, a lo innovador… que permita dirigir con acierto los recursos escasos a proyectos e inversiones clave.

Todos estos retos, tanto los compartidos por todas las comunidades como los específicos de cada ciudad, tienen en la cooperación público-privada la base del éxito de las iniciativas que se pongan en marcha. La movilización y colaboración de todos los agentes se convierte en piedra angular del proceso de integración y articulación social.

Elementos propios

En los últimos años se han consolidado ciertos aspectos que inciden en la evolución de la ciudad de Málaga y la definición del objetivo de ciudad que se pretende, planteando nuevos desafíos y oportunidades en su desarrollo estratégico. Uno de los principales se refiere a la realidad metropolitana de Málaga, que requiere la coordinación de esfuerzos entre instituciones y la necesidad de compartir parcelas de decisión hasta ahora en manos de los municipios respectivos.

Además de la necesaria colaboración y coordinación en el desarrollo metropolitano en todos los ámbitos, esta realidad metropolitana realza también la necesidad de una vertebración del territorio en su conjunto y de la propia ciudad (entre barrios). El desarrollo de las infraestructuras ha sido el aspecto principal del inicio del proceso de revitalización de Málaga. En los últimos años se han producido avances que pueden cambiar por completo el mapa de accesibilidad y movilidad de todo el área metropolitana, si bien quedan importantes proyectos por impulsar y concluir. Por tanto, no todo está hecho en este campo, pues las deficiencias son muchas y se precisa de grandes dosis de imaginación para avanzar en soluciones reales a los problemas.

Otro gran elemento a destacar sobre Málaga respecto a su importancia en el diseño estratégico, es su localización estratégica. Una localización que sitúa a Málaga en posición de constituirse en ciudad de referencia del arco mediterráneo. El valor de la posición geográfica de las ciudades se mide en gran parte por la eficacia de su conexión a los sistemas de transporte internacional. En este sentido, el enclave geoestratégico en el que se sitúa Málaga (y su entorno metropolitano) le coloca como punto de conexiones y comunicaciones fundamental, y no sólo como referencia en las relaciones con África, sino también con Europa y con el resto de España.

Esta localización privilegiada, unida a la recuperación del mar como gran activo de la ciudad, proporciona nuevas posibilidades de desarrollo en todos los ámbitos y la apertura de horizontes y retos diferentes en cuanto a nuevas actividades económicas y sociales, mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, y la apertura como una ciudad mediterránea y solidaria. Pero, además, la recuperación del mar ofrece retos añadidos como la regeneración del litoral y el saneamiento integral, necesarios en cualquier área costera de vanguardia.

Además, Málaga cuenta con la capitalidad turística de la Costa del Sol. Este importante activo debe servir a Málaga para consolidarse y posicionarse para hacer frente a las nuevas tendencias de un turismo cultural y de ocio (amén de otros tipos de turismo como el de negocios) con un mercado creciente, y seguir siendo uno de los principales motores socioeconómicos de la metrópoli. En los próxi-

mos años se producirá también un auge del turismo residencial y de idiomas, en los que la metrópoli está despuntando cada vez con más fuerza.

Las distintas iniciativas dirigidas a asociar la imagen de la Málaga metropolitana a la de innovación y calidad, pasan también por la cultura como uno de los motores de desarrollo fundamental en términos sociales, económicos y lúdicos. Málaga ha de saber potenciar los más de tres mil años de historia, que se condensan en un espacio tan reducido como el Centro Histórico de la ciudad, y que impregnan la vida y las costumbres de la ciudad. Figuras célebres y malagueños ilustres se van recuperando del pasado para enriquecer el futuro de la metrópoli. En este sentido, la figura de Picasso va a ser un auténtico revulsivo para la provincia, tanto desde el punto de vista artístico y cultural, como desde el económico y social.



En la sociedad del conocimiento, la cultura desempeña un papel decisivo y Málaga cuenta con elementos potenciales que pueden aprovechar las sinergias derivadas de los aspectos mencionados anteriormente. Entre estos factores se hayan la Universidad y el Parque Tecnológico de Andalucía, como los dos grandes ejes sobre los que habrá de girar la creación de una nueva ciudad del conocimiento. El apoyo a la investigación científica y a la innovación en todos los campos, con un uso cada vez más intensivo de las nuevas tecnologías, serán un objetivo que transformará a la metrópoli en el marco andaluz y español.

El II Plan estratégico de Málaga es un gran proceso de concertación público-privada entre todos los agentes, y parte de un conjunto de claves que responden a las necesidades de ciudades modernas en materia de orientación urbana.

Todo este proceso no es un pensamiento estático en el tiempo, sino que debe ser una experiencia viva, a través de una reflexión estratégica urbana de la ciudad metropolitana, flexible y en constante revisión, que oriente las acciones de todos los agentes y de los ciudadanos en general hacia una misma estrategia de futuro.

En este proceso, debe existir una implicación del ciudadano, de manera que sea consciente de la importancia y ventajas de la participación en la construcción de su ciudad y la adaptación de ésta a las necesidades de la sociedad.

Este libro, por tanto, establece el ideal que se pretende para Málaga. Un ideal que no quiere ser una mera declaración de intenciones más o menos voluntaristas. Al contrario, es un objetivo de ciudad que quiere tener presente en todo momento la realidad de la que se parte, contrastando metas y objetivos, tal y como se presenta a lo largo de los siguientes capítulos[5]. En definitiva, es el marco teórico-práctico y de principios del modelo de ciudad que los malagueños quieren desarrollar de cara al 2010.

Una reflexión que ha partido de un trabajo previo realizado con el I Plan Estratégico y la Carta Verde de Málaga (Agenda Local 21), en el que se definen una serie de principios rectores, que también estuvieron presentes en el I PEM, pero sobre los que se ha de incidir de cara al futuro para consolidar y madurar la capacidad de Málaga para responder a las exigencias de una mayor calidad de vida.

CLAVES DE TRABAJO

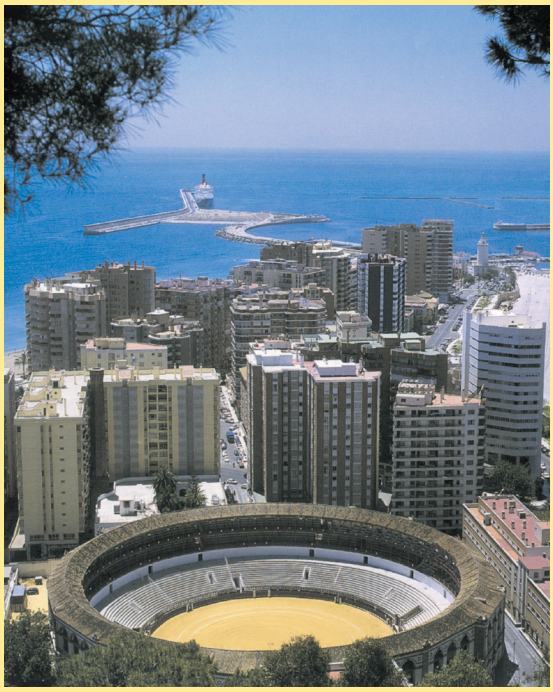
Toda la reflexión contempla, de forma constante, cuatro claves a las que deben responder las distintas estrategias que se desarrollen: calidad en todo lo que se hace; sostenibilidad económica, social y medioambiental; participación y compromiso ciudadano; y cooperación y trabajo en red, coordinando esfuerzos individuales y colectivos.

El desarrollo armónico de la ciudad se entiende como una apuesta por la Sostenibilidad, como el equilibrio entre la justicia social, el desarrollo económico y el respeto ambiental, que conduce y condiciona el planeamiento y el urbanismo, tendiendo hacia modelos y estructuras de ciudad compacta y diversa. Un entramado urbano accesible, competitivo y de calidad que ha de respetar el entorno natural, al tiempo que crea elementos singulares que acerquen a la ciudadanía al litoral, para conocerlo mejor y disfrutar de sus posibilidades.

El ciudadano se ha de convertir en el centro del nuevo modelo urbano y se han de potenciar las acciones que se encaminen a facilitar su interac-

[5] *La base fundamental y de partida para los nuevos retos y planteamientos del II Plan Estratégico está en la interpretación del libro "La transformación de una ciudad: seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Málaga", presentado en marzo del 2001, que actualizaba el diagnóstico del I PEM. A partir de esa interpretación se redactó el documento de ponencias base del II PEM y se desarrolló la metodología conforme a lo explicado en el apartado anterior, basándose en la participación de expertos y ciudadanos en general.*

ción y su trabajo en red, es decir, la difusión de su conocimiento y experiencia para un mayor aprovechamiento del mismo en la mejora urbana. Se ha de apostar por la complicidad de la sociedad en el mantenimiento del entorno y de los recursos naturales, desde las playas, el aire, el agua y las zonas verdes, hasta la limpieza de las calles y la ordenación de la movilidad. La ciudadanía ha de acercarse e integrarse en la toma de decisiones que afectan al bien público y colectivo, gracias a una mayor transparencia y accesibilidad a la información.



Por otro lado, Málaga se ha de distinguir por la calidad, que ha de convertirse en norma del desarrollo y la gestión de todas las actuaciones urbanas, estando presente en todas las fases de los proyectos. Una calidad que dará paso a una Administración moderna, eficaz y ágil, que habrá de realizar un seguimiento estratégico del desarrollo de la metrópoli y crear estructuras flexibles para impulsar y financiar los grandes proyectos de transformación urbana.

Todo ello, deberá estar apoyado en un convencimiento, tanto del sector público como del privado, de la necesidad de un mayor conocimiento, difusión y uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (TIC). Málaga ha de meterse a fondo en el reto de conseguir articular y cohesionar aún más su tejido social y económico gracias al uso de las TIC, evitar los peligros del analfabetismo digital y tender hacia una sociedad conectada, solidaria y que trabaja en red.

OBJETIVO CENTRAL DEL II PLAN ESTRATÉGICO: MÁLAGA, METRÓPOLI ABIERTA

Estas claves de actuación se han resumido, después del trabajo realizado y los debates con expertos y ciudadanos, en una visión de Málaga como Metrópoli Abierta, que gira en

torno a cuatro ejes de reflexión sobre lo que debe ser la ciudad en el futuro:

Metrópoli que mira al mar, la Málaga de Picasso, cultural y atractiva, en la vanguardia de la nueva sociedad del conocimiento, en definitiva, una ciudad renovada, para sus ciudadanos y visitantes.

Una metrópoli abierta

SOSTENIBILIDAD

Sentimiento de pertenencia e identidad

Personas formadas
Tejido e industria cultural

Capital humano
Creación de riqueza

Planificada y ordenada
Interconectada.

Integración Social

PARTICIPACIÓN

Una Metrópoli que mira al mar

La Málaga de Picasso, cultural y atractiva

En la vanguardia de la nueva sociedad del conocimiento

Una ciudad reovada, para sus ciudadanos y visitantes

CALIDAD

El litoral, principal activo
Influencia mediterránea

3000 años de historia
Imagen de calidad

Nuevas tecnologías
El Conocimiento en la ciudad

Calidad medioambiental.

Gestión excelente.
Entramado Urbano de calidad

TRABAJO EN RED

De la reflexión realizada en las cuatro líneas de debate iniciales, se desprenden cuatro estrategias a la hora de plantear la Málaga del 2010. La línea de "Málaga, revitalización urbana", que se consideró desde un principio transversal a las demás, se ha integrado a lo largo de las estrategias propuestas, si bien, la cuarta –"una ciudad renovada para sus ciudadanos y visitantes"- es clara consecuencia de las reflexiones de esta línea en torno a la realidad metropolitana, a la calidad en las acciones urbanas, a la sostenibilidad como filosofía que impregna toda la vida en la metrópoli, y a la necesaria solidaridad e integración social, como medio también para enriquecer la cultura local.

Málaga, quiere consolidar la realidad metropolitana policéntrica y de geometría variable, desde criterios de solidaridad territorial y compromiso para beneficio de todos, planificada y ordenada a lo largo de todo el litoral, en una convivencia amable de usos residenciales, sociales y empresariales. Un litoral, fuente de riqueza y calidad de vida, donde se combinen servicios y equipamientos modernos con el Puerto, centro de la recuperación del mar para la ciudad. Ello permitirá al conjunto metropolitano proyectar una imagen atractiva, diferencial, y reforzar las señas de identidad de unos ciudadanos que se sienten a gusto y orgullosos de vivir en Málaga.

Así pues, la integración del mar en la ciudad es motor de desarrollo y promueve espacios de convivencia, accesibles al disfrute de todos. Un espacio, por tanto, que es capaz de articularse en torno a un sistema integral y moderno de comunicaciones y transportes con criterios de racionalidad, eficiencia y sostenibilidad, tanto en el interior de la ciudad, como con el exterior. Que aprovecha nuevas oportunidades y, sobretodo, la situación geoestratégica de la ciudad, como puerta sur de Europa, favoreciendo las relaciones con el resto de los países europeos y con los mediterráneos, especialmente el Magreb.

Es el momento de dar el impulso definitivo a uno de los grandes activos de la ciudad: el patrimonio cultural. Impulso que debe comenzar por impregnar a toda la sociedad del acervo cultural de Málaga, formando una ciudad culta, alrededor de un ocio formativo que fortalece la cohesión social, y donde todos se implican en

la puesta en valor del patrimonio y de los valores culturales de la metrópoli. En este afán, se genera una industria alrededor de la cultura, en una apuesta global e integral en torno a diversos ámbitos como el turístico, el audiovisual, las artes escénicas, el deporte o los idiomas, entre otros.

El compromiso cultural de Málaga la convierte, de este modo, en un referente a nivel internacional, que tiene a Picasso como culminación emblemática de la calidad que encierra el amplio patrimonio histórico-cultural de la metrópoli malagueña. Todo ello, unido a la tradición turística y recursos naturales, proyecta una imagen de calidad y atractivo internacional.

Esta imagen singular quiere ser moderna, cohesionada y atractiva. Una intención que se convierte en una apuesta por situarse en la vanguardia de la nueva Sociedad del Conocimiento. Este es el elemento que corona el deseo de Málaga como Metrópoli Abierta, y que contempla personas y entidades como semilla de nuevas ideas; como agentes innovadores en beneficio de toda la comunidad.

En esta apuesta, toda la ciudadanía tiene acceso a una educación de calidad y continuada en todos los ámbitos y en todas sus etapas (educación básica, formación profesional y Universidad), para asegurar un capital humano bien formado que pueda afrontar con garantías de éxito cualquier reto que se proponga. Una educación adecuada a las necesidades del tejido productivo y al entorno competitivo en el que nos movemos.

Desde los fundamentos de un capital humano preparado, la ciudad afronta sin complejos el reto de consolidar un desarrollo económico sólido, con una investigación de calidad que atraiga capital humano de alto nivel y esté en estrecha simbiosis con el entramado industrial de la ciudad. Con este ánimo, y junto al destacado papel del Parque Tecnológico de Andalucía, se busca fomentar una cultura emprendedora y garantizar un tejido empresarial innovador, para reforzar y diversificar el tejido productivo hacia nuevas actividades que apuesten por el uso de las nuevas tecnologías.

Con ello, se quiere incorporar y difundir el uso de las nuevas tecnologías, no sólo al mundo de la empresa, sino también a la propia Administración y al conjunto de los ciudadanos, en todos los ámbitos: económico, social y cultural. De este modo, toda la sociedad evoluciona hacia espacios modernos y amables que conjugan en armonía ocio, empresa y residencia. En definitiva, una ciudad que se impregna de conocimiento para ser una sociedad más libre, plural, respetuosa con los derechos de todos, con una armonía y calidad de vida, en equilibrio con el entorno urbano y el medio ambiente que nos rodea; cultural y abierta al mar, para todos sus ciudadanos y visitantes; una Metrópoli Abierta.

Tan importante como el proceso de reflexión que se ha realizado para elaborar este documento, es el abordar con acierto su desarrollo en la práctica. Se habrán de abordar para ello nuevas formas de gestión y de participación pública y privada que sean capaces de responder de forma flexible y ágil a las demandas y proyectos estratégicos que se planteen, de manera que la ciudad tome la iniciativa para su consecución.

Un nuevo reto que los malagueños y sus representantes han de afrontar con la misma ilusión demostrada en este proceso de reflexión y que será necesario concretar en la segunda fase del Plan Estratégico, en la que se detallará el Plan de Acción Estratégica. El mismo será la clave para conseguir hacer realidad todas las grandes estrategias aquí marcadas y los objetivos de ciudad que los malagueños se han propuesto para el horizonte del 2010.

MÁLAGA, UNA METRÓPOLI QUE MIRA AL MAR.

Una ciudad con un sentimiento de pertenencia e identidad capaces de ser proyectados, que tiene en el litoral y su entorno natural su principal activo y una de sus principales fuentes de riqueza y esfuerzos de conservación. Una metrópoli cuya influencia se extiende al Mediterráneo.

LA MÁLAGA DE PICASSO, CULTURAL Y ATRACTIVA …

Un compromiso global e integral por la cultura, con personas formadas en un tejido cultural de calidad, que apuesta por la industria cultural y que hace que sus 3.000 años de historia se proyecten al futuro con Picasso y las nuevas tendencias artístico-culturales del s. XXI, de cara a impulsar una imagen con reconocimiento internacional.

… EN LA VANGUARDIA DE LA NUEVA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO.

Un capital humano bien formado y competitivo, que busca nuevas oportunidades de creación de riqueza mediante la innovación, la investigación y el desarrollo. Una sociedad que incorpora y difunde el uso de las nuevas tecnologías a todas las personas, agentes e instituciones que forman la ciudad y el tejido productivo, y que incorpora el conocimiento en todas las facetas de su actividad, con el apoyo de la Universidad y el Parque Tecnológico de Andalucía.

UNA CIUDAD RENOVADA, PARA SUS CIUDADANOS Y VISITANTES.

Una ciudad planificada y ordenada dentro de la realidad metropolitana, que garantiza una excelente interconexión en su interior y con el exterior, integrada socialmente en un espacio territorial más amplio de convivencia, caracterizado por tener en la sostenibilidad su principio de actuación y planificación. Con la gestión de la calidad como norma de desarrollo y mejora continuada en todo el tejido productivo, en un entramado urbano moderno y revitalizado. Una ciudad, en definitiva, en la que sus ciudadanos se sienten a gusto y orgullosos de vivir en ella y los que la visitan sienten el deseo de quedarse.

Una METRÓPOLI ABIERTA a la cultura, al conocimiento, a la innovación tecnológica, al mar..., en definitiva, a la revitalización de su tejido social y productivo.

1.1. METRÓPOLI LITORAL CON CARÁCTER INTERNACIONAL, INTEGRADA Y CON IDENTIDAD PROPIA

Málaga, ciudad metropolitana abierta al mar, orgullosa de sí misma y que proyecta su imagen en el Mediterráneo y en Europa.

Se profundiza en el *sentimiento de pertenencia e identidad* del malagueño, reforzando la idiosincrasia y personalidad colectiva con los valores propios que siempre han existido, y creando en el litoral singularidades de gran calidad y atractivo que intensifican este sentimiento. El Puerto, como centro del litoral, y su transformación, son el detonante de la recuperación del mar en la cultura malagueña y de la revitalización del centro histórico y comercial.

Los criterios de *sostenibilidad y calidad* priman en el tratamiento del litoral, cuidando el delicado equilibrio de la zona sumergida y de las playas, fomentando entre los ciudadanos y las administraciones el respeto al mismo. De igual forma, el litoral es partícipe de la creación de riqueza en la metrópoli, con la aparición de nuevas empresas, industrias y comercios entorno a las actividades marítimas y la potenciación del sector turístico.

Una nueva imagen de una metrópoli *cuya influencia se extiende hacia el Mediterráneo*, especialmente al Magreb, para aprovechar la situación geoestratégica de la ciudad y posicionarse como referente internacional en el sur de Europa.

Málaga, metrópoli abierta

UNA METRÓPOLI QUE MIRA AL MAR

Sentido de pertenencia e identidad	El litoral, principal activo	Influencia mediterránea
- Fortalecer las señas de identidad	- Recuperar su esplendor natural en un nuevo espacio de convivencia	- Papel geoestratégico: Europa, Mediterráneo y Norte de África
- Sociedad orgullosa de ser malagueña	- El puerto, integrado en la ciudad y centro del litoral	- Intercambio económico y cultural
- Proyectar una idiosincrasia y valores propios	- Moderno, atractivo y generador de riqueza	- Relaciones internacionales y sede de organismos

1.2. SENTIMIENTO DE PERTENENCIA E IDENTIDAD

Málaga 2010...

Una ciudad que se abre al mar y al Mediterráneo, que aprovecha la realidad metropolitana e incorpora nuevos elementos que sirven para fortalecer las señas de identidad y el orgullo de pertenecer a la comunidad malagueña.

