



CLEMENTE GARCÍA GARCÍA

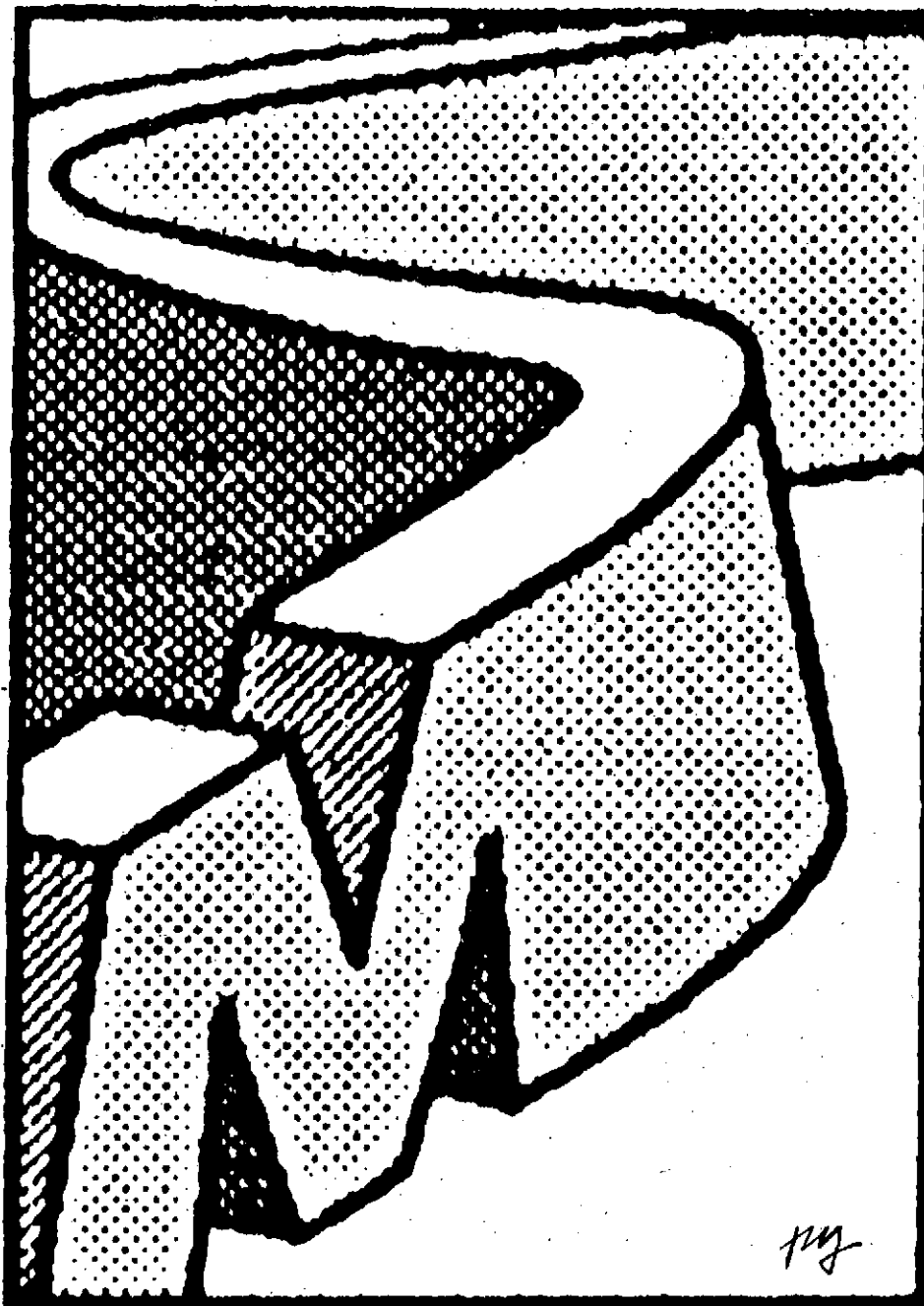
El futuro urbanístico de Murcia (y II)

MURCIA, ciudad y municipio, es, ciertamente, el centro de área metropolitana desde cualquier consideración que de sus indicadores se haga (meramente urbana; de concentración de actividad económica, de centro de servicios, etc. Es un área urbana de atracción indudable (histórica y actualmente) cuya realidad debe presidir en el diseño de la ordenación del suelo, como así parece haberse entendido por los encargados de redactar el Plan Estratégico con vistas a la revisión en curso.