De este modo, consolida su idiosincrasia y sus valores, fomentando modos, hábitos, tendencias y costumbres propios, que permiten a sus ciudadanos conocer más a fondo su historia y su litoral, adquiriendo mayores responsabilidades y compromisos en su conservación y cuidado, para proyectar un carácter diferenciado en una sociedad cada vez más global.

Superando falsos tópicos que puedan existir, es una sociedad que proyecta una imagen única y atractiva de sus valores y realiza una gestión proactiva que le permite proyectarse con la suficiente visibilidad dentro de Andalucía y a escala internacional.

Idiosincrasia.
Valores.
Orgullo malagueño.
Proyección.
Señas de identidad.

En la actualidad, el éxito o fracaso de las metrópoli y de cualquier estrategia de revitalización depende de las personas, que no sólo son capaces de hacer y materializar proyectos sino, mucho más importante, son el germen de las ideas. El futuro de Málaga, por tanto, debe nutrirse de un tejido humano y económico formado por personas identificadas con la ciudad y con el área metropolitana en que se integran, orgullosas de ella y con ideas, con capacidad y saber hacer para llevarlas a la práctica, que permita reafirmar el papel de liderazgo y centro de la Costa del Sol. En definitiva, se debe lograr que la ciudadanía redescubra su ciudad y su metrópoli. El *carácter abierto, acogedor y mediterráneo* de la ciudad y sus gentes, es un activo que no debe perderse y debe servir tanto para hacer amable la estancia del visitante como para reforzar la convivencia en armonía de los propios ciudadanos.

En este sentido, se ha de potenciar la condición de Málaga como ciudad litoral en el resto de Andalucía, resaltando el sol, las playas y el disfrute del mar como piezas clave de la capacidad de atracción y competitividad de la misma. La ciudad ha adquirido un peso importante a nivel metropolitano, que puede empezar a crear un sentimiento reforzado de pertenencia y orgullo común de "ser de Málaga", en toda la provincia. Para ello, es importante la creación de enclaves en los que los malagueños se sientan orgullosos de su ciudad: una fachada litoral única, moderna y de calidad, el Plan Especial del Puerto o el Palacio de Ferias y Congresos, por ejemplo, pueden ser nuevos elementos de referencia de la ciudad.

Málaga cuenta con un *patrimonio* natural, de zonas marítimas, de parques y jardines, y unos activos culturales de partida, que deben ser tenidos en cuenta como señas de identidad en el ámbito cultural (Museo Picasso, Feria de Málaga, Alcazaba, Jardín de la Concepción, Paseo del Parque, Teatro Romano, Plaza de Toros, Catedral, Festival de Cine Español, Semana Santa,…) y de ocio (entorno natural, nuevos lugares que surjan con el Plan Especial del Puerto y el Plan Guadalmedina, apuestas deportivas de futuro,…).

Las líneas encaminadas a posibilitar que la identidad se convierta en un factor de desarrollo para una comunidad están orientadas en una doble vertiente. Por un lado, hacia el interior, como elemento que proyecta a la propia

comunidad metropolitana unas pautas y valores positivos y que refuerza un sentimiento de pertenencia enfocado al esfuerzo por el bien común. La identificación con elementos locales, compartir un conjunto de valores que permita hacerlos propios y el orgullo de pertenecer a la metrópoli, son los pilares básicos de una imagen interior robusta y sostenible.

En este sentido, los eventos relacionados con *las tradiciones y la cultura popular,* como el folclore, la tradición vinícola y gastronómica, las costumbres marineras (copo, jávega, pesca conservera,...), se presentan como unas variables de singular importancia por cuanto de elemento atrayente y revitalizador del tejido social tienen. Así, la Semana Santa, la Feria de Málaga en agosto y el Festival de Cine Español resultan manifestaciones que despiertan un interés creciente de visitantes y son una clara muestra de identificación de asociaciones y ciudadanos a nivel particular con su ciudad. Dicha movilización debe ser estimulada al máximo dadas las ventajas que supone contar con una ciudadanía activa y participativa de los proyectos de la ciudad y, en particular, de aquellos alrededor de la cultura y el ocio.

Por otro lado, la identidad debe orientarse también hacia el exterior, potenciando la imagen de metrópoli con un *clima excepcional* y grandes posibilidades para el disfrute del deporte y el ocio durante todo el año: Málaga como zona para el turismo de invierno. Una imagen de modernidad y de metrópoli de vanguardia, una imagen de marca con una oferta cultural y de instituciones que la generen, una ciudad preocupada por el desarrollo de un urbanismo controlado y de calidad que rehabilita las zonas deterioradas tanto para sus ciudadanos como para sus visitantes.

De este modo, Málaga debe seguir adaptándose a nuevas realidades, haciendo suyos todos aquellos elementos que pueden surgir de la propia comunidad o del exterior, con los que considere que pueda compartir valores o intereses culturales, sociales o económicos. Esto supone una sociedad que no sólo utiliza toda su memoria histórica y cultural, sino que es capaz de incorporar fenómenos que pueden enriquecerla y que, al mismo tiempo, está dispuesta a compartirlos con otras comunidades. Para ello, los malagueños se han de preocupar por tener un conocimiento más exhaustivo del litoral y de la metrópoli en su conjunto, potenciando programas y acciones que favorezcan su *educación y formación*, así como equipamientos culturales en los barrios que consoliden una estructura urbana policéntrica y accesible a todos los ciudadanos.

Por último, para integrar, asumir y consolidar elementos que refuercen el sentimiento de pertenencia e identidad, deberá tenerse en cuenta la capacidad de la propia ciudad y de sus instituciones en general, para educar y transmitir estos valores al individuo con los que se sienta identificado y se pueda sentir orgulloso.

En definitiva, con todo ello se debe tratar de trabajar desde la *sociedad civil* para consolidar, alrededor de ésta, un entramado social integrado, potenciando elementos de unión social como el deporte, las actividades socio-culturales, la universidad, etc. Se implica de esta manera al capital humano, que es quien realmente define el potencial de desarrollo de una ciudad.

1.3. EL LITORAL, GRAN ACTIVO DE MÁLAGA

Málaga 2010...

Una metrópoli donde el mar es el principal activo, y se haya integrado en la vida social, cultural, económica y política de la zona. Con este principio, recupera su origen marítimo e impregna con él un nuevo impulso

a lo largo de todo su litoral, consolidándolo como elemento fundamental de convivencia y competitividad.

Se recupera el esplendor natural de toda la costa y el litoral se consolida como área privilegiada y referente de calidad de vida, al tiempo que se transforma en nueva fuente de riqueza y actividades ligadas con el ocio y el turismo.

Una apuesta por recuperar el mar en la cultura ciudadana, bajo el diseño coherente de una fachada litoral, donde el puerto aparece como eje central alrededor del cual se articula la recuperación del mar para la ciudad y especialmente para su Centro Histórico artístico y comercial. Una recuperación que garantiza una concepción global del litoral, desde la modernidad, la sostenibilidad y la calidad, y que proyecta una imagen metropolitana con la que todos se identifican.

Mar.
Puerto.
Integración en la ciudad.
Fuente de riqueza.
Litoral único.
Modernidad y calidad

Málaga tiene en el litoral su principal activo, que debe recuperarlo para sus ciudadanos y visitantes y consolidarlo como eje competitivo. El atractivo del litoral, que debe ser considerado de forma integral, pasa necesariamente por una apuesta inequívoca por proyectos que recuperen su esplendor natural, que supongan la vuelta al mar, ya que la ciudad no ha potenciado suficientemente su condición marítima y marinera.

En los últimos años Málaga ha definido o puesto en marcha diversos proyectos[6] para reactivar el patrimonio tan importante que tiene en el mar y su litoral. En este camino, Málaga puede encontrar singularidades para crear y potenciar una *imagen atractiva y única* que la identifique no sólo de cara a sus ciudadanos, sino dentro de Andalucía y a escala internacional.

La consecución de un área integrada requiere una *planificación y ordenación unificada del litoral* que minimice la presión urbanística y camine hacia un modelo de desarrollo armónico, con calidad y productos urbanos innovadores, respetando y cuidando el delicado equilibrio de las playas y las zonas sumergidas, así como de las propias aguas. Esta planificación ordenada y coordinada debe tener su base en una estrategia urbanística y medio ambiental de toda la franja litoral de Málaga, creando una nueva fisonomía urbana. Esta estrategia debe ser capaz de integrar en un modelo las diferentes identidades de los tramos diferenciados del litoral, y a la vez, la imagen unitaria o estructural del conjunto.

La articulación de *ejes urbanos perpendiculares a la costa*, tanto desde el interior como dentro de la propia ciudad, favorecerían el acercamiento del ciudadano al mar. Concretamente, las actuaciones de encauzamiento y cubrimiento del río Guadalmedina han de coordinarse y complementarse con las previstas en el Plan Especial del Puerto para dicha zona.

El *Puerto* debe configurarse como centro del litoral malagueño, germen de la conquista del mar por parte de la ciudad, integrando y creando nuevos espacios de actividad urbana con usos de ocio, culturales, comerciales y

[6] *Planes y proyectos como: Plan Guadalmedina, saneamiento integral, integración del puerto en la ciudad, construcción de puertos deportivos, etc.*

deportivos que complementen y vitalicen la oferta del Centro Histórico malagueño. En este sentido, el Puerto de Málaga debe consolidarse como enclave de unión del este con el oeste[7], (favoreciendo un desarrollo unificado del litoral) y como charnela con el eje norte-sur de la futura Avenida del Guadalmedina.

Cabe destacar el papel del Puerto, con su doble función turística y comercial, en la revitalización de los servicios y de las actividades económicas relacionadas con el mar. Para la actividad comercial se apuesta por el tráfico de contenedores con la construcción de una plataforma de 46.000 m^2 y, en cuanto a la actividad cruserista, es la gran apuesta turística y de futuro del Puerto de Málaga, donde las previsiones de tráfico son realmente alentadoras.

Por otro lado, el turismo es muy sensible a la calidad, por lo que podría ser de interés repensar y replantear las actuaciones en la franja litoral para determinar las capacidades de las playas, las aguas y los fondos marinos, con el fin de asumir coherentemente el desarrollo previsto y planificar las necesidades de construcción a medio y largo plazo.

Los malagueños necesitan conocer más el litoral para valorarlo, disfrutarlo y comprometerse en su *cuidado y protección*. Son necesarios programas y acciones que favorezcan la educación y formación del malagueño, así como fomentar el carácter de ciudad marinera, recuperando culturas, tradiciones y elementos singulares del litoral.

Málaga debe cuidar su imagen turística de calidad y sostenibilidad como escaparate para dinamizar la economía de la zona, y desarrollar progresivamente el *sector de servicios turísticos* de manera que actúe como germen y dinamizador de una sociedad de servicios avanzados con una economía turística madura.

Las posibilidades que le brinda su condición marítima tanto para el esparcimiento como para la práctica de actividades deportivas y de ocio de alto nivel son parte de los grandes activos que se deben potenciar. La apuesta por los *deportes acuáticos y la industria naútica* puede ser una importante fuente de actividad económica, ya que está cada vez más al alcance de la ciudadanía. Atender a la demanda de puntos de atraque de embarcaciones de recreo, con la creación de nuevos puertos deportivos en la capital, generaría una industria auxiliar de



[7] *Ya existe la intención de proyectar el frente litoral oeste como la nueva imagen marítima de Málaga, con importantes equipamientos previstos para la ciudad como el Plan Especial del Puerto, el desarrollo residencial Litoral Oeste, o la Marina deportiva de Arraijanal. También existen diversos proyectos para desarrollar usos empresariales relacionados con el PTA, que se conjuguen en armonía con usos residenciales y de ocio.*

importantes beneficios, si bien, será fundamental realizar los correspondientes estudios de impacto ambiental para evitar atentar contra el principio de sostenibilidad.

En todo caso, aunque la actividad económica en Málaga debe unirse a la economía turística predominante en la zona costera, la capital debería ir buscando nuevas oportunidades de mercado en el ámbito de la cultura, con el turismo de idiomas y gastronómico, y en el ámbito de las *nuevas tecnologías*, uniendo el auge del PTA y el pasado industrial malagueño con los conocimientos de la Universidad, como a través de la construcción de granjas marinas y del estudio del patrimonio arqueológico sumergido.

1.4. ÁREA DE INFLUENCIA MEDITERRÁNEA

Málaga 2010...

Una ciudad que utiliza activamente su localización geoestratégica de sur de Europa y frontera con el Magreb en un entorno metropolitano interconectado, para aprovechar las nuevas oportunidades que presentan las relaciones internacionales en el desarrollo económico y sociocultural de la zona.

Málaga se ofrece como anfitriona, tanto para la celebración de grandes eventos, gracias a la dotación de equipamientos de alto nivel, como el moderno Palacio de Ferias y Congresos, además de ofertarse para la instalación de organismos nacionales e internacionales.

La metrópoli, que conoce las tendencias mundiales, apuesta por ser una sociedad conectada, que busca la cooperación internacional, inquieta, informada y capaz de captar los recursos intelectuales y las ideas que fluyen en el mundo y especialmente en su ámbito mediterráneo. En definitiva, una metrópoli que permite el intercambio de conocimientos y valora la aportación de nuevas ideas.

Intercambio económico-cultural.
Sede de organismos internacionales.
Relaciones internacionales.
Europa y Norte de África.

El litoral mediterránea andaluz es uno de los territorios españoles con mayor dinamismo y, a la vez, mayor potencial de crecimiento socioeconómico. Las infraestructuras en curso van a multiplicar las oportunidades de desarrollo y consolidar las realidades actuales, proyectando hacia Europa y el Mediterráneo su gran potencial. En este conjunto territorial, Málaga y su entorno ocupan una posición clave tanto geográfica como cultural y económica.

Su situación geoestratégica le confiere a Málaga un papel de *nodo de comunicaciones*, con un enorme potencial como eje de relaciones y actividades económicas entre Europa, el marco Atlántico, el conjunto del área mediterránea, y muy especialmente el Magreb. Sin embargo, habrá de medir y consolidar su capitalidad con actuaciones concretas e integradas.

Aprovechando su posición, en un mundo donde el éxito de las personas, empresas e instituciones pasa por su cooperación y participación en grupos de excelencia que establecen los estándares en el ámbito internacional, Málaga debe apostar por ser el *Observatorio Europeo del Mediterráneo*.

Para las empresas, la privilegiada situación de la metrópoli debe mejorar las relaciones comerciales internacionales y la exportación, e incrementar el número de programas de intercambio y cooperación empresariales y comerciales, enfocando el impulso a las rela-

ciones euromediterráneas[8] y aprovechando la orientación de políticas europeas hacia la consolidación del arco mediterráneo.

La ampliación europea hacia los países del Este puede hacer aún más necesaria la búsqueda de un liderazgo en la zona mediterránea y la cooperación con el norte de África, donde se debe favorecer la función de Málaga como *plataforma de conexión con el Magreb* en cuanto a inversiones, cooperación e intercambio cultural, además de poder consolidar su carácter de puerta de entrada de mercancías de esa zona hacia Europa. La cercanía y relaciones culturales tienen que ser la base para dar a Málaga un papel central en las relaciones norte-sur.

En este ámbito puede jugar un importante papel el *Palacio de Ferias y Congresos*, orientado a facilitar las relaciones mediterráneas o internacionales en sentido amplio y las relaciones con los países del norte de África, en particular. Su construcción, junto con el aumento de la oferta hotelera de calidad, posibilitará a medio plazo que Málaga se convierta en una ciudad destino de eventos y congresos. Para ello deberán crearse compromisos y acciones específicas para el lanzamiento del mismo como elemento emblemático de identificación, desarrollo de Málaga y proyección internacional, apoyado desde la propia ciudad, que lo conoce y se siente orgullosa de él.

Para las instituciones y organizaciones malagueñas, el Palacio de Ferias debe facilitar también el establecimiento de objetivos más ambiciosos y la posibilidad de afianzar un liderazgo más sólido de las mismas, favoreciendo el incremento de relaciones a nivel nacional e internacional. Cabe destacar las importantes relaciones comerciales que mantiene la Cámara de Comercio, Industria y Navegación con Cuba, México, Nador y República Dominicana, que se verán reforzadas.

En este papel estratégico, como ciudad del sur de Europa, mediterránea y plataforma de acercamiento norte-sur, se debe apostar fuertemente por posicionar a Málaga como *sede de organismos e instituciones* nacionales e internacionales de cooperación[9], favoreciendo su ubicación en la franja costera como zona emblemática y representativa de esta relación.

La cultura, el conocimiento y la educación pueden ser puntos de partida clave en las relaciones mediterráneas y con el Magreb. Por ello, se debe profundizar y trabajar en reforzar aquellos aspectos culturales y sociales que unen Málaga con el resto del Mediterráneo, con acciones en el campo de la gastronomía, el deporte, el comercio, la investigación, las nuevas tecnologías o la artesanía, entre otros.

---

[8] *Un ejemplo es la 4ª Conferencia Euromediterránea de ministros de Industria celebrada en Málaga (abril de 2002), donde los ministros de Industria de la UE acordaron fortalecer la cooperación industrial euromediterránea, mejorando las condiciones de la inversión, potenciando la innovación, la armonización de las normativas en el ámbito euromediterráneo y la creación de un entorno favorable a las pequeñas y medianas empresas.*

[9] *Málaga cuenta con algunas sedes internacionales de organismos de cooperación como el Centro de Cooperación del Mediterráneo (con sede en el PTA, pertenece a la Unión Mundial para la Naturaleza, Observador Oficial de Naciones Unidas), el Centro Eurolatinoamericano de Juventud (situado en Mollina), la Asociación Internacional de Parques Tecnológicos y la Asociación Internacional de Dieta Mediterránea, ambas con sede en el PTA.*

2.1. LA CULTURA, NÚCLEO DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO

El área metropolitana de Málaga es un conjunto atractivo en sí mismo que posee numerosos activos culturales y de ocio, desde el Centro Histórico y elementos de referencia internacional hasta el turismo lúdico y cultural, proyectando una imagen de única hacia el exterior.

En la Málaga de Picasso, la ciudadanía disfruta de un *tejido cultural de calidad*, participando e implicándose activamente en él, generando un entramado cultural que impregna toda la ciudad.

Se *apuesta por una industria* cultural que aprovecha todos los recursos endógenos de la ciudad en una estrategia integral y donde aparecen nuevas oportunidades de desarrollo económico y de hacer a todos partícipes de la nueva imagen de Málaga.

Esta apuesta permite que *sus 3.000 años de historia se proyecten al futuro con Picasso*, haciendo propio el reto de revalorizar todo el patrimonio histórico en el nuevo centro metropolitano de la cultura.

Todo ello otorga a Málaga la posibilidad de *proyectar una imagen de calidad*, hacia el interior y hacia el exterior, con una nueva marca de excelencia en la cultura y el ocio que se mantiene en el tiempo.

Málaga, metrópoli abierta

LA MÁLAGA DE PICASSO, CULTURAL Y ATRACTIVA

Personas formadas y tejido cultural de calidad	Apuesta por la Industria Cultural	3000 años de historia hacia el futuro con Picasaso	Proyección de una imagen de calidad
- Colabora en la cohesión social	- Un proyecto global	- Recuperar el Patrimonio Histórico	- Imagen de ciudad moderna y atractiva: cultura, conocimiento y recursos naturales
- Educación, difusión e implicación del ciudadano	- Implicación público-privada	- Sensibilización ciudadana	- Picasso, cultura y ocio, referentes de Málaga
- Colectivos que trabajan en común y el resto de la ciudad	- Valorización de recursos	- Picasso, el cúlmen de la lectura histórica de la ciudad	
- Actuaciones en el Centro y el resto de la ciudad	- Oportunidades y mercados	- Punto de encuentro y referente de la metrópoli	
	- El español para extranjeros		

2.2. UN TEJIDO CULTURAL DE CALIDAD

Málaga 2010...

Una metrópoli donde la cultura es un elemento primordial de cohesión social que, al hacerse accesible a todos por medio de la información y la divulgación en red del conocimiento, deviene en poderoso instrumento de democratización e integración. Los distintos agentes que la promueven se coordinan y trabajan en ese mismo camino común de impulsar una ciudad culta y cultural, que ayuda a educar en valores y que favorece la participación de los ciudadanos en eventos de la colectividad: una educación no formal y participativa, de la que también forma parte activa la Universidad.

La ciudad recupera su acervo cultural desde el Centro Histórico hasta las nuevas áreas de centralidad y espacios metropolitanos.

Se asegura una continuidad en el ánimo de vigorizar el tejido cultural, donde además de la necesaria participación de agentes públicos y privados como oferentes de equipamientos y otros servicios de acompañamiento ciudadano, se establece una garantía de universalidad en la posibilidad de su disfrute.

Cohesión social.
Participación.
Educación cultural.
Centro Histórico.

La ciudad es un espacio de relaciones sociales y económicas en las que participan diferentes agentes, que incrementan su bienestar en la medida en que el entorno donde residen, y desarrollan su actividad profesional, les resulta más atractivo. Un elemento fundamental de este atractivo es la existencia de espacios relacionados con el ocio y la cultura que, fruto de la nueva concepción del trabajo y del disfrute de los periodos de descanso, han de ser entendidos también como fundamentales en la consolidación de una mayor cohesión social y el desarrollo vital de las personas.

Hay que tener en cuenta que el desarrollo cultural está íntimamente relacionado con el progreso económico y con un nivel adecuado de articulación de la sociedad civil. Por ello, la apuesta por la cultura también implica la generación y aplicación de adecuadas políticas sociales que corrijan los desequilibrios, en consonancia con una sociedad integrada para sus ciudadanos y visitantes.

El *incremento de las actividades culturales y educativas* tiene cada vez una mayor importancia para los ciudadanos, al tiempo que constituyen un atractivo más para los visitantes. Apostar por una Málaga culta requiere una educación de calidad y la implicación del ciudadano, llevando a cabo acciones para integrar al ciudadano en la cultura local y su respeto[10] y donde el malagueño se sienta cómplice del desarrollo cultural.

En este sentido, el disfrute del tiempo libre es una herramienta que contribuye decisivamente al proceso de educación de las personas, el ocio formativo. Un instrumento que forma personas y comunidades y en donde el asociacionismo tiene un gran valor educativo y cultural. Uno de los activos más importantes que existen en Málaga es el asociacionismo, que cuenta en agosto del 2002 con 1.408 asociaciones. Las más numerosas son las asociaciones vecinales con 202, seguidas por las juveniles y las culturales, con 153 y 143 respectivamente también es relevante el número de asociaciones deportivas 118

[10] *Por ejemplo, recuperando figuras clave de la ciudad y su obra (escritos, arte, etc.), como Cánovas del Castillo o Alberto Jiménez Frau.*

y de Peñas 100. Se ha de aprender, en este sentido, de ejemplos significativos en Málaga, como el mundo del voluntariado o de las 36 cofradías existentes, que refuerzan la identificación con valores y tradiciones de la ciudad.

El caso del deporte también es importante, por sus beneficios tanto para la salud como desde el punto de vista social, como una forma más de integración y desarrollo personal.

Además, en este proceso educativo y de difusión de la cultura, los *centros de enseñanza* tienen un papel clave en la generación de la cultura ciudadana y del civismo, y en el incremento del acervo cultural trabajando especialmente con los más jóvenes.

Se debe impulsar una presencia activa de la *Universidad* en la vida de la ciudad a todos los niveles. La Universidad tiene también un papel destacado, no sólo en lo que respecta a elevar el nivel cultural de la ciudad, sino en investigar y difundir las singularidades culturales malagueñas, como uno de los ejes del liderazgo del hecho cultural en Málaga.

La creación de nuevas titulaciones universitarias y de formación profesional relacionadas con el mundo de las artes y la cultura[11] podría favorecer la difusión cultural entre la ciudadanía y atraer para su formación a jóvenes y profesionales de fuera de Málaga.

En todo caso, se ha de buscar una coordinación entre los distintos foros, organizaciones y colectivos que trabajan y apuestan por la cultura, para buscar sinergias, animar y hacer partícipes a todos en dicha apuesta.

Se debe partir de la premisa de que la cultura ha de *impregnar todas las zonas de la ciudad* y recuperar el acervo cultural de las mismas, no sólo del Centro. Por ello, se han de analizar las necesidades de los barrios y otros espacios metropolitanos donde extender los equipamientos e infraestructuras adecuadas para esta difusión cultural.

Dentro de esta visión integral, se deben explorar, canalizar y potenciar los atractivos únicos de la ciudad, empezando por el papel simbólico del Centro Histórico, espacio cultural que concentra de elementos de referencia y atractivos, que conjuga al mismo tiempo su utilización cultural, residencial y educativa, pues no sólo ha de responder a la búsqueda y agrado del turista, sino a elevar la calidad de vida de sus habitantes, mejorando sus niveles de renta y su seguridad.

En este sentido, quedan aún por estudiar sus posibilidades como conjunto artístico-monumental; así como la de elementos concretos metropolitanos como el Centro de Arte Contemporáneo (CACMA); el Palacio de Ferias y Congresos; la figura de Picasso y su Museo, etc.

Por último, el camino hacia una Málaga culta debe ser un recorrido continuo, lo cual exige inversiones por parte de las Administraciones, así como la cooperación de las grandes empresas con sedes y sucursales en la zona, continuando con actuaciones que ya han logrado significativos avances en el ámbito del turismo cultural[12].

---

[11] *Por ejemplo, creación de estudios de grado y postgrado en gestión cultural, experto cultural, etc.*

[12] *Señalización turística, creación de rutas turísticas, de rutas gastronómicas, informadores turísticos, rehabilitación e iluminación del patrimonio, etc. También es significativa la creciente demanda de turismo cultural asociado a la naturaleza. Importante resaltar la creación de la Fundación Málaga, constituida por el sector empresarial local para llevar a cabo actuaciones para la mejora de la ciudad.*

2.3. APUESTA POR LA INDUSTRIA CULTURAL

Málaga 2010...

Una metrópoli que entiende la cultura desde una doble faceta: como elemento de cohesión social del territorio y como elemento generador de actividad económica.

La cultura se convierte así en elemento estratégico asociado al desarrollo y florece como la actitud y el pulso de la comunidad en términos de manifestaciones culturales en sentido amplio, que ligadas con el ocio dan lugar al desarrollo de una industria de soporte, la industria cultural.
En una sociedad compleja como la malagueña, se apuesta de manera global e integrada por la cultura y ésta se hace accesible a todos por medio de la información y la divulgación en red del conocimiento y deviene en un poderoso instrumento de democratización y cohesión social, generando una extraordinaria industria, una auténtica fuerza productiva.

De este modo, se implica de manera sinérgica y coordinada al sector público y al privado aprovechando oportunidades de negocio y de proyección atractiva de la ciudad.

Actividad económica.
Apuesta global e integrada.
Implicación público-privada.
Valorización.

El posicionamiento de Málaga como centro cultural de primera magnitud, de alcance internacional, debe pasar por la excelencia en una apuesta estratégica global de actuaciones, que impregna todas las zonas de la ciudad, más allá de acciones o hechos aislados, y que busca la puesta en valor del patrimonio cultural y el compromiso de todos. Para esto sería imprescindible la definición de un proyecto cultural estratégico y táctico de ciudad, explícito, compartido y conocido, con prioridades y actuaciones que determinen, además, los agentes promotores y las inversiones necesarias. En este proyecto, el Centro Histórico se debería consolidar como área de la cultura, con una concepción global y de calidad, que contemple aspectos sociales y económicos.

Además de considerar la industria cultural como una actividad económica con un impacto creciente en términos de renta y empleo, la cultura en sentido amplio debe experimentar una evolución en una doble dirección. Por un lado, impulsando la puesta en valor de los recursos culturales existentes para convertirse en un bien de consumo, acompañado de un aumento perceptible de su oferta y, por otro lado, su alcance debe extenderse hacia sectores sociales tradicionalmente desatendidos.

Generalmente ha sido el sector público el que ha impulsado los recursos culturales de la ciudad, bien a través de actuaciones para la rehabilitación y puesta en valor del Patrimonio Histórico de la ciudad (teatros, museos, monumentos, etc), bien a través de iniciativas y eventos culturales para fomentar las tradiciones (Semana Santa, Feria de Málaga o Carnaval) o eventos en general (Festival de Cine Español de Málaga, Festival Internacional de Teatro, Semana de Cine Fantástico, Ciclos de Flamenco y Copla o Etnimálaga).

No obstante, en este camino han ido apareciendo formas que consiguen implicar a la sociedad en el desarrollo cultural, y que se han de seguir potenciando, como la *obra sociocultural de las Cajas* (difusión de actividades culturales, música y danza, premios literarios, certámenes, etc.) o el mecenazgo de algunas entidades (por ejemplo, en el ciclo municipal "Música en la Calle"). Todo

ello unido a otros esfuerzos que, de forma aislada, se vienen haciendo desde organizaciones públicas y privadas (Ayuntamiento, Diputación, Fundaciones, Ateneo, etc.).

De este modo, será importante que el liderazgo de lo público en la promoción y provisión cultural se coordine y motive también para producir un aumento no sólo del mecenazgo, sino de la construcción de equipamientos culturales de iniciativa privada, así como el fortalecimiento y aprovechamiento de la riqueza del tejido asociativo. Todo ello desde una coordinación eficiente.

Precisamente, el asociacionismo, el voluntariado y la implicación del ciudadano, es uno de los mayores activos a la hora de impulsar una *"Málaga cultural"*. Es un elemento que contribuye a estructurar el tejido y el activo social, y son los movimientos asociativos surgidos alrededor de elementos sociales, culturales o económicos, los que favorecen el espíritu de trabajo para la comunidad, de modo que el ciudadano se siente beneficiario y coautor de las mejoras de la ciudad y de la calidad con que se hacen.

Toda esta implicación de la ciudad debe fomentarse apoyando también la aparición de nuevos *emprendedores* en el ámbito de la cultura, así como impulsando nuevos sectores de negocio en torno a diversos ámbitos culturales como el audiovisual o las artes escénicas. Se debe potenciar y ampliar la *faceta musical* en la ciudad, aprovechando el importante activo musical existente[13]. Por otro lado, Málaga no posee la infraestructura suficiente que acoja la demanda que puedan generar las actividades musicales. En este sentido, puede ser interesante crear políticas y equipamientos que apoyen la actividad orquestal malagueña de calidad desde la proliferación de las salas de conciertos, ciclos musicales, festivales, difusión de las actividades en la costa, etc.[14]. Hay que buscar el posicionamiento de Málaga dentro de los circuitos de música moderna y alternativa.

Otro aspecto a considerar debe ser la *apuesta por el cine y la industria audiovisual*, con nuevos equipamientos y oportunidades para la industria de la producción y realización cinematográfica. En el ámbito de la industria del cine destaca Málaga como la séptima provincia española por número de especta-



[13] *Con 79 entidades dedicadas a la interpretación, 3 a la conservación, documentación e investigación, 22 a la enseñanza, 11 a la promoción y difusión, 2 empresas de restauración de instrumentos y 8 salas de conciertos, según datos del Anuario Estadístico de España 2000 del INE.*

[14] *Un buen ejemplo del interés que despierta en Málaga es el éxito del ciclo "Málaga, Ciudad del Paraíso".*

dores, lo cual ofrece garantías de futuro a los dos festivales que se celebran anualmente: la Semana Internacional de Cine Fantástico de Málaga, con más de 10 años de experiencia consolidado como uno de los principales festivales sobre este género en España; y el Festival de Cine Español de Málaga, que en su quinta edición se está consolidando como cita obligada para productores, actores, directores y críticos de la escena española.

Como complemento, se debe ahondar en las oportunidades que ofrecen el *deporte* y la *cultura gastronómica* malagueña. La gastronomía malagueña, incluyendo el vino de Málaga como elemento singular y de calidad, tiene una gran tradición histórica que puede ser de gran atractivo, tanto para el malagueño como para los turistas. En cuanto al deporte, además de ser un ejemplo más de la capacidad asociativa de Málaga, puede ofrecer grandes oportunidades, por lo que se debe seguir apostando por crear las condiciones e infraestructuras necesarias para hacer de Málaga una ciudad donde el deporte sea un elemento de mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y un atractivo turístico que puede revitalizar el territorio (por ejemplo, deportes de invierno, Centro de Alto Rendimiento, etc.). Es decir, se debe potenciar el deporte en su doble vertiente, de cohesión social a través del deporte de base, y de fuerza atractiva de grandes acontecimientos a escala nacional e internacional.

Por último, una estrategia global de actuaciones también debe contemplar necesariamente el apoyo a las actividades y servicios que atraen y que se ofrecen a los extranjeros que desean aprender idiomas, así como la mejora de equipamientos, para que el *turismo de idiomas* se consolide como una de las grandes potencialidades de una ciudad donde los extranjeros que llegan son los mejores embajadores en el exterior y una fuente importante de recursos económicos.

Málaga, es un destino privilegiado para los estudiantes del idioma español, por lo que es necesario apoyar e impulsar la actividad de aprendizaje de *español para extranjeros* y potenciar las escuelas de español de manera que puedan ofertar servicios de alta calidad. De hecho, en la actualidad es significativa la presencia de alumnos extranjeros que estudian español, siendo Málaga la primera provincia andaluza con más estudiantes extranjeros no universitarios, con 3,5 extranjeros por cada cien alumnos.

En esta línea, también, se podrían crear programas y políticas que faciliten la estancia y alojamiento de los turistas de idiomas y su asentamiento permanente posterior en Málaga, así como potenciar la imagen cosmopolita e internacional de la Universidad, que cada vez cuenta con una mayor participación de estudiantes extranjeros.

En definitiva, se deben explorar elementos capaces de atraer y reforzar una imagen atractiva de Málaga, partiendo de las excelentes características ambientales y naturales para aprovechar las oportunidades que ofrecen el deporte, el turismo de idiomas, la música, la cultura gastronómica malagueña o el sector audiovisual y escénico, yendo más allá del turismo convencional de la Costa del Sol.

2.4. 3.000 AÑOS DE HISTORIA PROYECTADOS AL FUTURO CON PICASSO

Málaga 2010...

Una ciudad orgullosa de su patrimonio histórico-cultural, con el cual se siente implicada, tanto en su conservación como en su proyección, en un compromiso cultural de toda la sociedad malagueña.

Metrópoli que recupera un proyecto cultural en el que se aúna toda la riqueza histórica, artística y cultural, que la figura de Picasso emerge como elemento atrayente por excelencia, distintivo y símbolo que culmina la lectura histórica de la ciudad, junto a las modernas tendencias artístico-culturales del siglo XXI.

Con todo ello, Málaga se convierte en plaza de encuentro del conjunto de la metrópoli, referente nacional e internacional y lugar donde se garantiza un disfrute cultural de calidad.

Patrimonio.
Picasso.
Compromiso cultural.
Plaza de encuentro.

Málaga tiene un atractivo cultural único en la concentración de tres mil años de historia en un espacio reducido como el Centro Histórico de la ciudad. La zona de Calle Alcazabilla y el Museo Picasso, con el Teatro Romano, la Alcazaba y el Museo de Bellas Artes y Arqueológico, la Casa Natal de Picasso, el Castillo Árabe, la Catedral, la Judería y los agradables paseos de calle Cister, San Agustín o Granada, resumen en muy poco espacio tres mil años de historia en la ciudad. Todo ello unido a un Parque y una Alameda cargados de historia, simbolismo y belleza natural.

El Centro es la memoria histórica de la ciudad, lo que en último término le da su carácter. Un *Centro Histórico* en el que la cultura debe jugar un papel protagonista en su revitalización[15] para convertirlo en un hervidero de actividad cultural y ocio. Este espacio donde la nueva calle Larios es el eje central, unido al nuevo puerto y la rehabilitación urbana de la zona más vinculada al río, conduce no sólo a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, sino a poder configurar una oferta integrada alrededor de un espacio museístico único lleno de vida. Para ello, es importante aunar esfuerzos para recuperar como uso museístico y ciudadano aquellos edificios con carácter histórico, proponiendo alternativas viables para sus actuales usos, así como conservar y proteger el Patrimonio Histórico, buscando al mismo tiempo su utilización cultural, residencial y educativa. Todo ello pasa también por involucrar a todos los ciudadanos en el proyecto cultural de la ciudad.

La *rehabilitación* de edificios emblemáticos debe tener un impulso definitivo. La Catedral de Málaga ha sido uno de los monumentos que más inversiones ha recibido (casi 2 millones de euros entre 1996-99) para su rehabilitación y puesta en valor. Por su parte, el Castillo de Gibralfaro, ha experimentado un importante incremento de visitantes (desde 273.613 en 1999 hasta los 356.503 en 2001) tras su rehabilitación y actuaciones para recuperar el entorno, lo que prueba la creciente demanda del Patrimonio Histórico de la ciudad, dado que se trata de una construcción que no se encuentra exactamente en el área turística del Centro Histórico. Por su parte, las obras de rehabilitación de la Alcazaba también han tenido una gran acogida (229.050 visitantes en 2001), así como la red de pequeños museos[16] que se han creado por la zona centro y que son una importante oferta complementaria a los grandes equipamientos museísticos.

---

[15] *Ha sido Premio Archival de España de la Asociación de Centros Históricos, por la rehabilitación realizada.*

[16] *Museo Municipal, Museo Loringiano, Museo del Císter, Museo Catedralicio, Museo Taurino, Centro de Interpretación del Castillo de Gibralfaro, Museo del Santuario de la Victoria y Museo de las Cofradías.*

En definitiva, en la medida que el Centro sea un lugar con vida, participativo y cálido para todos, con servicios, con viviendas, con actividad en las calles, resultará aún más atractivo.



En este nuevo contexto, la figura de *Picasso* debe ser el símbolo atrayente que termina de dar forma a todo un conjunto histórico-artístico-monumental único en el centro de la ciudad, integrándose en él de manera armoniosa. Con la recuperación de la relación entre Málaga y Picasso, se han de poner en valor y aunar ofertas que destaquen el paso del pintor por la ciudad, su vida y sus relaciones, aprovechando la apertura del Museo Picasso, en el corazón de la Judería, y la reciente rehabilitación de la Casa Natal de Picasso, sede de la Fundación Picasso.

La recuperación y rehabilitación de los principales activos patrimoniales, unida a los proyectos de recuperación de edificios singulares para uso museístico o cultural (Mercado de Mayoristas, Aduana, Convento de la Trinidad, Mesón de San Rafael, Correos) así como la próxima apertura del Museo Picasso podrían convertir a Málaga en un importante *foco de atracción* de turismo cultural a nivel internacional.

Este conjunto histórico-artístico, que hace de Málaga una ciudad cultural por excelencia, debe ir unido al de la Costa, para convertir al conjunto de la metrópoli malagueña *en un lugar de referencia internacional.*

2.5. PROYECCIÓN DE UNA IMAGEN DE CALIDAD

Málaga 2010...

Metrópoli de referencia internacional en el ocio, tanto el referido al turismo como el cultural, bajo una imagen de calidad y modernidad. Sin renunciar a proyectos puntuales, es la propia ciudad el escenario sobre el que se proyecta una imagen atractiva, aprovechando su posición de partida y sus especiales características geográficas y climatológicas, así como las oportunidades que genera la nueva Sociedad del Conocimiento.

En este afán de incrementar la reputación y el atractivo de una ciudad que, por su tradición turística, su patrimonio y sus recursos naturales, viene indisolublemente asociada al ocio lúdico-cultural, la figura de Picasso emerge como Embajador de Málaga y se extiende por toda la ciudad.

Cultura y Ocio.
Referente internacional.
Ciudad moderna y atractiva.

La apuesta por una ciudad de la cultura, el desarrollo de la sociedad del conocimiento y los recursos naturales, especial-

mente el litoral de Málaga, deben consolidar una imagen de ciudad moderna, atractiva y capaz de un liderazgo que beneficia a toda la metrópoli, y que aprovecha la llegada de visitantes a la ciudad.

Esta apuesta ha de contemplar la realización y finalización de las *infraestructuras* adecuadas (de comunicación, culturales, ambientales, sociales, etc.), el afianzamiento de la tradición cultural y el cuidado y valorización del conjunto de playas naturales que existen en la capital, entendiéndolas como un atractivo turístico de la misma.

Por otra parte, el segmento del turismo de ocio y negocio en la capital debe complementar la oferta turística de la Costa, con *equipamientos de referencia internacional*, como el Palacio de Ferias y Congresos, que tengan alto impacto socioeconómico, mejoren la promoción exterior y sirvan de puente con otras culturas.

Debe apostar por la creación de obras emblemáticas relacionadas con el mundo de la cultura (Auditorio, gran Museo de la Ciencia y la Tecnología) con fácil accesibilidad y de una arquitectura singular, que se conviertan en esos referentes deseados. La consolidación del Festival de Cine Español de Málaga en los circuitos internacionales es también un elemento importante de la imagen de calidad que se busca.

Málaga tiene el reto de posicionarse como capital turística y de ocio europea, haciendo valer su posición privilegiada en la Costa del Sol. Para ello, está avanzando en la *configuración de una oferta propia y singular*:

- Las playas urbanas.
- El Jardín Histórico Botánico de la Concepción y el Parque de Málaga
- Las actividades artísticas y musicales.
- El clima y las condiciones naturales de la ciudad facilitan su especialización como capital deportiva, con competiciones a todos los niveles y de las disciplinas más variadas, acompañado con la creación de grandes equipamientos, como el Palacio Municipal de Deportes "José María Martín Carpena".
- Los activos patrimoniales y la creación de rutas turísticas histórico-monumentales y gastronómicas.
- Eventos relacionados con las tradiciones y costumbres populares.
- El Palacio de Ferias y Congresos.

La Universidad, su investigación y su personal cualificado, se ha de seguir potenciando como elemento de calidad y atractivo a escala internacional.