Representando el 33% de la población de la región, alberga, sin embargo, al 41% de las empresas empleadoras (además de elevado número de autónomos), y al 50% de los trabajadores por cuenta ajena. Con tales magnitudes habría sido un disparate no considerar dicha realidad en el Plan, y no sólo desde la perspectiva de los espacios físicos. Conocer el tamaño, ubicación, diversificación sectorial, comercialización de productos, calidad, problemas financieros, tecnológicos, recursos humanos, parece un requisito imprescindible para diseñar el futuro desarrollo en términos urbanísticos. Desde el conocimiento de las características del tejido empresarial actual y con el objetivo irrenunciable de coadyuvar a su mayor competitividad en el contexto de la Europa de las Regiones (internacionalización de la actividad económica), deberán hacerse las previsiones necesarias, tanto en la calificación del suelo, como en la política municipal de apoyo a las pymes (fiscalidad, financiación, formación, equipamientos, etc.).

El Grupo de Trabajo que abordó esta perspectiva ha conocido de un repertorio de propuestas que se agrupan en cuatro objetivos (espacios físicos, financiación, tecnología, comercialización y servicios) que dieron lugar a la determinación de once metas y cuarenta y seis proyectos diferentes. Todo trató de valorarse adecuadamente en términos de procedencia y posibilidades, e incluso se enriqueció con las aportaciones de las personas que lo componían. Personalmente llego a las siguientes consideraciones:

1.ª A diferencia de lo ocurrido con el suelo residencial, que ha sido gestionado cuantitativa y cualitativamente de forma satisfactoria, las previsiones del Plan de 1979 en cuanto a espacios industriales han sido deficitarias (sólo 1.101.402 m.²) por cuanto se concentra en el llamado Polígono Industrial Oeste y en el Ciudad Industrial-I (Avda. Juan Carlos I). El primero tuvo una ejecución deficiente en infra-



estructuras (suavizadas ahora en cuanto a abastecimiento de aguas) que le hacían poco atractivo. Es de esperar que al ejecutarse la segunda fase, se lleve a efecto la rehabilitación plena de la primera. Es un requerimiento que se hace, justa y objetivamente, a SEPES.

El suelo de esta clase no gestionado equivale a un millón y medio de metros cuadrados, de localización diversificada. Puede entonces entenderse que, aparte circunstancias econó-

micas, urbanísticamente no se lograra incentivar la localización de empresas, encontrarán graves dificultades la captación de nuevas inversiones, ni se favoreciera la revisión y adecuación del tejido industrial; adecuación que, de otra parte, tendrá que producirse por razones de mercado.

2.ª ¿Resulta suficiente mantener tal previsión? Evidentemente, no. Si se quiere dar respuesta a las necesidades en el corto y medio

plazo, es posible. Pero habida cuenta la tendencia y los objetivos propuestos (y necesarios), habrá que formular una oferta más amplia y diversificada.

La alternativa entre "grandes polígonos o micropolígonos" se concreta en otras dos grandes áreas —aparte El Palmar— y el resto a través de asentamientos reducidos localizados preferentemente en pedanías. Si el objetivo es ensanchar el marco de posibilidades y hacer más atractivo el entorno de inversiones, resulta imprescindible que se intensifique la acción municipal en la habilitación de nuevo suelo industrial, y en la rehabilitación de asentamientos existentes con importantes déficits de infraestructuras. Una asignatura que hasta ahora a malas penas merece un aprobado y que debe ocupar, con cierta preferencia, el programa urbanístico municipal sin olvidar lo que ocurre en los Ayuntamientos limítrofes.

3.ª La investigación llevada a efecto también sirve de denuncia a los problemas estructurales de las empresas, y cabe preguntarse si los mismos guardan relación con el urbanismo. Considero que sí y muy positivamente. Primero, porque han de valorarse de forma integrada en la mayoría de las conclusiones que se obtengan en los otros grupos de trabajo y definirán las tendencias económicas, sociales y político-administrativas que afectarán a la actividad de las pymes; y, en segundo lugar, porque sirven para orientar la más amplia acción municipal en términos de fiscalidad, de promoción, difusión de ayudas; eliminación de trámites burocráticos, favorecer procesos de calidad, etc. A partir de este momento es impensable que la corporación municipal pueda adoptar acuerdos que repercutan en las empresas sin tener en cuenta el diagnóstico registrado con motivo de la elaboración del Plan Estratégico.

El cumplimiento del mandato contenido en el texto refundido de 1992, y las propias necesidades urbanísticas del municipio de Murcia, traen, con oportunidad, la revisión del Plan vigente y con un horizonte que abarcará la primera década del siglo XXI; es un proyecto de trascendencia extraordinaria que debe convocar a todos los grupos políticos y a la sociedad civil sin más ánimo que el de dar satisfacción a las necesidades y aspiraciones de la misma, cualquiera que fuere quien asuma responsabilidades de ejecución.