Las autoridades también deben ser conscientes de la importancia de los recursos de ocio y cultura de la ciudad y la provincia, y el cuidado y proyección de una imagen adecuada.

3.1. EL CONOCIMIENTO, CLAVE DE FUTURO

Un área metropolitana como la malagueña con un alto dinamismo económico y social, puede aspirar a ser referente internacional en la *"era de la información y el conocimiento"*. Para ello, es necesario que personas, empresas, instituciones y todo tipo de organizaciones sean vanguardistas en el conocimiento como semilla de nuevas ideas, y actúen de forma innovadora explotando esas ideas con éxito y beneficiando así al resto de la comunidad.

El *conocimiento* no es un fin en sí mismo, ni un objetivo a alcanzar, es un medio para aspirar a una sociedad más libre, plural, respetuosa con los derechos de todos, con armonía y calidad de vida, en equilibrio con el entorno urbano y el medio ambiente que nos rodea.

Málaga apuesta por la transformación de la ciudad a través del conocimiento. Este cambio se inicia realizando esfuerzos, tanto públicos como privados, para conseguir un *capital humano* con un alto nivel educativo y cultural, que tenga acceso y conocimiento de las nuevas tecnologías en igualdad de condiciones. El centro de la *"Málaga del conocimiento"* ha de ser la propia ciudadanía.

Un capital humano que, en estrecha colaboración con el tejido empresarial y el ámbito investigador malagueños, busca nuevas oportunidades de creación de riqueza mediante la *investigación, innovación y desarrollo*, impregnando toda la sociedad de una cultura innovadora que se integra con el resto de valores de la ciudad. Se apuesta por una *"economía del conocimiento"* como estrategia principal de una metrópoli en la vanguardia de la nueva sociedad del conocimiento.

Málaga, metrópoli abierta

EN LA VANGUARDIA DE LA NUEVA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Capital humano preparado	Creación de riqueza y I+D+I	Universalidad de las nuevas tecnologías en la sociedad	El Conocimiento en la ciudad
- Alto nivel educativo, reglado y no reglado, para toda la ciudadanía	- Universalidad referente y de calidad	- Apuesta por la Sociedad de la información: en la empresa, la Administración y los ciudadanos	- Un modelo de "Ciudad del Conocimiento" en Málaga
- Aprendizaje continuo y de las nuevas tecnologías	- Conexión entre educación, investigación e industria	- Difusión, implicación y uso efectivo de las nuevas tecnologías por todos y todas	- Picasso, cultura y ocio, referentes de Málaga
- Formato profesional	- Industria moderna y cultura emprendedora con el impulso del P.T.A.		
- Bilingüismo			

3.2. CAPITAL HUMANO

Málaga 2010...

Málaga pone de relieve la importancia de las personas, sus conocimientos, experiencia y valores como principal elemento y factor de desarrollo para el futuro.

La ciudadanía, se constituye así en el elemento fundamental para el crecimiento, implantando un modelo de desarrollo endógeno, capaz de crear riqueza.

La existencia de un capital humano de excelencia, con acceso a formación de todo tipo a lo largo de su vida y conocimiento de idiomas que le permite desenvolverse en un mundo globalizado, es una garantía suficiente para que Málaga pueda afrontar con garantías de éxito cualquier reto que se marque.

La sociedad malagueña interioriza los avances tecnológicos en condiciones de igualdad para todos y se desenvuelve competitivamente en el ámbito internacional, contando con una base social que trabaja en red, coopera y colabora entre sí por el bien de la comunidad.

Personas.
Desarrollo endógeno.
Acceso igualitario: educación y nuevas tecnologías.
Idiomas.

El conocimiento está relacionado con los diferentes saberes, por lo que se deben potenciar todas aquellas acciones que tengan como finalidad el *incremento del nivel cultural y educativo de la ciudadanía*, tendiendo hacia la formación y generación de conocimiento de calidad durante toda la vida (formación permanente y reciclaje continuo). Se puede hablar de una "cultura del conocimiento", que abarca múltiples disciplinas.

Se debe comenzar con una *educación de calidad* en todos los niveles, que permita por una parte completar el nivel educativo de toda la población y, por otra, adaptarse a las necesidades más inmediatas de los rápidos procesos de cambio que se producen en la actualidad, luchando contra situaciones de exclusión y educando en valores de respeto y solidaridad, de modo que sea capaz de incidir como elemento cohesionador del entramado social y cultural de la ciudad.

Las necesidades del mercado laboral son una de las orientaciones básicas del sistema educativo[17]. Y en este sentido, la *formación profesional ocupacional* (FPO) se debe reforzar y dignificar y adaptar a las necesidades laborales de la zona, apostando porque Málaga tenga un protagonismo a nivel nacional en este campo, que garantice una fuerte capacidad de aprendizaje sobre la que basar la innovación y la capacidad de adaptación rápida a los cambios a través de una actualización permanente de los conocimientos[18].

[17] *Ejemplos son la adaptación de las titulaciones y especialidades tanto de los ciclos profesionales como de la Universidad a las necesidades del tejido empresarial malagueño; programas formativos para empresarios y trabajadores del comercio, formación en recursos e instituciones europeas, actividades de educación ambiental para el ciudadano, formación de animadores socioculturales, etc.*

[18] *Algunos ejemplos interesantes son las iniciativas de teleformación y cursos de formación continua como los del Centro de Formación e Innovación de Andalucía, situado en el PTA.*

Por su parte, la *formación profesional ocupacional* (FORCEM), cuyo objetivo es el reciclaje del personal activo, es una de las que más deja traslucir la demanda del mercado[19]. Además, con la remodelación del sector de educación de adultos se empieza a hablar más de "educación permanente" que de alfabetización y cada vez se hacen más necesarios los programas contra el "analfabetismo funcional", de aquellos que cursaron estudios que en la actualidad están desfasados.

Por otra parte, la adaptación a la "sociedad del conocimiento y de la información" tiene en la *formación en el uso de las nuevas tecnologías* uno de sus pilares básicos. La formación reglada y no reglada, desempeña un papel clave en la mejora del conocimiento y su integración con las nuevas tecnologías. Esta formación especializada es necesaria para *"alfabetizar"* a la población en todo lo relacionado con las tecnologías de la información y es decisiva para la readaptación laboral de los trabajadores y para preparar a futuros profesionales.

Además, se busca una enseñanza, reglada y no reglada, con una alta capacidad de adaptación a las *nuevas tecnologías*, tanto en lo que se refiere a titulaciones, como a su utilización en la enseñanza, impulsando decididamente el uso de Internet y las *Tecnologías de la Información y la Comunicación* (TIC) como herramienta de formación para impartir de forma flexible y económica enseñanzas no regladas.

En esta enseñanza de calidad de las nuevas tecnologías, se ha de implicar a distintos organismos e instituciones y, sobre todo, aprovechar la riqueza del *tejido asociativo* para difundir y formar a la población en el uso de las TIC[20].Todo ello debe colaborar en evitar la *dualidad social* que se pueda dar entre los formados y no formados ("analfabetismo tecnológico") y entre los que tienen acceso a las nuevas tecnologías y los que no lo tienen, que debe ser combatido desde todas las entidades públicas y privadas. Las acciones que se realicen en esta línea, deben contemplar de forma especial a los colectivos de jóvenes, mujeres, inmigrantes, discapacitados y mayores. De estos últimos, los mayores de 45 años con problemas de integración laboral son una buena baza para apoyar la difusión del conocimiento y la cultura.

Por otra parte, la educación y la formación deben estar complementadas con algo tan importante en una sociedad globalizada como son los idiomas, especialmente el *inglés*, de modo que un objetivo estratégico debería ser el *bilingüismo*[21]. No sólo por la posibilidad de aprender idiomas y abrirse a nuevas culturas, sino porque supone eliminar barreras para integrarse en redes globales y de cooperación.

Los puntos de partida para la consecución de este objetivo se localizan actualmente en la Escuela Oficial de Idiomas (en Málaga, Fuengirola, Marbella, Ronda y Vélez-Málaga), que en la capital cuenta cada año con casi 6.000 matriculados oficialmente en sus aulas y 1000 que se examinan por libre. En total, en el curso 2001/2002, el número de alumnos matriculados en inglés rondaba los 5.000. También las academias de idiomas son otras de las grandes beneficiadas de esta demanda por parte del mercado (en la capital existen aproximadamente 49 academias de las que el 69% enseñan inglés).

---

[19] *Los datos facilitados por el Centro Andaluz de Formación Ocupacional (FORMAN), los cursos de informática son los más demandados, superando el 50% de la oferta educativa a partir del año 2000.*

[20] *A ello debería ayudar una conexión a Internet más segura, más rápida y más barata, así como una mayor accesibilidad de los puntos de conexión.*

[21] *Una acción básica sería la inclusión del inglés en los planes de estudios desde la educación primaria.*

La Universidad tampoco es ajena a estas tendencias, y cada año se multiplican los programas de intercambio. En concreto, el programa europeo Sócrates- Erasmus duplicó el número de alumnos en tan sólo dos cursos académicos (de 200 en 1998/1999 a 400 en 2000/01).

3.3. NUEVAS OPORTUNIDADES DE CREACIÓN DE RIQUEZA MEDIANTE LA I+D+I

Málaga 2010...

Una ciudad que entra de lleno en la nueva economía global, incorporando recursos como la información, el conocimiento, la investigación y la innovación, como semilla de nuevas ideas y motor de crecimiento. Estos son los factores clave para la revitalización y el desarrollo del territorio, y se basan en la incorporación de la sociedad a los nuevos modos económicos y de producción, a las nuevas formas de trabajo, las nuevas relaciones de convivencia y los nuevos modelos de gestión.

La Universidad desempeña un papel clave y se configura una economía de vanguardia con empresas innovadoras, empresas dinámicas con una visión de largo plazo, que se anticipa a las necesidades que demanda el mercado y es capaz de recoger y asimilar la información externa relevante para su proceso productivo. La captación y retención del capital humano y empresarial de calidad se convierte, entonces, en elemento fundamental.

En este nuevo contexto, donde la cultura innovadora y emprendedora es parte fundamental de la ciudad, son las empresas las que, en última instancia, compiten e incorporan las ventajas científicas y tecnológicas derivadas del proceso de innovación. En la ciudad se genera, así, paulatinamente, un tejido empresarial innovador.

Universidad.
Investigación e Innovación.
Tejido empresarial innovador.
Cultura emprendedora.

Uno de los pilares del conocimiento en la sociedad urbana es una *Universidad* de calidad y prestigio, pues desempeña un papel crucial, no sólo en la mejora de los conocimientos y habilidades de las personas, sino también en la orientación hacia disciplinas demandadas por el tejido productivo y social, y su implicación con ese entorno.

De hecho, la Universidad de Málaga (UMA) es, por una parte, la que debe estar directamente relacionada con la formación superior del capital humano, especialmente en sectores innovadores, y en el desarrollo de una labor investigadora de alto nivel. Por otra parte, es el origen de empresas "spin-off" en sectores innovadores y es un actor clave en la generación de una cultura del conocimiento. Por tanto, es necesario promocionar y potenciar la *calidad* de la Universidad, que debe ejercer tanto de foco de atracción de personal y empresas, como de fuente de creación de conocimiento de calidad, adaptado al tejido productivo. Todo ello, acompañado de una promoción eficaz a nivel europeo, corroborada por mejores programas de intercambio de estudiantes y profesores, con reconocimiento de titulaciones y enseñanza de idiomas.

En la actualidad la UMA cuenta con 55 *titulaciones homologadas* a nivel nacional, cuando hace apenas seis años sólo contaba con 39. Se ha hecho un esfuerzo para adaptar tanto los equipamientos e instalaciones como los recursos humanos y financieros para mantener este incremento de la oferta. No obstante, según se refleja en los estudios realizados dentro del Plan Estratégico de la Universidad, aún es necesario seguir impulsando la adaptación de estas titulaciones y las de nueva creación a las necesidades del mercado, procurando al mismo tiempo absorber el crecimiento de la Universidad malagueña y evitar parte de la masificación.

En este sentido, habrá que estudiar la conveniencia de incluir *nuevas titulaciones* que tengan estrecha relación con las apuestas de la ciudad (por ejemplo Bellas Artes y Arquitectura, o incluso valorar la creación de una universidad politécnica), así como de evaluar el potencial en la formación de alumnos procedentes del Magreb o la formación de cuadros medios y de alta dirección de esa zona (atraídos por elementos de calidad como las facultades técnicas o el Palacio de Ferias y Congresos).

Es necesario incidir en la formación de cuadros y mandos intermedios, especialmente de cara a los jóvenes (por ejemplo, hijos en empresas familiares), adecuándola a la realidad del tejido productivo, así como *crear redes* que puedan colaborar, trabajar conjuntamente e intercambiar conocimientos.

El incremento en la calidad de la Universidad, no debe ser aislado, sino que debe ir acompañado de una flexibilización de las relaciones entre la Universidad, el tejido productivo y el conjunto de la ciudadanía. Por un lado, la ampliación del actual Campus Universitario ha de permitir el paso a un concepto más integral de Ciudad Universitaria, que propicie una relación más permanente entre el mundo universitario y la ciudadanía. En este sentido, también será importante atraer capitales y empresas que requieran personal formado y preparado para la economía del conocimiento, evitando la fuga de talentos de la Universidad y de las formaciones profesionales malagueñas, bien a través de las posibilidades investigadoras y profesionales que se les ofrezcan, bien por el atractivo y calidad de vida del entorno.

Las relaciones entre la *Universidad y las empresas* deben ser fluidas, mejorándose las prácticas y los proyectos de cooperación y valorándose adecuadamente la labor de la investigación. En este sentido, el *"triángulo productivo"* existente entre Universidad-Aeropuerto-PTA es de gran atractivo, así como su unión con el Puerto, y fuente de ventajas competitivas para el asentamiento de grandes empresas y empresas exportadoras.

La mejora de estas relaciones y el mayor *acceso del tejido empresarial local al conocimiento* adquirido y generado por la *investigación universitaria* es un hecho que la economía malagueña desde hace años viene reclamando. Este hecho, debe reforzar y completar la experiencia y potencial investigador de la Universidad en su importante papel de liderazgo en materia de innovación y desarrollo tecnológico (y también en el ámbito socio-cultural), en sinergia constante con el Parque Tecnológico y otros centros que complementen este potencial (instalaciones del CSIC, etc.), para mantener un continuo flujo de ideas, profesionales de alta cualificación y tecnologías avanzadas. Es importante el aprovechamiento de los grupos de investigación que hay actualmente en la UMA o la base de datos DATRI de la oferta científica y tecnológica de los grupos de investigación de la Universidad de Málaga, creada por la OTRI para promover el contacto de éstos con la demanda empresarial.

Con todos estos ingredientes, se ha de *reforzar y diversificar el tejido productivo malagueño* desde sus actividades centrales (construcción y turismo), buscando empresas de calidad que apuesten por el uso de las nuevas tecnologías, especialmente en el sector turístico costero y el sector agroalimentario en el interior. Además requiere el necesario esfuerzo de las pymes locales para seguir adaptándose a una economía de mercado que exige mayor innovación y capacidad de crecimiento y globalización.

Por su parte, el *Parque Tecnológico de Andalucía* (ya está en marcha la segunda fase de ampliación del Parque, que contempla los horizontes del PTA hasta 2010), continúa siendo una referencia en Málaga de los servicios más innovadores y avanzados de Andalucía. El último balance del PTA, correspondiente al año 2001, confirma asimismo el importante crecimiento de la actividad (206 empresas ya instaladas) y el empleo (3.661 personas trabajando), además del destacable aumento de la facturación del Parque,

que se estima rondó los 446 millones de Euros (un incremento cercano al 47% respecto al ejercicio anterior). Destaca también el aumento de la inversión de las empresas en I+D, un 24% más que en 2000, alcanzando los 36 millones de Euros y ocupando a casi 700 personas.

Pero, además de todo esto, la *creación de un tejido innovador*[22] pasa por preparar un entorno más adecuado para las empresas de alta tecnología, y para el desarrollo de las empresas innovadoras en general. Se trata, pues, de crear y conseguir un buen funcionamiento de las sinergias, principalmente, entre empresas y mercados financieros, entre centros de I+D y de formación y entre servicios de asesoría y mercados tecnológicos, para garantizar que la innovación se filtre en toda la estructura económica y social.



Para ello, Málaga necesita una serie de factores catalizadores que amplifiquen la cadena de valor del conocimiento, como: la existencia de beneficios económicos, el capital riesgo mixto, los programas de captación de demanda, las conferencias internacionales, los foros de intercambio de conocimiento, etc. Todo ello, para superar la débil tradición empresarial y de empresas de *capital riesgo*, que no han permitido una alternativa distinta a la banca tradicional o las subvenciones públicas para que se creen las condiciones ideales de nacimiento de empresas innovadoras en una ciudad, donde tanto el pequeño empresario como el comerciante, aún mantienen estructuras tradicionales de producción, gestión y comercialización.

Comenzando desde ese punto, se debe fomentar la *cultura emprendedora* y de autoempleo de cara a producir un cambio de mentalidad empresarial más arriesgada, especialmente entre los jóvenes. En este sentido, el fomento de la preparación a través de la formación profesional en las industrias auxiliares del sector de construcción, turismo, nuevas tecnologías, electrónica, etc., deberá favorecer la aparición de nuevos empresarios y profesionales preparados.

El papel de los emprendedores es importante, tanto para generar paulatinamente un tejido empresarial innovador, como para impulsar el desarrollo de actividades vinculadas a la creación de empresas de base tecnológica y la demanda de los servicios ofertados por parte de las incubadoras, físicas o virtuales[23].

Esta cultura del riesgo y el autoempleo, requiere el apoyo y compromiso de todos los agentes públi-

[22] *En este aspecto, podría ser interesante crear un "censo del conocimiento en Málaga", que a través de un sistema de indicadores mostrara la situación del sistema de innovación, incluyendo empresas, servicios que prestan, etc.*

[23] *Cabe destacar en este aspecto, que el Centro de Empresas del PTA, complemento de la incubadora de empresas Bic Euronova, se encuentra ya al 100% de su capacidad, y que será importante la creación de nuevas incubadoras (ya existen dos proyectos en marcha), así como el papel de la reciente instalación en el PTA del Centro Andaluz de Emprendedores.*

cos y privados (Confederación de Empresarios, Cámara de Comercio, Universidad, Ayuntamiento, tejido asociativo,...), creando políticas y programas de apoyo al emprendedor, tanto para jóvenes como para profesionales que, tras un tiempo en la empresa, deciden crear su propio negocio.

3.4. UNIVERSALIDAD DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Málaga 2010...

Metrópoli que incorpora y difunde el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en todas las personas, agentes e instituciones que la forman.

La sociedad malagueña aprovecha las oportunidades que ofrece el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Esto es, mejora en la gestión y la relación entre la administración y los ciudadanos, sencillez, nuevas relaciones y mayor proximidad, intercambio y trabajo en red, deslocalización y atenuación de las barreras físicas y fronteras, competitividad económica, nuevas ofertas de servicios y posibilidades de negocio, y rápido flujo de información y conocimiento. Como paradigma de la integración de este modelo en la sociedad malagueña, las ventajas de Internet son asimiladas, difundidas y utilizadas por gran parte de la ciudadanía, que, de este modo, son partícipes de sus beneficios, y con vocación de continuidad.

Competitividad.
Sociedad de la Información.
Internet.
Difusión y universalidad.

La nueva sociedad que se está conformando, la *"sociedad en red"*, ofrece multitud de posibilidades de interrelación e interacción entre el capital humano que la compone. Las *"redes es lo que está realmente cambiando el mundo"*, nuevas redes de comunicación entre personas, redes de empleados y empresas, redes de vendedores y compradores, redes de profesores y estudiantes, etc. Un desarrollo social caracterizado por el crecimiento de la globalización, el incremento de la división del trabajo y la especialización, una sociedad que se está haciendo más independiente de tiempo y espacio, pero por otro lado altamente dependiente en comunicación.

El desarrollo de la sociedad de la información es rápido y requiere una susceptibilidad al cambio y la habilidad para anticiparse. El principal desafío de esta nueva era digital es usar las nuevas posibilidades tecnológicas para mejorar la calidad de nuestro día a día.

La difusión y promoción del uso de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el mundo empresarial e industrial son fundamentales para poder hablar de una ciudad integrada en la sociedad del conocimiento y que quiere estar en vanguardia dentro de ella. Por eso es necesario trasladar al mundo de la empresa las posibilidades que ofrece *Internet*, especialmente entre las pymes, facilitando las ayudas económicas para equipos y herramientas, así como políticas que acerquen las TIC a las empresas y generen ventajas competitivas.

Las tecnologías no sólo generan intangibles para las empresas, (la información, el conocimiento y la innovación), necesarios para la competitividad hoy en día, sino también herramientas que agilizan y optimizan la gestión, los recursos y la cadena de valor de las empresas. Por eso, se deben potenciar herramientas basadas en las TIC como las centrales de comercio electrónico entre empresas (*business to business*), los centros virtuales para el consumidor (*business to consumer*), o la optimización de los aprovisionamientos a través de la teleformación.

Málaga comenzó su apuesta por las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías con el desarrollo del *Parque Tecnológico de Andalucía* y la especialización de la *Universidad*. En el PTA, las empresas del sector TIC fueron las que más facturaron en el año 2001, aproximadamente el 75% del total, y emplearon a más del 65% de los trabajadores de la tecnópolis, y cada vez son más los ejemplos de atracción de nuevos elementos relacionados con la Sociedad del Conocimiento por parte del PTA[24].

Por su parte, la *Administración Pública* debe avanzar en su incorporación a la sociedad del conocimiento, pues desempeña un papel fundamental como motor e impulsor de desarrollo, creando las condiciones adecuadas del entorno[25], especialmente infraestructuras de telecomunicaciones que faciliten la introducción generalizada de los diferentes canales de información y comunicación de banda ancha (internet, televisión por cable, videoconferencia, etc.). Actualmente, se están instalando infraestructuras de cable en toda la ciudad por lo que las conexiones Internet/Intranet de banda ancha y a alta velocidad estarán disponibles a medio plazo.

El uso de las TIC ha de extenderse a la administración pública, que es el primer escaparate para el ciudadano. Dado el potencial de la sociedad de la información, la Administración debe generar políticas públicas capaces de sacar el máximo fruto del progreso tecnológico, asegurar una formación permanente para todos los ciudadanos y facilitar el acceso equitativo y universal que evite problemas de dualización social. Se debe incidir en el uso y los beneficios de la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la vida cotidiana. Debe ser la misma Administración la que dé ejemplo a través de la *prestación de servicios modernos y de calidad*, siempre considerando al ciudadano como destinatario final y objetivo último del sistema. La *tele-administración* va a potenciar campos tan variados como la asistencia, la educación, la cultura, el ocio, y la representación democrática. Las nuevas herramientas de comunicación amplían las posibilidades para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos mediante la creación de nuevos tipos de servicios públicos y facilitando el acceso y la información generalizada de los servicios existentes.

A través de su *digitalización*, la Administración puede servir de dinamizador de la utilización de las nuevas tecnologías entre los ciudadanos. Para ello, debe ofrecer el mayor número de servicios *online* de calidad, información útil y actualizada, y posibilidad real de participación ciudadana en algunos de los procesos de decisión, alcanzando mayores cuotas de democracia participativa.

Las principales beneficios para la Administración pública radican en las ventajas económicas de la agilización y mejora de procedimientos administrativos y de tener una *ventanilla* de atención al público abierta a cualquier hora del día y cualquier día de la semana.

Ello debe complementarse desde la Administración fomentando no sólo la excelencia tecnológica como instrumento imprescindible, sino la información y la *formación continua* a través de

[24] *La construcción de un hotel para ejecutivos, cuya apertura está prevista para 2003, y que incorporará las nuevas tecnologías en sus instalaciones, o la reciente acreditación en el PTA del primer centro español oficial de tecnología inalámbrica "Bluetooth" y uno de los 4 laboratorios que en la Unión Europea ensayan esta nueva tecnología para telefonía móvil, Internet, transacciones monetarias, electrodomésticos y automoción.*

[25] *Por ejemplo, infraestructuras que necesitan un mayor impulso en Málaga como la mejora de los polígonos industriales o la creación de un parque empresarial.*

las TIC. En una sociedad del conocimiento todos están obligados a seguir formándose, superando las dificultades de adquisición de nuevos conocimientos ayudados de las nuevas tecnologías, como por ejemplo la *tele-educación*, que tiende a la interactividad y mayor flexibilidad y orientación a las necesidades.

3.5. EL CONOCIMIENTO EN LA CIUDAD

Málaga 2010...

Una "Ciudad del Saber", es una ciudad que da un salto hacia adelante para incorporar el conocimiento y facilitar al ciudadano su valoración, evolucionando hacia espacios modernos y amables que conjugan en armonía ocio, empresa y residencia.

Una metrópoli donde el acceso a las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y el uso de las mismas, se complementa con el acondicionamiento del territorio con las infraestructuras de calidad que necesitan las nuevas tecnologías.

Con ello se posibilita no sólo la llegada de la Universidad y el Parque Tecnológico a todo el entramado social y económico, sino la creación de espacios en los que conviven la industria moderna y de calidad con otros usos; en definitiva, donde se reúnen de forma integrada los servicios públicos y privados con las viviendas y los centros de producción.

Espacios modernos y amables: "Ciudad del Saber".
Territorio y nuevas tecnologías.
PTA y Ciudad del Conocimiento.

El conocimiento ha de entenderse en un doble sentido, más allá del meramente relacionado con la economía del conocimiento y las nuevas tecnologías. Por una parte, está relacionado con el mundo de la cultura y de la ciencia, y donde la capacidad formativa de los recursos humanos y las características ambientales de la zona, dotan a la ciudad de un liderazgo como capital ambiental del Mediterráneo y centro que atrae recursos humanos formados dispuestos a trabajar en estas condiciones de vida excepcionales.

Por otra parte, desde el punto de vista de la riqueza económica, la ciudad utiliza el conocimiento como instrumento económico, apostando por el mismo como instrumento de generación de nuevas actividades.

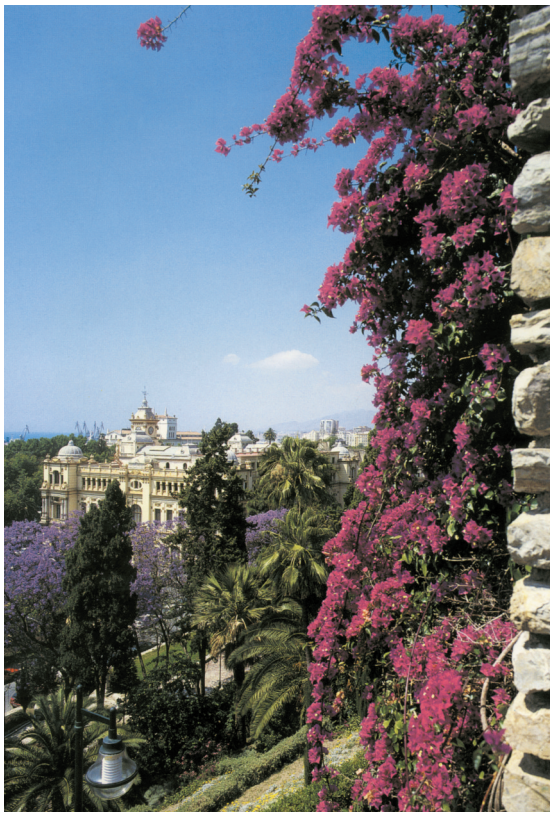
Del mismo modo, una ciudad del conocimiento es aquella capaz de concentrar empresas del conocimiento, además de incluir una serie de condicionantes sociales y culturales, como cierto grado de alfabetización digital, penetración de la cultura de Internet, cultura de idiomas (especialmente inglés), desarrollo de learning villages o espacios que integran los usos residenciales con los educativos, comerciales, de servicios, etc. Puede ser interesante apostar por plasmar en una zona concreta de la ciudad de un *modelo piloto de "Ciudad del Conocimiento"*, que demuestre sus ventajas y utilidad al ciudadano frente a los modelos de desarrollo urbano existentes, apostando por espacios e infraestructuras que permitan la relación entre el ocio, la empresa y la residencia. Es decir, que reúnen de forma integrada los servicios públicos y los privados con las viviendas y los centros de producción, todo ello dotado de infraestructuras de calidad (como redes, domótica, etc.). Se trata de crear un hábitat adecuado a las necesidades del ciudadano, en el que pueda combinar su vida cotidiana con el trabajo y en el que Internet se convierta en un elemento imprescindible.

meno en auge y con peso creciente en la zona, actuándose en el terreno urbanístico para evitar la formación de núcleos excluyentes y que persigan su vida segregada del resto de la ciudad. Málaga tendrá en los próximos años una previsible afluencia masiva de turistas, lo que supondrá un mayor esfuerzo por crear los cauces adecuados para resolver su relación con los ciudadanos en orden a obtener el mayor enriquecimiento cultural recíproco.

4.5. CALIDAD MEDIOAMBIENTAL

Málaga 2010...

El desarrollo humano tiene un creciente impacto en la naturaleza (la atmósfera, el agua, el suelo…), una profunda huella ecológica entorno a la ciudad, por lo que nos enfrentamos a un importante debate entre actividad social, económica y medio ambiente. Los malagueños son conscientes de la amenaza que pueden suponer para su bienestar todos aquellos desequilibrios que produzcan deterioros en el entorno natural, por lo que participan de manera creciente en un proyecto de metrópoli que eleva su calidad medioambiental y reconocen que su actitud personal puede contribuir a consolidar un desarrollo sostenible.



Las autoridades articulan herramientas y dan ejemplo en el respeto al entorno con actuaciones y políticas que consideran la sostenibilidad como el principio rector que las inspira. Así mismo, aplican las nuevas tecnologías a la mejora de los instrumentos con los que cuentan para mantener el equilibrio ecológico y lograr un metabolismo circular de la metrópoli.

La prevención y la educación cívica se consolidan como los instrumentos más útiles para minimizar el impacto de los desequilibrios, e incluso, para evitar que estos aparezcan.

Políticas eficaces .
Actitudes individuales.
Ordenación sostenible del territorio.
Participación y compromiso.
Educación y prevención.
Nuevas tecnologías.

Málaga, en el año 1994 potenció su compromiso con el medio ambiente con la redacción de la *Carta Verde de Málaga*, una de las primeras agendas 21 de España, receptora de numerosos premios nacionales e internacionales, y marco de acción de posteriores proyectos y políticas municipales y provinciales. Entre ellos destaca la rehabilitación del Centro Histórico y la recuperación e incremento de las zonas verdes.

En dicha Carta se establecieron los principios rectores de una actuación sostenible e integral en la

ciudad y su entorno, abarcando aspectos económicos, sociales y ambientales. Todos ellos pretendían que Málaga y su población incrementaran el respeto y cuidado del territorio sobre el que se asentaban y de la flora y fauna que lo componían, así como que sus relaciones con el medio tuvieran en cuenta el medio y largo plazo y los ciclos de la naturaleza para asumir sus impactos. En este sentido, se debe destacar la labor de la Diputación Provincial por actualizar dicho modelo y extenderlo al conjunto de la provincia con la redacción de la Agenda 21 Provincial.

Málaga tiene que ser consciente de su *compromiso con el medio ambiente* como primer pilar para consolidar su condición de centralidad turística y para aspirar a convertirse en un enclave mediterráneo de referencia y con una imagen de calidad. La preocupación medioambiental creciente de los malagueños y sus instituciones ha sido el motivo para la puesta en marcha de multitud de actuaciones que han permitido reorientar el avance de la ciudad hacia una senda de mayor equilibrio.

El tratamiento y la depuración de aguas, la recogida selectiva de residuos, la recuperación de zonas del litoral, la provisión de nuevas superficies verdes, la adecuación a normativas medioambientales nacionales y europeas, el seguimiento de indicadores medioambientales, etc; son, entre otras, algunas de las actuaciones que se han venido ejecutando en los últimos años y que han generado avances evidentes.

La incorporación de los individuos como agentes activos de un planteamiento medioambiental integrado y capaz de ofrecer alternativas a los retos de la ciudad y su área de influencia, debe constituirse en una herramienta decisiva en este objetivo. Una *concienciación* en el respeto por el entorno que debe tener, por su parte, cumplida respuesta de las instituciones públicas, apoyando y promoviendo. El éxito de iniciativas relacionadas con el reciclaje, con los niveles de ruido, con un reparto modal del transporte más eficiente desde el punto de vista medioambiental, etc; depende en gran medida de un compromiso individual respecto a ellas de cada malagueño, que debe ser, por tanto, apoyado y animado con esmero por las administraciones y demás colectivos. Para ello, y como paso previo, es necesario *educar y motivar al malagueño* en el respeto del entorno y hacerlo cómplice de su conservación, al tiempo que se incrementa la disciplina institucional en la defensa del espacio natural.

Una ciudad para sus ciudadanos pasa de igual forma por una regeneración ambiental en sentido amplio donde la consecución de una Málaga más limpia es uno de los objetivos principales, que se orienta tanto a la regeneración integral del frente marítimo y costero, como al propio saneamiento integral de la metrópoli. En los núcleos urbanos de la metrópoli, los esfuerzos de limpieza van unidos a los relacionados con la conciencia de *reutilización y reciclaje*. El ciudadano ha de comprender la importancia de la reducción del consumo y de la producción de residuos, y sobre todo, la necesidad de la reutilización.

Una actuación urgente para mejorar la calidad ambiental de Málaga es la finalización de los planes de *infraestructuras hidráulicas de abastecimiento y de saneamiento*, que garantizarán además las condiciones necesarias de salubridad y viabilidad de los desarrollos de la metrópoli.

Se han de proteger las playas de Málaga potenciando, en su caso, su alto valor ornitológico y arquitectónico, redactándose *un plan de prevención de la contaminación litoral y de calidad de las aguas* (se debería, en este sentido, incluir Málaga como zona sensible en las directivas europeas).

Se deben mantener y potenciar las acciones destinadas a prevención y extinción de incendios forestales, limpieza y reforestación de

cauces fluviales, como medidas para evitar la desertización y la inundaciones. Esta es una pieza clave de la futura salud ambiental de la metrópoli, dado que las zonas protegidas y las áreas forestales son una parte importante de su territorio actual y debiera seguir siéndolo.

Convirtiendo en sus mejores aliados a la prevención y a la educación en el respeto ambiental, y desde una ocupación racional del territorio, Málaga debe ser capaz de adelantar aquellos fenómenos que puedan afectar su compromiso con el entorno natural. Así, la década que viene va a influir y afectar especialmente al litoral, como consecuencia de la *presión demográfica y urbanística*, por lo que se ha de transmitir esta sensibilidad a todas las personas, agentes y sectores de la ciudad. Resulta vital, en este sentido, hacer un seguimiento especial de aquellas actuaciones cuya ejecución pueda suponer un fuerte impacto ambiental, como el sector de la construcción, actualizando las regulaciones ambientales de sus actuaciones.

No se puede concluir esta referencia a la situación medioambiental de Málaga y su evolución futura, sin mencionar el incremento de los efectos externos generados por el aumento en las necesidades de *movilidad*, como consecuencia de un modelo de ocupación del territorio que en los últimos años se ha hecho menos compacto y ha supuesto, entre otras cosas, un aumento en el uso del transporte privado.

Málaga, junto al resto de municipios de su entorno, debe afrontar un análisis sosegado respecto al *modelo de ocupación del territorio* por el que se apuesta, que determine los patrones de movilidad eficiente, racional y sostenible, debido a las posibles consecuencias a largo plazo desde el punto de vista económico, social y medioambiental. El modelo hacia el que se ha de tender es el de ciudad compacta y diversa, frente a la ciudad más dispersa en el territorio. Este segundo modelo podría parecer a corto plazo que eleva la calidad de vida de los residentes, pero supone a la larga mayores gastos de energía y transporte, así como tasas de contaminación más elevadas.

4.6. ENTRAMADO URBANO DE CALIDAD

Málaga 2010...

Una ciudad que aprovecha con inteligencia sus condiciones naturales privilegiadas para planificar y desarrollar un entramado urbano de calidad, con proyección exterior y, sobre todo, capaz de satisfacer las necesidades de los malagueños con las adecuadas infraestructuras y servicios.

La ciudad cuenta con una red urbana equilibrada que conjuga usos residenciales, comerciales, culturales y de ocio de manera inteligente y que presta especial atención a ciertos elementos singulares como el Centro Histórico, su apertura al mar a través del Puerto y a otras áreas de centralidad.

Un entramado urbano que da cumplida respuesta a las necesidades de vivienda y desplazamiento de los malagueños, y que se preocupa por el paisaje urbano, tanto de las calles y zonas urbanizadas como del entorno natural metropolitano.

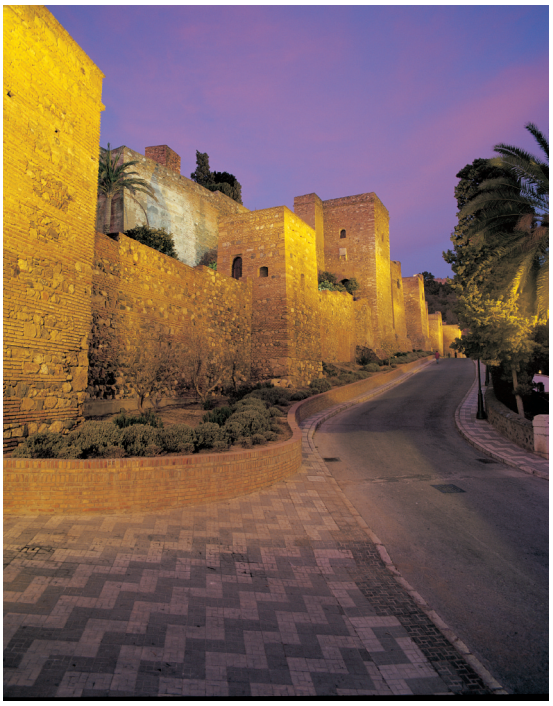
Eliminación de barreras.
Aprovechamiento de condiciones propias.
Servicios de calidad.
Accesibilidad.
Entramado urbano competitivo.

Málaga, es una metrópoli con múltiples centros que ha de buscar las sinergias y beneficios de los grandes proyectos que se desarrollan a lo largo de su territorio para *articular barrios y áreas de centralidad*, como la franja costera y el Puerto, el Centro Histórico,

el Parque Tecnológico de Andalucía, la Universidad, el Aeropuerto, el Palacio de Ferias y Congresos, la Ciudad de la Justicia, etc. De esta forma, favorece la movilidad interna de los barrios incrementando la calidad de vida de los mismos. Pero, además, el desarrollo urbanístico de Málaga ha de ir unido al de la costa, convirtiendo la ciudad en una metrópoli de referencia internacional a través de la búsqueda de la complementariedad con equipamientos culturales de gran calado a lo largo de todo el área. Sin duda, habrá que estudiar la localización e influencia de los estos nuevos centros de atracción, tanto en la ciudad como en el área metropolitana, así como las comunicaciones que resultan necesarias, desarrollando una prospectiva sobre su funcionamiento.

El urbanismo debe contribuir al desarrollo de los valores que se pretenden impulsar en la ciudadanía, lo que implica no sólo la adecuación a unos parámetros establecidos sobre la calidad en las actuaciones, sino también a la participación de todos en la mejora de la calidad de vida. El ciudadano es uno de los principales responsables de la consecución de la calidad en la ciudad. La *educación cívica y la sensibilización* en los centros educativos desde los primeros años sobre el cuidado de la ciudad y el respeto al patrimonio común resulta de fundamental interés.

El *Centro Histórico de Málaga* es un buen ejemplo sobre el que se debe tomar nota. Como respuesta a su importancia y riqueza monumental como memoria viva de la ciudad, se han venido desarrollando una multitud de actuaciones para potenciar y revitalizar este espacio tan singular desde un óptica de sostenibilidad. Para ello, se está incidiendo en la rehabilitación monumental y arquitectónica, en la mejora de las condiciones de vida de los colectivos afincados en el mismo y en la provisión de dotaciones culturales y de ocio con la utilización de edificios históricos como centros culturales y sociales. Como resultado de todo esto, se puede concluir que se ha avanzado considerablemente en la rehabilitación del Centro Histórico con inversiones, tanto públicas como privadas, en la mejora de inmuebles por un importe aproximado de 258 millones de euros, que están renovando y adecuando la imagen principal o "fachada" más importante de la ciudad. Se está recuperando la vida y la imagen del Centro como zona residencial y comercial de calidad, para que sirva como punto de referencia para todos los malagueños y las personas que visitan la ciudad[32].



[32] *La labor que se está realizando en el Centro Histórico fue reconocida a nivel mundial por las Naciones Unidas al otorgarle el Premio Habitat de Asentamientos Humanos del año 1998, así como con varios premios a escala nacional tanto en materias de rehabilitación como de limpieza y mejora del medio ambiente urbano.*

Málaga ha avanzado considerablemente, y debe seguir haciéndolo, en la construcción de *instalaciones y equipamientos de primer nivel* de las que se beneficiará la ciudadanía y de las que Málaga tiene un retraso histórico. Así, el nuevo Palacio Municipal de los Deportes "José María Martín Carpena", el Palacio de Ferias y Exposiciones, el Centro de Arte Contemporáneo, y proyectos por desarrollar, como la Ciudad de la Justicia, o el Centro de Alto Rendimiento Deportivo, son un claro ejemplo de ello. Una nueva dotación de infraestructuras, que se deberá complementar con servicios y equipamientos de calidad (jardines, servicios sociales, instalaciones deportivas, culturales…).