Clemente García García es secretario general de la CROEM.

El automóvil como centro

FRANCISCO VÁZQUEZ

EL fin de siglo es cada día más dependiente de una mundialización de la civilización del automóvil. El trabajo, el turismo, la economía y la política encuentran en el automóvil un básico y siempre creciente punto de apoyo. Trabajo-automóvil constituye un binomio que, si se rompe, se paralizan las fábricas, las industrias, el comercio y las oficinas. Las grandes ciudades son, cada mañana, unas diversificadas colmenas de automóviles nerviosos, conduciendo cientos de miles de obreros, funcionarios y directivos hacia la gran colmena del lugar de trabajo. Son automóviles de todos los colores, de todos los tamaños y de todos los estilos. El automóvil representa la policromía más variada, móvil y ruidosa de la faz de las ciudades. Y ahí están las autopistas y las calles, ocupando el lugar preferencial del mundo actual y actuando como arterias enloquecidas de vida masificada, a velocidad de vértigo, y con rutas en todas las direcciones. El trabajo se apoya en el automóvil, en sus dos direcciones de acción: de ida y de retorno, de mañana y de tarde-noche, desde la periferia hacia el centro urbano y desde el centro urbano a la periferia. Es como un eterno retorno de velocidad que

genera trabajo, o de un trabajo de desplazamiento que no puede prescindir de la velocidad del automóvil.

El automóvil-recreo es el segundo binomio —a nivel humano y familiar— que resulta más importante en nuestros días. Los fines de semana son la 'locura colectiva de la huida' de la ciudad. El automóvil es el protagonista de esta aventura y de esa necesidad de salir del asfalto. Pero es el turismo el que representa una vez año —época vacacional— el más relevante binomio automóvil-turismo. Se traduce en libertad de desplazamientos, en una operación decidida de forma individual y familiar al estilo colectivo de vacaciones organizadas. El turismo de nuestros días ha encontrado en el automóvil un aliado incomparable y eficaz.

Estas dos modalidades señaladas, hacen del automóvil una suerte de 'privilegio de excepción' al servicio del hombre de fin de siglo. Sus angustias, su fatiga, sus evasiones y sus deseos tienen en el automóvil su 'centro de apoyo'. Es esta la vertiente (más humana, vitalista, de eficacia rápida y de confort frente al agotamiento) que le proporciona el automóvil al hombre de la civilización tecnológica. Y, en una forma de

vida y en una sociedad 'mecanizada', es el automóvil un prototipo ejemplar de dos factores contradictorios de la expresión humana: de libertad y de esclavitud. Nos libera del espacio y del tiempo, y el hombre de hoy se siente atrapado por un espacio y tiempo 'enlatado' al volante de su automóvil, sufriendo esos delirantes embotellamientos circulatorios. Es el símbolo del confort y de la angustia circulatoria, teñida de sangre todos los fines de semana.

Pero el automóvil es, sobre todo, el 'centro de la política y de la economía'. Cada verano el Gobierno aprueba, en el mes de agosto, una fuerte subida de la gasolina. La política recaudatoria tiene ahí un aliado tan seguro como instantáneo.

Este año acaba de ser de una peseta, que traducida en los millones de automóviles en acción vacacional, es el mayor ingreso para las arcas del Estado. Pero, antes, la política automovilística había encontrado otra fuente de riqueza, al servicio de la macroeconomía. El Gobierno español —imitando al francés— costea con 100.000 pesetas el cambio de un viejo automóvil por uno nuevo. Esta inteligente trampa política ha desencadenado una reactivación de

fábricas automovilísticas. Con un resultado económico y laboral importantísimo. He ahí cómo ese binomio, automóvil-economía, tiene la categoría de valorar el automóvil como la locomotora de la economía actual. Representa el mayor volumen industrial, laboral y de contabilidad de la economía mundial. Aquí sí que el automóvil es 'centro vital' de las arterias económicas del mundo de las grandes tecnologías. Y es, además, un 'centro de diseño creativo', de primer orden: cada año los modelos y marcas de automóviles gozan de una estética innovadora y atractiva de gran sugestión. Los anteriores modelos nos parecen, a todas luces, anticuados, feos y como prehistóricos. Es un fenómeno singular: la belleza de los nuevos modelos automovilísticos, como síntoma de la 'mejor creatividad' contemporánea, armonizando estética con confort, o belleza con utilidad.

No todo en el automóvil es industria comercial y rentabilidad económica. La belleza de los nuevos modelos llena nuestras calles de una policromía y formas seductoras. Lo 'bonito' —como diminutivo de 'bueno'— reviste de una 'cultura de la imagen' la industria más importante de nuestro tiempo.