Es el caso del *Museo Picasso Málaga* que, además, y al igual que ha sucedido con la inauguración de otras grandes pinacotecas, debe suponer un gran impulso al proceso de revitalización tanto cultural como económico de la ciudad y consolidar la imagen de excelencia y el protagonismo del Centro Histórico en el conjunto de la metrópoli.

Otro punto de referencia a tener en cuenta en su diseño urbanístico, lo constituye la *Ciudad Universitaria* que, como respuesta a la expansión de la Universidad de Málaga, tiene como objetivo final reunir en el Campus de Teatinos todos los centros y servicios universitarios que irán configurando la futura ciudad universitaria y que ocupará en conjunto una superficie cercana a los dos millones de metros cuadrados. El reto ahora es ser capaz de integrar la ciudad universitaria y para ello se deberá poner en marcha cuantas actuaciones sean necesarias para evitar, tal y como se ha podido observar en otras ciudades, la consolidación de una bolsa de población universitaria ajena al día a día de la ciudad.

Otro elemento de singular y notable importancia en el mapa de la ciudad, lo constituye el *Parque Tecnológico de Andalucía (PTA)* y su ampliación. Este, junto a la Universidad de Málaga y el Aeropuerto, constituye el denominado "triángulo productivo" de la ciudad. Un Parque Tecnológico de Andalucía que tiene como uno de sus mayores retos garantizar su expansión para dar cabida a las necesidades de instalación de nuevas empresas y actividades.

El papel de liderazgo económico de Málaga en el sur peninsular que le ha merecido la ubicación de este Parque, se vería reforzado con la creación de un *Centro de Negocios* debidamente articulado con otros elementos de alcance estratégico y territorial: Palacio de Ferias y Exposiciones, Centros de Transportes de pasajeros y mercancías, etc.

Finalmente, hay que destacar la transición del concepto de movilidad hacia el de *accesibilidad*. El incremento de las relaciones entre los municipios colindantes como consecuencia de los nuevos modos de vida y la extensión de la ciudad, han convertido los desplazamientos en traslados internos de la aglomeración. La ciudad necesita la creación de nuevas vías urbanas que faciliten dichos traslados y descongestionen el tráfico de las arterias actuales, así como soluciones de transporte público equilibradas, racionales y de calidad.

4.7. METRÓPOLI GESTIONADA CON CALIDAD

Málaga 2010...

Una metrópoli que tiene como uno de sus elementos fundamentales el valor de las acciones bien hechas, lo que en términos superlativos equivale a lo que hoy conocemos como excelencia. Una calidad que se basa fundamentalmente en la gestión, en el modo en que se llevan a cabo las acciones urbanas, afectando a todas las fases de las mismas.

En esta intención, Málaga debe tener una Administración moderna, eficaz, transparente y ágil, que gestiona eficazmente su funcionamiento y provee servicios con la estructura y soporte más adecuados, en especial, obteniendo el máximo rendimiento del empleo de las nuevas tecnologías. Esto le permite el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece la integración plena en la Sociedad de la Información.

Se trata, además, de una ciudad que evalúa y controla estratégicamente su desarrollo para responder a las nuevas necesidades y tendencias, en el camino de una visión de futuro compartida de ciudad metropolitana, por parte de todos los agentes.

Excelencia como norma.
Gestión eficiente.
Administración moderna.
Desarrollo estratégico de la ciudad.

Para competir con éxito en la sociedad avanzada del siglo XXI, y responder adecuadamente a los compromisos que se deducen del Plan Estratégico de Málaga, la metrópoli debe romper con sus inercias y malas prácticas del pasado y enfocar un futuro en el que el bien hacer y el buen servicio sean una de sus señas de identidad.

Si las empresas deben mejorar la calidad de sus productos y servicios para incrementar su competitividad, también es cierto que ésta viene condicionada por el contexto y el entorno en el que se encuentran. Las actuaciones del sector público inciden directamente en el conjunto de la sociedad. El *sector público*, además de asegurar la prestación de un conjunto de servicios públicos, debe incidir en la calidad de su gestión interna. Las diferentes administraciones públicas, y muy especialmente el Ayuntamiento, deben seguir el camino iniciado para satisfacer mejor a los ciudadanos, profundizando en el desarrollo de mejoras internas y la implantación de sistemas de aseguramiento y control de la calidad que garanticen una dinámica de mejora continua en los servicios prestados[33]. Esta apuesta de la ciudadanía y de las Administraciones por la calidad se debe traducir en la creación de un *código de buenas prácticas o plan de calidad urbana* relativo a todas las actuaciones en ámbitos públicos urbanos que han de ser tenido en cuenta por todos los agentes.

Málaga no debe conformarse con cumplir mínimos en el servicio a los visitantes y a los propios ciudadanos, sino que debe apostar por diferenciarse en positivo entre las ciudades con las que ha de competir en el entorno europeo. Para ello necesita imprimir un decidido impulso de calidad en todas las fases de los *proyectos y servicios urbanos:* tramitación, participación, proyecto, ejecución, explotación y mantenimiento; además de buscar las mejores vías para llevar a cabo una gestión responsable con participación público-privada que responda a las demandas planteadas en cada momento.

La calidad es el único modo de conseguir que los proyectos se finalicen en plazo y se desarrollen con la energía suficiente para aprovechar las sinergias y no desmotivar a los agentes y ciudadanos. En este sentido, se debe considerar la conveniencia de crear un *ente gestor flexible y ágil* de financiación (con capital mixto) para la puesta en marcha de los grandes proyectos de transformación urbana pendientes en

[33] *El Ayuntamiento de Málaga puso en marcha en diciembre del 2001 un Proyecto de Intervención de Calidad, que está realizando un diagnóstico de la calidad que ofrece el Ayuntamiento y abriendo los llamados Servicios de Atención Integral al Ciudadano. Por otro lado, la Empresa Malagueña de Transportes ha obtenido las certificaciones de la norma de calidad ISO 14000 y la ISO 9002 y el Laboratorio Municipal de Servicios Medio Ambientales cuenta también con la ISO 9002.*

la ciudad. La participación en la gestión y la financiación debe estar orientada a la colaboración entre administraciones en beneficio de los ciudadanos y en coordinación con la iniciativa privada. Siguiendo esta lógica, Málaga debería tomar habitualmente la iniciativa de los proyectos de carácter estratégico que le afectan, sin dejarla en manos privadas o de otras administraciones, que pueden y deben colaborar en la financiación, pero nunca sustituir la manifestación de la voluntad de la ciudadanía.

La búsqueda de una gestión de calidad debe estar también acompañada del aprovechamiento de *herramientas modernas* fomentando, tanto dentro de la Administración como desde ésta hacia la sociedad, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). En este sentido, es necesario que la administración pública sea pionera y mantenga un liderazgo claro en el uso de este tipo de herramientas ya que es ella el primer escaparate para el ciudadano y buena parte de la actividad cotidiana de la ciudadanía viene marcada por su relación con ella.

El uso de las *nuevas tecnologías* para una mejor provisión de servicios y la extensión de los mismos a todas las zonas de la ciudad es un reto importante que debe ser afrontado sin dilación, ya que sin duda revertirá en una mejor calidad de vida y en una más rápida incorporación de los ciudadanos a la sociedad de la información[34].

En el proceso de construcción de una ciudad metropolitana gestionada con calidad, es preciso crear un *observatorio permanente de reflexión estratégica* de la metrópoli, flexible y en constante revisión, que oriente las acciones de todos los agentes y de los ciudadanos en general hacia un objetivo conjunto de futuro. Bajo estas premisas, el II PEM debe ser la semilla de dicho observatorio para potenciar, debatir e impulsar los proyectos clave de la ciudad, buscando al mismo tiempo la coordinación con y entre otros planes, estrategias y proyectos, incluidos los de los municipios limítrofes y el conjunto de la provincia, especialmente con el Plan de Desarrollo Estratégico Provincial, Madeca 10.

El observatorio permanente será un instrumento indispensable de reflexión continua sobre el desarrollo estratégico de la ciudad. Pero además, servirá para *favorecer la cooperación público-privada*, semilla de liderazgo y fuente de creación de nuevos cauces de financiación y realización de proyectos, de dinamización de la totalidad de recursos disponibles, y de fomento de la participación y el "orgullo" de ser ciudadano de Málaga.

[34] *El uso de terminales públicos instalados en las juntas de distrito, bibliotecas o centros públicos, puede ser un modo simple y muy efectivo de iniciar este proceso.*

A

RESÚMENES DE LAS CONCLUSIONES DE LOS COMITÉS EXPERTOS

Comité de Expertos de "Málaga, Ciudad del Conocimiento" 89
Comité de Expertos de "Málaga, Ciudad de la Cultura" 94
Comité de Expertos de "Málaga, Ciudad Litoral" 98
Comité de Expertos de "Málaga, Revitalización Urbana" 102

RESÚMENES DE LAS CONCLUSIONES DE LOS COMITÉS EXPERTOS

La Fundación CIEDES desea expresar su agradecimiento especial por la labor realizada como ponentes y coordinadores de los Comités de Expertos a: José Pedro Alba García, José Manuel Cabra de Luna, Francisco Merino Ruíz de la Gordejuela, Damián Quero Castanys, Felipe Romera Lubias y Francisco Ruíz García. Desde el principio han creído en esta labor y han estado apoyándola de manera constante e incondicional.

Queremos transmitir también nuestra gratitud a todas las personas que figuran a continuación y que han trabajado en los Comités de Expertos codo con codo. Con su labor desinteresada y constante nos han demostrado a todos el cariño que le tienen a esta ciudad y el compromiso en su constante mejora y desarrollo.

Se recogen en este apartado las principales conclusiones de los intensos debates que han mantenido y que han sido la base fundamental de este libro de estrategias de Málaga para el 2010.

11.1. COMITÉ DE EXPERTOS DE "MÁLAGA, CIUDAD DEL CONOCIMIENTO"

Ponente:
Felipe Romera Lubias, *Ingeniero de Telecomunicaciones*

Participantes:
Gustavo Barbeyto Álvarez
Francisco Barrionuevo Canto, *Licenciado en Administración de Empresas*
José Blanco Arjona, *Ingeniero de Telecomunicaciones*
Antonio Bravo Pérez, *Informático*
Gabriel Cortés García, *Trabajador Social*
Manuel Cortés Jiménez
Adelaida de la Calle Martín, *Bióloga*
Fernando de León Paz, *Economista*
Carlos de Mesa Ruíz, *Ingeniero Industrial*
José Antonio Fernández García
Juan Luis Galán Delgado
Rocío García Díaz, *Economista*
Antonio Gómez-Guillamón Manrique, *Ingeniero Aeronáutico*
Luis Fernando Martínez García, *Ingeniero de Telecomunicaciones*
Luis Méndez Fernández, *Ingeniero de Telecomunicaciones*
Julio Nieto Centeno, *Ingeniero de Minas*
Miguel Ángel Palomo Gallardo, *Químico*
Juan Luis Peña Mateos, *Maestro*
Antonio Puerta Notario
Fernando Rodríguez de Fonseca, *Médico*
Luis Sanz Irles, *Lingüista*
Alvaro Simón de Blas, *Economista*
Federico Terrón Muñoz, *Economista*
Rodolfo Tiessler Gálvez, *Informático*
Ricardo Trigueros Huertas, *Licenciado Filosofia y Letras*
Francisco Trigueros Ruíz, *Catedrático de Informática*
Ricardo Vivancos Sevilla

ESTRATEGIAS DEL CONOCIMIENTO

A. el conocimiento ha de entenderse en un sentido genérico, relacionado con el mundo de la cultura y la ciencia, por lo que se ha de apostar por elevar el nivel educativo y cultural.

El conocimiento no es un fin en si mismo, ni un objetivo a alcanzar, es un medio para aspirar a una sociedad más libre, plural, respetuosa con los derechos de todos, con armonía y calidad de vida, en equilibrio con el entorno urbano y el medio ambiente que nos rodea. Se ha de apostar por la transformación de la ciudad través del conocimiento.

Al hablar de Ciudad del Conocimiento habrá que tener en cuenta el propio ciclo del conocimiento: generación del conocimiento, utilización del conocimiento generado, gestión y difusión de ese conocimiento.

El conocimiento está relacionado con los diferentes saberes, por lo que se deben potenciar todas aquellas acciones que tengan como finalidad el incremento del nivel cultural de la ciudadanía. Se puede hablar de una "cultura del conocimiento", que abarca múltiples disciplinas.

El aprendizaje de idiomas, especialmente de inglés, es una de las claves para avanzar en la posición de Málaga como Ciudad del Conocimiento. Se debería incluir el inglés en los planes de estudios desde la educación primaria para que las próximas generaciones sean bilingües.

Málaga, es un destino privilegiado para los estudiantes del idioma español. Hay que potenciar las escuelas de español para extranjeros de manera que puedan ofertar servicios de alta calidad.

El conocimiento ha de entenderse en un doble sentido: uno más genérico, que es el expuesto, y otro que lo sitúa como instrumento económico, que permite hablar de la economía del conocimiento y que será el que centre la apuesta de la "Ciudad del Conocimiento".

B. El centro de la "Málaga del conocimiento" ha de ser la propia ciudadanía.

Se debe crear en Málaga un proyecto emblemático en que las tecnologías se acerquen al ciudadano de forma didáctica y rigurosa.

La administración pública debe fomentar y favorecer el uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) para incrementar la participación ciudadana y la cooperación público-privada. El primer paso debería ser la adecuación de la propia Administración y sus servicios a estas tecnologías.

Se ha de evitar que el conocimiento resida en una élite de personas, por lo que se debe difundir a todos y en todas las áreas del saber.

El fenómeno del analfabetismo tecnológico se ha de combatir desde todas las entidades públicas y privadas, de cara a evitar la exclusión de determinados colectivos con más problemas de acceso a las nuevas tecnologías.

Las acciones que se realicen deben contemplar de forma especial a los colectivos de jóvenes, mujeres, inmigrantes, discapacitados y mayores. De estos últimos, los mayores de 45 años con problemas de integración laboral son una buena baza para apoyar la difusión del conocimiento y la cultura.

C. Se ha de facilitar la formación en las nuevas tecnologías a la ciudadanía, enseñándole el uso y los beneficios de su aplicación en la vida cotidiana, implicando a distintos organismos e instituciones en la enseñanza de calidad de las mismas.

El uso de las TIC ha de extenderse a la administración pública, que es el primer escaparate para el ciudadano. La administración pública ha de favorecer el acceso a las nuevas tecnologías a través de terminales públicos instalados en las juntas de distrito, bibliotecas y centros públicos.

Las asociaciones y el voluntariado pueden jugar un gran papel en la difusión de la formación y el uso de las TIC, para lo que deberán contar con los adecuados presupuestos e inversiones.

Es primordial promover la difusión de internet como canal de comunicación entre los ciudadanos, la administración pública y las empresas. Para ello se ha de reclamar una conexión a internet más segura, más rápida y más barata, así como una mayor accesibilidad de los puntos de conexión.

Hay que evitar en la medida de lo posible la dualidad social que se puede producir entre los formados y los no formados ("analfabetismo

tecnológico"), entre los que tienen acceso a las nuevas tecnologías y los que no lo tienen.

Se debe destacar el papel clave de la formación reglada y no reglada en la mejora del conocimiento y su integración con las nuevas tecnologías.

Hay que tender hacia la formación y generación de conocimiento de calidad durante toda la vida (formación permanente, reciclaje continuo).

La formación profesional (FPO y FORCEM) se debe dignificar, reforzar y adaptar a las necesidades laborales de la zona, apostando porque Málaga tenga un protagonismo a nivel nacional en este campo.

Se han de crear mecanismos para la difusión del conocimiento tecnológico no sólo en el mundo de la empresa sino en general con otros centros de la cultura y la ciencia (Ateneo, Academia de Ciencias, etc.).

Se ha de impulsar decididamente el uso de internet y las TIC como herramienta de formación para impartir de forma flexible y económica enseñanzas no regladas.

La llegada a Málaga de un fuerte colectivo de inmigrantes puede ser una baza adicional para la formación de nuevos profesionales en las industrias auxiliares del tejido productivo local.

D. La universidad debe ejercer tanto de foco de atracción de personal y empresas del conocimiento, como de fuente de creación de conocimiento de calidad, adaptado al tejido productivo.

Este nivel de calidad de la Universidad malagueña deberá promocionarse eficazmente a nivel europeo.

Las relaciones entre la Universidad y las empresas necesitan de mayor flexibilidad, mejorándose las prácticas y los proyectos de cooperación, valorándose adecuadamente la labor de la investigación.

La Universidad de Málaga ha de afianzar su papel dentro de Europa, con mejores programas de intercambio de estudiantes y profesores, con reconocimiento de titulaciones, enseñanza de idiomas, etc.

Se han de atraer capitales y empresas que requieran personal formado y preparado para la economía del conocimiento, de manera que no se produzca una fuga de talentos de la Universidad y de las formaciones profesionales malagueñas.

La ampliación del actual campus universitario ha de permitir el paso a un concepto más integral de Ciudad Universitaria, que propicie una relación más permanente entre el mundo universitario y la ciudadanía.

La Universidad ha de apostar por incluir nuevas titulaciones como Bellas Artes y Arquitectura, incluso valorar la creación de una universidad Politécnica.

Existe un gran potencial en la formación de alumnos procedentes del Magreb, así como en la preparación de cuadros medios y de alta dirección de esa zona, siendo las Facultades técnicas y el Palacio de Ferias y Congresos dos piezas claves para su atracción.

E. Es necesaria la plasmación en una zona concreta de la ciudad de un modelo de "ciudad del conocimiento", que facilite al ciudadano su comprensión y valoración frente a los modelos de desarrollo urbano existentes.

Se han de crear espacios e infraestructuras que permitan la relación entre el ocio, la empresa y la residencia.

La creación de un proyecto de Ciudad del Conocimiento en Málaga puede ser la continuación de la labor ya emprendida entre el PTA y la Universidad.

Una ciudad del conocimiento es aquella capaz de concentrar empresas del conocimiento, además de incluir una serie de condicionantes sociales y culturales, como: cierto grado de alfabetización digital, penetración de la cultura de internet, cultura de idiomas (inglés imprescindible), desarrollo de los "learning villages" o espacios que integran los usos residenciales con los educativos, comerciales, de servicios, etc.

Se debe difundir al conjunto de la provincia el papel del PTA a través de la implantación de parques satélites y centros de conocimiento.

Se ha de apoyar la puesta en marcha de la segunda fase del PTA y su apuesta por crear una zona en concordancia con la filosofía de la ciudad del conocimiento.

F. La apuesta por una ciudad del conocimiento y la cultura puede lanzar la imagen de Málaga como ciudad moderna, atractiva y capaz de un liderazgo como metrópoli.

Málaga es una gran metrópoli, cuyo centro ha de ser la capital. Esta apuesta ha de contemplar la realización y la finalización de las infraestructuras adecuadas (de comunicación, culturales, ambientales, sociales, etc.).

Dos puntos fuertes de la metrópoli malagueña para llegar a ser Ciudad del Conocimiento son: la capacidad formativa de sus recursos humanos y las características ambientales de la zona, que ha de liderar como capital ambiental del Mediterráneo y centro atractor de recursos humanos formados dispuestos a trabajar en estas condiciones de vida excepcionales.

Los trabajadores del conocimiento, a los que siguen las empresas del conocimiento, se trasladan a las metrópoli o conurbaciones con una buena oferta cultural y una tolerancia social grande.

La figura de Picasso ha de estar presente en todos los aspectos de la ciudad y quedar patente para cualquier visitante (esculturas, fuentes, paneles, mobiliario, etc), al ser el referente más universal de nuestra ciudad.

El triángulo productivo existente entre Universidad-Aeropuerto-PTA es de gran atractivo para el asentamiento de grandes empresas y empresas exportadoras. Habrá además que estudiar su conexión con el Puerto de Málaga, como centro comercial y de transporte de mercancías en contenedores.

Se debe proyectar la imagen de Málaga como centro de exposiciones y congresos, con un eje central en el Palacio de Ferias y Congresos. Es una apuesta más para consolidar el liderazgo de la capita en la metrópoli.

Las relaciones con el Magreb pueden enfocarse desde el prisma del intercambio cultural, de formación y de transferencia de investigación. El Palacio de Ferias y Congresos puede ser una pieza clave en este sentido.

Se han de crear compromisos y acciones específicas para el lanzamiento del Palacio de Ferias y Congresos como elemento emblemático de identificación y desarrollo de Málaga.

G. Se ha de reforzar el tejido productivo malagueño, diversificando las actividades centrales (construcción y turismo), y buscando empresas de calidad que apuesten por el uso de las nuevas tecnologías.

Se debe buscar una mayor conexión entre las nuevas tecnologías y el tejido productivo local,

especialmente en el sector turístico costero y el agroalimentario en el interior.

Existe una falta de tradición empresarial y de empresas de capital riesgo, que propicien una alternativa distinta a la banca tradicional o las subvenciones públicas.

Las pymes locales han de hacer un esfuerzo por adaptarse a la economía de mercado, que exigen mayor innovación y capacidad de crecimiento y globalización.

Málaga necesita una serie de factores catalizadores que amplifiquen la cadena de valor del conocimiento, como: el capital riesgo mixto, los programas de captación de demanda, las conferencias internacionales, los foros de intercambio de conocimiento, etc.

Se ha de incidir en la formación de cuadros y mandos intermedios, concretamente de cara a los jóvenes (especialmente, hijos de empresas familiares); adecuándola a la realidad del tejido productivo, con suficiente información sobre perfiles de puestos, necesidades de formación requeridas, etc.

Se deben crear redes de personas tanto de alta formación como de cuadros intermedios que puedan colaborar, trabajar conjuntamente e intercambiar conocimientos.

Sería de gran interés crear un censo del conocimiento en Málaga, que indicara cómo está el sistema de innovación en la zona, recogiendo las empresas, los servicios que prestan, etc.

H. Fomentar la cultura emprendedora y de autoempleo de cara a producir un cambio de mentalidad empresarial más arriesgada.

El fomento de la preparación de los jóvenes malagueños, a través de la formación profesional en las industrias auxiliares del sector construcción, turismo, nuevas tecnologías, electrónica, etc., favorecerá la aparición de nuevos empresarios y profesionales preparados.

Es fundamental un cambio de mentalidad de las personas que acceden al mercado laboral, fundamentalmente jóvenes, hacia la cultura del riesgo y la capacidad de creación del propio empleo.

La cultura del riesgo y el autoempleo requiere el apoyo y compromiso de todos los agentes públicos y privados (Confederación de Empresarios, Cámara de Comercio, Universidad, Ayuntamiento, etc.).

Se deben crear políticas y programas de apoyo al emprendedor, tanto para jóvenes como para profesionales que, tras un tiempo en la empresa, deciden crear su propio negocio.

I. La difusión y promoción del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el mundo empresarial e industrial es fundamental para poder hablar de una ciudad del conocimiento.

Trasladar al mundo de la empresa las posibilidades que ofrece Internet, facilitando las ayudas económicas para equipos y herramientas.

Favorecer la implantación de las nuevas TIC en las pymes para que generen ventajas competitivas.

Las tecnologías no sólo generan intangibles para las empresas, además se deben potenciar herramientas como las centrales de compra *B2B*, los centros virtuales *B2C*, el *e-procurement*, y la teleformación.

Se ha de procurar no sólo favorecer el uso de las nuevas tecnologías como herramientas clave de innovación y desarrollo, sino facilitar

la generación de nuevos conocimientos fuera del ámbito tecnológico.

Es fundamental divulgar el uso de las nuevas tecnologías si se quiere generar una demanda de las mismas, de manera que sea cada vez una realidad más próxima la sociedad y el trabajo en red.

11.2. COMITÉ DE EXPERTOS DE "MÁLAGA, CIUDAD DE LA CULTURA"

Ponente:
José Manuel Cabra de Luna, *Abogado y artista*

Participantes:
Carlos Ismael Álvarez García, *Abogado*
Ángel Asenjo Díaz, *Arquitecto*
Alfredo Asensi Marfil, *Biólogo*
Javier Becerra Seco, *Licenciado en Historia*
Rosario Camacho Martínez, *Catedrática de Historia del Arte*
Rafael de la Fuente Milanés
Francisco Fernández Cervantes
Andrés García Maldonado, *Periodista*
José Manuel García Mesa, *Economista*
José María Gómez Aracil, *Aparejador*
Luciano González Ossorio, *Periodista*
Francisco José Lucena Rincón, *Perito Industrial y Administrador de Fincas*
Pedro Marín Cots, *Economista*
Rafael Martín Delgado, *Arquitecto*
José Moreno Portales
María Morente del Monte, *Historiadora del Arte y Conservadora*
Manuel Olmedo Checa, *Académico*
Francisco Peñalosa Izuzquiza
Pedro Pizarro, *Licenciado en Geografía e Historia*
Pedro Rodríguez Oliva, *Catedrático de Arqueología*
Anselmo Ruíz Palomo, *Mecánico*
Mariano Vergara Utrera, *Abogado y Diplomático*
Mercedes Vico Monteoliva, *Catedrática de Historia de Educación*
Ida Willadsen Hansen, *Corresponsal Trilingüe*

ESTRATEGIAS DE LA CULTURA

A. La cultura ha de entenderse en una doble faceta: como elemento de cohesión social de un territorio y como elemento generador de actividad económica.

Se ha potenciar el papel y la presencia de la Universidad y de los centros de enseñanza, buscando el apoyo integral de la sociedad al mismo.

Se ha de buscar una coordinación entre los distintos foros y colectivos que trabajan y apuestan por la cultura.

Han de estudiarse y canalizarse las posibilidades del Centro Histórico como conjunto artístico-monumental; del Centro de Arte Contemporáneo; del Palacio de Ferias y Congresos; de la figura de Picasso, etc.

Se deben exigir mayores inversiones por parte de las Administraciones en todo lo referente a la cultura, así como la cooperación de las grandes empresas con sedes y sucursales en la zona.

B. Málaga necesita definir una apuesta global e integrada de actuaciones en materia de cultura.

La cultura ha de impregnar todas las zonas de la ciudad, no sólo la del centro. Se han de analizar las necesidades de los barrios y extender a la periferia los equipamientos e infraestructuras mínimas adecuadas para la difusión cultural.

Se debe definir un proyecto cultural estratégico y táctico de ciudad, explícito, compartido

y conocido, con prioridades y actuaciones que determinen, además, los agentes promotores y las inversiones necesarias.

Se ha de apostar por la implicación del sector privado en la apuesta cultural de la ciudad, con el fomento no sólo del mecenazgo sino de la construcción de equipamientos culturales de iniciativa privada.

C. Málaga tiene un atractivo cultural único: la concentración de tres mil años de historia en un espacio tan reducido como el centro histórico de la ciudad

La zona de calle Alcazabilla y el Museo Picasso, escoltada por el Teatro Romano, la Alcazaba y el Museo de Bellas Artes, la Casa Natal de Picasso, el Castillo Árabe, la Catedral, la Judería y los agradables paseos de calle Cister con su Museo, San Agustín o Granada, resumen en muy poco espacio tres mil años de historia en la ciudad con un patrimonio colosal. Todo ello unido al Parque y la Alameda cargados de historia, simbolismo y belleza natural.

Se han de aunar esfuerzos para recuperar para uso museístico y ciudadano aquellos edificios con carácter histórico como la Aduana, proponiendo alternativas viables para sus actuales usos.

El Centro Histórico se ha de configurar como una oferta integrada cuyo soporte es ser un espacio museístico único lleno de vida.

Se ha de conservar y proteger el patrimonio histórico, buscando al mismo tiempo su utilización cultural, residencial y educativa.

El centro monumental y museístico no sólo ha de responder a la búsqueda y agrado del turista, sino a elevar la calidad de vida de sus habitantes. En la medida que el centro sea un lugar con vida y cálido para todos, con servicios, con viviendas, con actividad en las calles, resultará aún más atractivo.

Cualquier intervención para mejorar la cultura en el centro de la ciudad, deberá ir acompañada de las correspondientes políticas de mejora de la calidad de vida de su ciudadanía, mejorando sus niveles de renta y su seguridad.

D. Málaga, entendida como una metrópoli, ha de apostar por ser una ciudad de la cultura y el ocio con referencia internacional

La figura de Picasso se debe potenciar como elemento atractriz, casi como el símbolo en que culmina toda una lectura histórica de la ciudad. Por ello, el futuro Museo Picasso debería entenderse, no como un referente aislado, sino formando parte del conjunto histórico-artístico-monumental del Centro Histórico.

Con la recuperación de la relación entre Málaga y Picasso se han de poner en valor y aunar ofertas que destaquen el paso del pintor por la ciudad, su vida y sus relaciones.

El desarrollo turístico de la capital ha de ir unido al de la Costa, convirtiendo a Málaga en el ágora o plaza de encuentro de la metrópoli, buscando la complementariedad con equipamientos culturales de gran calado (Museo Picasso, Centro de Arte Contemporáneo, Auditorio, Museo de Ciencia y Tecnología, etc.), capaces de atraer al turismo costero.

La existencia en la capital de un conjunto de playas naturales también ha de cuidarse y potenciarse, entendiéndola como un atractivo turístico de la misma.

El segmento del turismo de ocio y negocio en la capital complementará la oferta de la Costa con un enclave único: el Palacio de Ferias y

Congresos. Este equipamiento va a tener un enorme tirón económico, comercial, cultural y formativo para la ciudad, no sólo por lo que representa y su condición de cabeza de puente con el Magreb, sino por la calidad arquitectónica del edificio.

Hay que incrementar y mejorar la promoción exterior de Málaga, incidiendo en sus referentes internacionales.

La Universidad, su investigación y personal cualificado se ha de seguir potenciando como elemento de calidad y atractivo a escala internacional.

La faceta musical en la ciudad ha de potenciarse y ampliarse. Buscar el posicionamiento de Málaga dentro de los circuitos musicales de música moderna y alternativa.

Crear políticas y equipamientos que apoyen a la actividad orquestal malagueña de calidad, desde la proliferación de las salas de conciertos, ciclos musicales, festivales, difusión de las actividades en la Costa, etc. Un buen ejemplo del interés que despierta en Málaga es el éxito del ciclo "Málaga, Ciudad del Paraíso".

Apostar por la creación de obras emblemáticas de la ciudad relacionadas con el mundo de la cultura (Auditorio, Museo de la Ciencia y la Tecnología) con fácil accesibilidad y aparcamiento y de una arquitectura singular, que se conviertan en referentes de la ciudad.

Se ha de apostar por consolidar la "Ciudad del Cine" con nuevos equipamientos y oportunidades para la industria de la producción y realización cinematográfica.

Favorecer la consolidación del Festival de Cine Español de Málaga en los circuitos internacionales.

E. Apostar por una "málaga culta" requiere la educación y la implicación del ciudadano.

La apuesta por la cultura también implica la generación y aplicación de las adecuadas políticas sociales que corrijan los desequilibrios, la existencia de guetos y la inseguridad ciudadana.

El malagueño ha de sentirse beneficiario y coautor de las mejoras de la ciudad y de la calidad con que se hacen.

Dentro de las acciones para integrar al ciudadano en la cultura local y su respeto, se han de recuperar figuras clave de la ciudad y su obra (escritos, artículos, obras de arte, etc.), como por ejemplo Cánovas del Castillo o Alberto Jiménez Frau.

El asociacionismo tiene un gran valor educativo y cultural, por lo que se ha de aprender de los ejemplos existentes como el mundo del Voluntariado, de las Cofradías o el Deportivo.

Los centros de enseñanza tienen un papel clave en la generación de la cultura ciudadana y del civismo. Se ha de trabajar con los más jóvenes si se quiere tener una Málaga culta.

La Universidad tiene un papel destacado, no sólo en lo que respecta a elevar el nivel cultural de la ciudad, sino en investigar y difundir las singularidades culturales malagueñas, como uno de los ejes del liderazgo del hecho cultural en Málaga.

La creación de nuevas titulaciones universitarias y de formación profesional relacionadas con el mundo de las artes y la cultura podrían favorecer la difusión cultural entre la ciudadanía y atraer para su formación a jóvenes y profesionales de fuera de Málaga. Como ejemplo, la creación de estudios de grado y postgrado en gestión cultural, experto cultural, etc.).

F. Se debe profundizar en las oportunidades que ofrecen el deporte, la cultura gastronómica

malagueña y el sector audiovisual, para reforzar el objetivo de "Málaga, ciudad de la cultura".

La gastronomía malagueña tiene también 3000 años de historia, existiendo al menos seis tipos de cocina malagueña de gran riqueza, que pueden ser, si se dan a conocer de forma más generalizada, de gran atractivo tanto para el malagueño como para los turistas.

El deporte es un ejemplo de la capacidad asociativa de Málaga. Se debe seguir apostando por crear las condiciones e infraestructuras necesarias para hacer de Málaga una ciudad olímpica, capital de los deportes en invierno.

Se debe potenciar el deporte en su doble vertiente, de cohesión social a través del deporte de base, y de fuerza atractiva de grandes acontecimientos a escala nacional e internacional.

G. Difundir y apoyar la actividad y equipamientos para el turismo de idiomas, como una de las grandes potencialidades de la ciudad.

Se han de potenciar y apoyar las actividades y servicios que atraen y que se ofrecen a los extranjeros que desean aprender idiomas, ya que son los mejores embajadores en el exterior y una fuente importante de recursos económicos.

La Universidad cada vez cuenta con una mayor participación de estudiantes extranjeros, por lo que se debe seguir potenciando esta imagen cosmopolita e internacional de la misma.

Se han de ofrecer intercambios y prácticas no sólo en el mundo educativo sino en la actividad empresarial y profesional, contando con la base que ofrece el PTA y las empresas de nuevas tecnologías.

Crear programas y políticas que faciliten la estancia y alojamiento de los turistas de idiomas y su asentamiento permanente posterior en Málaga.

H. Málaga, ha de potenciar su papel geoestratégico de ciudad del sur de Europa, mediterránea, y plataforma de acercamiento al Magreb.

El Palacio de Ferias y Congresos ha de orientarse a facilitar las relaciones con los países del Magreb y apoyar su incorporación al primer mundo. La cultura y la educación pueden ser un punto de partida clave.

El hecho cultural puede ser la base para convertir a Málaga en la oficina de canalización de ayudas e inversiones en el Magreb.

Se debe profundizar y trabajar en reforzar aquellos aspectos culturales y sociales que nos unen con el resto del Mediterráneo, con acciones en el campo de la gastronomía, el deporte, el comercio, la artesanía, etc.



11.3. COMITÉ DE EXPERTOS DE "MÁLAGA, CIUDAD LITORAL"

Ponentes:
Francisco Merino, *Ingeniero Industrial*
Damián Quero, *Arquitecto y Francisco Ruíz García, Ingeniero de Caminos*

Participantes:
Siro Altamirano Macarrón, *Aparejador*
Alberto Arrupe Ferreira, *Abogado*
Julio Cardenete Pascual, *Arquitecto*
Ciro de la Torre Fragoso, *Arquitecto*
Alberto Díaz Fraga, *Ingeniero de Caminos*
Jaime Dionis, *Ingeniero de Caminos*
José Luis Escolano Bueno, *Ingeniero de Caminos*
Julio García-Villanova Ruíz, *Ingeniero de Caminos*
Andrés Gutiérrez Istria, *Arquitecto*
Luis Felipe González-Cebrián Tello, *Arquitecto*
Vicente Imbroda Santamaría, *Economista*
Juan Jesús Martín Jaime, *Biológo*
Manuel Martínez García, *Ingeniero Industrial*
Luis Merino Bayona, *Abogado*
Francisco Jesús Peña Martín, *Economista*
José Luis Piédrola Orta, *Ingeniero Industrial*
Miguel Ruíz Montañéz, *Ingeniero Técnico Industrial*
Ángel Sánchez Blanco, *Profesor Derecho Administrativo*
Emilio Tenorio Berlanga, Ingeniero de Caminos
Luis Utrilla Navarro, *Ingeniero Técnico Aeropuertos y Transporte Aéreo*
Francisco Villalba Cabello, *Economista*

ESTRATEGIAS DEL LITORAL

A. Se necesita una planificación y ordenación unificada del litoral metropolitano, que supere la división de los términos municipales y que responda al interés y las necesidades de los malagueños.

Se debería desarrollar un proyecto o estrategia urbanística de toda la franja litoral de Málaga, creando una nueva fisonomía urbana.

Este proyecto (o estrategia) debe ser capaz de integrar en un modelo las diferentes identidades de los tramos diferenciados del litoral, y a la vez la imagen unitaria o estructural del conjunto.

La conurbación urbana malagueña va desde Nerja hasta Algeciras, por lo que se debería operar con una idea amplia de área metropolitana y abordar su marco institucional mediante acuerdos y entes ad hoc, y otros instrumentos de programación y acción territorial consensuados con todas las Administraciones y agentes actuantes.

Málaga ha de consolidar su rol de centro de esta área metropolitana y potenciar y fortalecer los compromisos y acuerdos institucionales.

La estructuración conjunta del litoral y la mejora de las comunicaciones interiores fortalecerá el bipolo Málaga-Granada, que aún está insuficientemente explotado.

En el litoral malagueño es difícil reducir la densidad de ocupación y crear espacios libres, pero se debe reducir la presión inmobiliaria buscando un modelo de desarrollo armónico, con calidad y productos urbanos innovadores.

El puerto de Málaga ha de unir el litoral este con el oeste, no separarlo. Se ha de dar continuidad a los paseos marítimos de Málaga con los de los municipios colindantes , intentando, en la medida de lo posible, la segregación del tráfico rodado de alta intensidad.

B. La mejora de la movilidad y el transporte son las piezas clave para el desarrollo del litoral y su necesaria complementariedad con el interior.

Se han de mejorar y ampliar con nuevas infraestructuras (planteando sistemas de plataforma reservada) los medios de transporte colectivo del área metropolitana, como la línea de cercanías, el nuevo tren de la Costa, los autobuses urbanos e interurbanos, el sistema unificado de taxis, etc.

Las relaciones de Málaga capital con su entorno inmediato desde el punto de vista del transporte, se han convertido en traslaciones, la gente vive en la Costa y trabaja en Málaga y viceversa. La mejora de las comunicaciones permitirían al área metropolitana malagueña convertirse en la segunda residencia de muchos europeos.

Se deben articular los cauces necesarios para hacer realidad el Plan Intermodal de Transportes, el Consorcio del Transporte y el Pacto por la Movilidad.

De cara al 2010 se debe ampliar a una segunda corona la actual propuesta del transporte metropolitano, incluyendo municipios de la conurbación urbana que se extiende desde Nerja hasta Algeciras.

Es fundamental poner en marcha las grandes infraestructuras de transporte pendientes, así como los planes especiales que afectan a los centros de movilidad: AVE, ampliación del aeropuerto, plan especial del Puerto, metro ligero, segunda ronda de circunvalación, terminación de la autovía del Mediterráneo, nuevo eje del Guadalmedina, etc.

Se ha de facilitar la complementariedad entre puerto y aeropuerto, así como entre el puerto y las vías de comunicación con el interior.

La ampliación de las infraestructuras de telecomunicaciones podrían favorecer en cierta medida la reducción de la movilidad física y los problemas de congestión en determinados puntos.

C. El puerto de Málaga, como centro del litoral malagueño, y su transformación, han de ser los detonantes de la recuperación del mar en la cultura ciudadana.

Se ha de potenciar el carácter de ciudad marinera, recuperando la cultura y las tradiciones que tienen que ver con el mismo (por ejemplo: la jábega fenicia, la pesca conservera, etc.), así como los elementos singulares de su litoral (como el Peñón del Cuervo, los Baños del Carmen, el edificio de la Tabacalera, etc).

Los malagueños necesitan tener un conocimiento más exhaustivo del litoral para poder valorarlo mejor. Se deben potenciar los programas y acciones que favorezcan la educación y formación del malagueño, así como la creación de equipamientos culturales en los barrios, conformando una estructura urbana policéntrica y accesible a todos los ciudadanos.

La centralidad de Málaga con respecto al litoral tiene que estar en el Puerto.

La apuesta de Málaga como puerto crucerista habrá de ir acompañada por una importante inversión en promoción exterior, así como por una coordinación con el entorno urbano para aprovechar al máximo el paso de los turistas por la capital.

Hay que hacer ejes urbanos perpendiculares a la Costa, para favorecer el acercamiento al mar de la ciudadanía.

Se ha de apostar por la finalización de aquellos proyectos que representan la vuelta de la ciudad al mar, como el Plan Guadalmedina, el saneamiento integral, la integración del puerto en la ciudad y viceversa, la continuidad de los recorridos litorales y de la accesibilidad al mar, la construcción de los puertos deportivos, etc.

El encauzamiento del río Guadalmedina ha de ir unido al Plan Especial del Puerto en su conexión con la costa.

Es preciso prestar atención al enclave de conexión del encauzamiento y urbanización del Guadalmedina con el ámbito portuario. Este encuentro desplazará hacia el oeste la centralidad hoy vinculada a los muelles 1 y 2, e incrementará el valor urbano y la centralidad de Muelle Heredia y la plataforma de El Bulto.

D. Málaga puede encontrar en su litoral singularidades para crear y potenciar una imagen atractiva y única, que la identifique no sólo de cara a sus ciudadanos sino dentro de Andalucía y a escala internacional.

Se han de buscar las identidades y singularidades de Málaga para crear una imagen única de ciudad. El sol, las playas naturales y el disfrute del mar a lo largo de toda la franja costera son, sin duda, piezas clave de la capacidad de atracción y competitiva de Málaga.

Málaga y su condición de ciudad litoral se ha de potenciar como diferencia con el resto de Andalucía.

La franja costera debe ser lugar preferente para la ubicación de equipamientos y de espacios públicos representativos y privados que supongan modernidad y calidad, dándole a los paseos marítimos y la franja litoral unos usos y actividades que congreguen a los malagueños a su alrededor; y representar el rango metropolitano de Málaga y el carácter abierto y mediterráneo de la ciudad y sus gentes.

Se ha de cuidar la imagen de ciudad turística que se fomenta de Málaga, como escaparate para dinamizar la economía turística de la zona.

El desarrollo urbanístico controlado y de calidad, así como la rehabilitación de las zonas deterioradas, son fundamentales para la mejora de la imagen de Málaga.

Es importante la propuesta de Málaga, como ciudad de clima excepcional y de ocio, con una importante oferta deportiva de calidad y alto nivel (puertos deportivos, golf, etc.).

En este sentido, deviene fundamental el fomento, con carácter estratégico, de Málaga como ciudad de turismo de invierno.

E. El litoral malagueño no sólo es fuente de atractivo turístico sino de nuevas actividades económicas, que vendrán a complementar el tejido industrial de la zona.

El sector de la construcción debe continuar mejorando su respuesta a los requisitos de un turismo de calidad y sostenible.

El turismo es muy sensible a la calidad. Se debería establecer una moratoria de actuaciones en la franja litoral para determinar las capacidades de nuestras playas y aguas (y de nuestro territorio y paisaje) para asumir el desarrollo previsto y planificar las necesidades de construcción a medio y largo plazo.

Se debe plantear como objetivo la diversificación de la economía turística (hoy exclusivamente centrada en los sectores de suelo inmobiliario) que debe desarrollar progresivamente el sector servicios, para actuar como germen y dinamizador de una sociedad de servicios avanzados, como una economía turística madura.

La actividad económica en Málaga debe unirse a la economía turística predominante en la zona costera, si bien debe ir apostando por nuevas fuentes de ingresos como la cultura y las nuevas tecnologías.

La apuesta por los deportes acuáticos puede ser una importante fuente de actividad económica, ya que está cada vez más al alcance

de la ciudadanía. Atender a la demanda de puntos de atraque de embarcaciones con la creación de nuevos puertos deportivos en la capital generaría además una industria auxiliar náutica.

La respuesta a la necesidad de nuevos puntos de atraque de embarcaciones de recreo en Málaga debe empezar por la ampliación de los puertos deportivos existentes y por la creación de otros nuevos de menor impacto sobre las playas y corrientes marinas.

No se debe olvidar la capacidad emprendedora en los sectores industriales que Málaga desarrolló en el pasado y recuperarla vinculándola ahora al auge del PTA, y a las industrias de nueva tecnología.

Se han de aprovechar y crear nuevas oportunidades de mercado, como las escuelas de idiomas en el litoral, las granjas marinas y los cultivos marinos experimentales, así como el gran patrimonio arqueológico sumergido.

F. La sostenibilidad y la calidad ambiental han de ser la bandera del desarrollo litoral, convirtiendo al ciudadano en su principal agente.

Hay que educar al malagueño en el respeto del litoral y hacerlo cómplice en su conservación, al tiempo que se incrementa la disciplina institucional.

La década que viene va a influir y afectar especialmente al litoral, como consecuencia de la presión demográfica, por lo que se han de actualizar las regulaciones de adecuación ambiental reguladoras de la actividad del sector de la construcción.

Se han de proteger las playas naturales de Málaga (Araña, Misericordia, Guadalmar y paraje Guadalhorce), evitando su desliza-miento y suciedad, y potenciando, en su caso, su alto valor ornitológico y arqueológico.

Necesidad de un plan de prevención de la contaminación litoral y de calidad de las aguas. Se ha de incluir a Málaga como zona sensible dentro de las directivas europeas.

Se deben mantener y potenciar las acciones destinadas a prevención y extinción de incendios forestales, limpieza y reforestación de cauces fluviales, etc. como medidas para evitar la desertización y las inundaciones.

A este respecto deben utilizarse las potencialidades que ofrece la Carta Verde de Málaga, cuyo desarrollo hacia un Plan de Calidad Ambiental deviene imperiosamente necesario.

G. Málaga ha de convertirse en el observatorio europeo del mediterráneo, especialmente de las relaciones entre las riberas norte y sur.

Málaga, debe potenciarse como plataforma de desarrollo, inversiones y cooperación con el Magreb, de intercambio de culturas y Observatorio Europeo del Mediterráneo.

Málaga debe consolidar su carácter de puerta de entrada de mercancías del Magreb hacia Europa.

La ampliación europea hacia los países del Este aboca cada vez más a Málaga hacia la búsqueda de un liderazgo en la zona mediterránea y a la cooperación con el norte de África.

Posicionar a Málaga como sede de organismos e instituciones de cooperación con el Magreb, principalmente de carácter europeo e internacional, favoreciendo su ubicación en la franja costera como zona emblemática y representativa de esta relación.

11.4. COMITÉ DE EXPERTOS DE "MÁLAGA, REVITALIZACIÓN URBANA"

Ponente:
José Pedro Alba, *Ingeniero de Caminos*

Participantes:
Ángel Asenjo Díaz, *Arquitecto*
Aurelio Atienza Cabrera, *Arquitecto*
Juan José Casado González, *Trabajador Social*
Francisco Cerón López, *Economista*
Rafael Domínguez de Gor, *Ingeniero Industrial*
José Luis González García, *Economista*
Juan José Gutiérrez Blanco, *Arquitecto*
Javier Guitérrez Sordo, *Ingeniero de Caminos*
Carlos Hernández Pezzi, *Arquitecto*
Luis Machuca Santacruz, *Arquitecto*
Salvador Moreno Peralta, *Arquitecto*
Federico Orellana Ortega, *Arquitecto*
Alfonso Peralta de las Heras, *Arquitecto*
Iñaki Pérez de la Fuente, *Arquitecto*
Alfredo Rubio Díaz, *Geógrafo*
Enrique Salvo Tierra, *Biólogo*
Ángel Sánchez Blanco, *Profesor Derecho Administrativo*
Virginia Sanjuan Mogin, *Ingeniero de Caminos*
Bernadette Sebrechts Verwilghen, *Socióloga*

ESTRATEGIAS PARA LA REVITALIZACIÓN

A. Málaga es el centro de una metrópoli con vocación mediterránea.

El litoral mediterráneo andaluz es uno de los territorios españoles con mayor dinamismo y, a la vez, mayor potencial de crecimiento socioeconómico. Las infraestructuras en curso van a multiplicar las oportunidades de desarrollo y consolidar las realidades actuales.

En este conjunto territorial, Málaga y su entorno ocupan una posición clave tanto geográfica como cultural y económica.

Málaga es un escenario de oportunidad que ha de medir su capitalidad metropolitana con acciones concretas e integradas, de forma que le confieran un atractivo y una madurez en el entorno andaluz y español.

Málaga debe ejercer como pieza clave de las comunicaciones europeas con el Magreb y con el marco atlántico. Su ubicación en un nodo fundamental de la red de transportes del sur de la península la sitúa en una posición principal cara a la configuración del sistema de ciudades europeo.

Se debería crear un modelo de crecimiento y desarrollo conjunto con los municipios del entorno de manera que se aglutinen esfuerzos y políticas para fortalecer el papel de Málaga y los demás municipios en el conjunto nacional. Sería un primer paso para atraer mayores inversiones y proyectos emblemáticos, tanto públicos como privados.

Se debe trabajar en la creación del área metropolitana, sentando las bases para definir los servicios y el papel de cada municipio en dicho marco, tomando como principios la solidaridad territorial y la cooperación público-privada.

Se podría definir el área metropolitana como un área central o primera corona (desde Vélez Málaga hasta Fuengirola), con una corona exterior o segunda corona (desde Nerja hasta Algeciras) como área de influencia directa. Se considera que ésta queda determinada por un tiempo de transporte de unos 60 minutos.

B. Los transportes, clave del futuro de Málaga.

La posición periférica de Málaga en el territorio la hace particularmente dependiente de las redes de transportes que la sirvan. Siendo en la actualidad Málaga una de las ciudades españolas de mayor dinamismo socioeconómico, las inversiones en infraestructuras de transpor-

tes han de reclamarse básicamente con argumentos de rentabilidad, de racionalidad y de coherencia de actuaciones.

Prácticamente completada la autopista / autovía litoral en la provincia, es el AVE el proyecto de transportes que se identifica con mayores efectos estratégicos en un escenario próximo. La incorporación de Málaga a la red europea de ferrocarriles de alta velocidad va a significar un salto cualitativo y cuantitativo en las oportunidades de desarrollo social y económico, que deben ser aprovechadas convenientemente.

Reviste importancia significativa la forma en que se resuelva el tramo final, en Málaga, de la nueva línea de AVE, la posición de la estación–término, las relaciones de ésta con otros centros de transportes (aeropuerto, autovías, autobuses, puerto) y el tratamiento del pasillo ferroviario actual, tanto por lo que estas soluciones aporten a la mejor funcionalidad de los transportes de carácter interurbano, como por lo que significan de ocasión para resolver serios problemas urbanos interiores.

La debilidad de los accesos por autovías a Málaga, ya que sólo dispone de uno completo (la autovía de las Pedrizas), estando sin concluir la conexión por autovía con Almería así como con Cádiz, significa un grave lastre para el desarrollo de Málaga. Se requiere la urgente terminación de la autovía entre Nerja y Adra que, aparte de enlazar Málaga con el arco mediterráneo europeo articule el litoral mediterráneo andaluz impulsando a una zona de máximas posibilidades.

Las conexiones con el interior deben desdoblarse, terminando la Autovía del Guadalhorce hasta enlazar con la A-92 y completando la autovía Córdoba – Antequera. Es asimismo necesaria la ampliación de la conexión viaria de las Pedrizas con el litoral.

Debe evolucionarse hacia un esquema viario que reduzca en lo posible la presión sobre el área urbana de Málaga, y que evite que la movilidad del conjunto litoral gravite exclusivamente sobre ella.

El aeropuerto ha de considerarse como el "corazón" de la vida y la economía malagueña. La ampliación prevista en su Plan Director debe llevarse a cabo de inmediato, programando debidamente las diferentes actuaciones y coordinándolas con otras intervenciones en la zona: ferrocarril Málaga – Fuengirola, nueva ronda, encauzamiento del Guadalhorce, etc.

La intervención en el ámbito de la disciplina urbanística reviste trascendental importancia en el momento actual, debiendo orientarse con claridad y firmeza a garantizar la viabilidad del citado Plan Director del Aeropuerto.

Las nuevas oportunidades que ofrecen las ampliaciones en curso en el recinto portuario deben ser aprovechadas, promoviendo la afluencia de cruceros y atrayendo tráficos comerciales acordes a las características de nuestro puerto, recuperando el papel que siempre ha tenido en el tráfico marítimo y en la economía malagueña.

C. La articulación interna de la ciudad ha de orientarse hacia una centralidad múltiple.

Málaga, ciudad policéntrica mediterránea que opera con multifuncionalidad en el área metropolitana y de influencia: Málaga, Centro intermodal de comunicaciones y cabecera económica y cultural del Conjunto; Marbella, Nerja, Torremolinos, Estepona, Fuengirola, Mijas, Vélez-Málaga, núcleos de desarrollo turístico y residencial; Antequera, plataforma logística; Rincón de la Vicroria y Alhaurín de la Torre, núcleos de expansión residencial, configuran un conjunto que debe trabajar al unísono por su desarrollo equilibrado.

La extensión de la ciudad, su función en el territorio y las nuevas formas de vida de los ciudadanos demandan nuevas formas de articulación interna, que, sin menoscabar la importancia del área central actual, generan nuevos focos de centralidad de ámbito metropolitano.

Se hace necesario estudiar la localización e influencia de los nuevos centros de atracción, tanto en la ciudad como en el área metropolitana, así como las comunicaciones que resultan necesarias, desarrollando una prospectiva sobre su funcionamiento orientada a crear enclaves de los que los malagueños se sientan orgullosos.

Se ha de consolidar el Centro Histórico de Málaga como área de la cultura, con una concepción global y de calidad que contemple los aspectos sociales, económicos y ambientales. La potenciación ya en curso se debe completar con nuevos equipamientos y servicios acordes al papel que se desea para la ciudad.

Resulta necesario reforzar el carácter de unidad de la ciudad, superando las barreras físicas y sociales que la han dividido históricamente y ampliando las relaciones entre los barrios.

Es necesario poner en valor la totalidad del territorio municipal, considerando su carácter de ciudad media y en crecimiento, que ofrece multiplicidad de oportunidades para un desarrollo equilibrado entre las áreas interiores y las litorales.

La ciudad necesita la creación de nuevas vías urbanas que faciliten los traslados internos y descongestionen el tráfico de las arterias actuales. Los futuros ejes del río Guadalmedina y del pasillo ferroviario son piezas clave para reordenar la movilidad en la ciudad, aparte otras vías previstas en el PGOU cuya ejecución debe completarse.

D. Málaga debe apostar por la construcción de infraestructuras y equipamientos, de los que tiene un retraso histórico.

Málaga debe continuar, y reforzar incluso, la apuesta que viene desarrollando a favor de sus equipamientos e infraestructuras urbanas.

El retraso en relación con otras áreas urbanas españolas, que sin duda existe, debe ser utilizado en positivo para conseguir soluciones avanzadas y más acordes a las necesidades reales.

Los planes de infraestructuras básicas hidráulicas de abastecimiento y saneamiento, que han sido presentados e iniciados en los últimos años, deben ejecutarse con urgencia, resultando imprescindibles para garantizar las necesarias condiciones de abastecimiento y salubridad y la viabilidad de los desarrollos que se persiguen.

Los proyectos de comunicaciones y transportes previstos en Málaga han de tener un gran peso en la consecución de los cambios estratégicos que permitirán alcanzar el objetivo de centralidad y liderazgo del conjunto de la metrópoli.

La apuesta por el transporte público es expresión del deseo de mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y de una movilidad eficiente y sostenible. En Málaga resulta necesaria la incorporación de soluciones modernas y funcionales acordes a sus necesidades y características.

Málaga necesita la construcción de un conjunto de equipamientos sociales, deportivos, culturales, empresariales, etc., de los que adolece históricamente, y que se han de convertir en hitos identificativos de la ciudad: Auditorio, Museos, Estadio, Biblioteca Central son algunos de los más claramente identificados para alcanzar el objetivo de ciudad pretendido.

El papel de liderazgo de Málaga en el sur peninsular debe también apoyarse en la creación de

un Centro de Negocios debidamente articulado con otros elementos de alcance estratégico y territorial: Palacio de Ferias y Congresos y Centros de Transportes (AVE, aeropuerto, autovías, etc.)

E. Málaga necesita abordar la reconversión o renovación en profundidad de algunas zonas de la ciudad, con una visión amplia de futuro.

El planteamiento de proyectos estratégicos para la ciudad requiere la reordenación en profundidad de determinadas áreas de la ciudad, circunstancia que habrá que abordar con decisión.

Es preciso definir las nuevas reservas de suelo industrial en el área metropolitana y reordenar las existentes, buscando la creación de zonas especializadas y conectadas entre sí adecuadamente.

Se han de diseñar políticas y programas de apoyo al industrial y al empresario para facilitar el traslado a polígonos de mayor calidad y mejor comunicados, recuperando para la ciudad los suelos industriales que se van quedando incorporados al entramado urbano.

Málaga debería apostar por consolidar un área industrial moderna que permitiera una compatibilidad de usos industriales, residenciales y de servicios, como una "Ciudad del Conocimiento", apoyada en la existencia del PTA y la Universidad.

Deben desarrollarse iniciativas a favor de actividades complementarias de sectores industriales dinámicos y con tradición en la ciudad (por ejemplo el textil), incorporando formas del conocimiento acordes con sus demandas (diseño industrial, por ejemplo).

F. La calidad ha de ser la característica esencial de la gestión y el mantenimiento de la ciudad.

Para competir con éxito en la sociedad avanzada del siglo XXI y responder adecuadamente a los compromisos que se deducen de este Plan Estratégico, Málaga debe romper con sus inercias y malas prácticas del pasado y enfocar un futuro en el que el bien hacer y el buen servicio sean una de sus señas básicas de identidad.

Málaga no debe conformarse con cumplir mínimos en el servicio a los visitantes y a los propios ciudadanos, sino que debe apostar por diferenciarse en positivo entre las ciudades con las que ha de competir en el entorno europeo.

Málaga necesita imprimir un impulso decidido de calidad en todas las fases de los proyectos y servicios urbanos: tramitación, participación, proyecto, ejecución, explotación y mantenimiento.

Resulta de interés crear un código de buenas prácticas o Plan de Calidad Urbana relativo a todas las actuaciones en los ámbitos públicos urbanos, a tener en cuenta por cualquier agente que intervenga. Este Plan podría tener carácter normativo y ser de aplicación obligada.

El deporte ha de entenderse como un elemento de mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y como atractivo turístico que puede contribuir a revitalizar el territorio (Centro de Alto Rendimiento, deportes en invierno, puerto deportivo, etc.).

El ciudadano es uno de los principales responsables de la consecución de la calidad en la ciudad. La educación cívica y la sensibilización desde los centros educativos sobre el cuidado de la ciudad y el respeto al patrimonio común resulta de fundamental interés. Debería alcanzarse el más amplio compromiso ciudadano posible sobre la formación y aplicación del Plan de Calidad Urbana.



G. La integración y el equilibrio social se hacen primordiales en un entorno metropolitano y cosmopolita.

Málaga, cada vez más, ha de ser una ciudad de acogida e integración de inmigrantes, españoles y extranjeros, con los riesgos y riquezas que esto lleva aparejado.

Se ha de evitar la exclusión de grupos menos favorecidos y la consolidación de barrios o zonas marginales y desarticuladas.

La revitalización urbana también requiere un esfuerzo educacional, de asistencia social de determinados colectivos, etc. para mantener un equilibrio social en la metrópoli.

La previsible afluencia masiva de turistas a Málaga en los próximos años ha de suponer un mayor esfuerzo por crear los cauces adecuados para resolver su relación con los ciudadanos en orden a obtener el mayor enriquecimiento cultural recíproco.

Se ha de destacar y analizar la importancia del turismo residencial como fenómeno en auge y con gran peso creciente en la zona. Debe actuarse en el terreno urbanístico evitando la formación de núcleos excluyentes y que persigan su vida segregada del resto de la ciudad.

H. El cuidado y respeto al medio ambiente en clave de sostenibilidad se ha de imponer en toda la metrópoli.

La sostenibilidad se ha de entender como parte de la apuesta de calidad de cualquier actuación urbana.

Los organismos públicos y privados han de concienciarse y sensibilizar a los ciudadanos para mantener y mejorar el estado del medio ambiente urbano.

Se debe continuar la política de incremento de las zonas verdes y de esparcimiento ciudadano, garantizando un mantenimiento eficiente y a largo plazo de las mismas.

Deben diseñarse políticas específicas orientadas a la mejora del paisaje urbano, tanto interior como del entorno que rodea a la ciudad, programando actuaciones enfocadas eficazmente a alcanzar una imagen de la ciudad acorde con su función e importancia.

I. Se han de abordar nuevas formas de gestión y de participación pública y privada acordes a las demandas planteadas.

La ciudad de Málaga debería tomar habitualmente la iniciativa de los proyectos de carácter estratégico que le afectan, sin dejarla en manos privadas o de otras administraciones, que pueden y deben colaborar en la financiación, pero nunca sustituir la manifestación de la voluntad de la ciudadanía.

La complejidad de los proyectos a desarrollar, y el elevado volumen de recursos económicos que han de demandar, requieren abrir cauces hacia formas de gestión y financiación que aporten eficiencia y flexibilidad, sin menoscabo de la primacía del interés general.

Debe considerarse la conveniencia de crear un ente gestor flexible y ágil de financiación para la puesta en marcha de los grandes proyectos de transformación urbana pendientes en la ciudad (Guadalmedina, soterramiento, etc.). La participación en la gestión y financiación debe estar orientada a la colaboración entre administraciones en beneficio de los ciudadanos.

Resulta de interés la creación de algún ente de gestión de capital mixto para abordar la reconversión urbana e industrial que requiere la ciudad.

Los expertos locales deben orientar y racionalizar el debate ciudadano, por lo que hay que velar por hacer más accesible y transparente la información, y facilitar la participación ciudadana en todas sus formas.

El II PEM debe ser el foro para potenciar, debatir e impulsar las estrategias de la ciudad, buscando la coordinación con otros planes y proyectos. Debe promoverse la creación de un observatorio estratégico permanente de la actividad en el territorio metropolitano, que obtenga y actualice datos socioeconómicos, elabore análisis periódicos de la situación de la ciudad y prepare propuestas de actuación.