

Per un urbanisme adaptat a una estratègia de futur

Resum de la Jornada

Palma de Mallorca, 22 de Novembre 2016

La ponència de la jornada assenyala alguns aspectes que cal tenir en compte alhora de dissenyar una estratègia de futur. Primer, no és privatiu de les Illes Balears el fet de dependre de manera molt rellevant d'una activitat econòmica molt definida. A les Illes Balear aquesta és el turisme però a altres llocs com Tolosa ho es l'activitat aeroespacial. El que és rellevant es la necessitat de desplegar estratègies alternatives que preparin l'economia per fer front a moments de canvi. Segon, el turisme ha crescut malgrat la crisi tot i que en menys intensitat, es mes resilient que altres sectors de l'economia, tanmateix de models turístics n'hi han molts i no tots tenen les mateixes conseqüències espacials. El turisme d'alt poder adquisitiu, el massiu, dissenyat pel qui l'organitza, el turisme actiu associat a demandes específiques: sèniors, cultural...son alguns dels models que cal retenir a efectes del paradigma espacial que despleguen. Sense anar mes lluny, i com a mostra del paradigma espacial d'un determinat model econòmic es dóna a la Àrea Metropolitana de Barcelona on s'ha duplicat en els darrers 30 anys el sol consumit sense increment de la població.

Cal tenir doncs molt present la importància de l'urbanisme , reconèixer el que demana la societat -que varia en el temps- i fer que aquestes demandes siguin el més sostenibles possibles.

Que cal tenir present avui en la definició del model urbanístic:

- 1.-El canvi en els patrons de mobilitat i el desplaçament sostenible. L'Alta Velocitat ha canviat la dimensió europea.
- 2.-El creixement alhora de la cooperació i de la competència entre ciutats dins un espai cada cop més obert, el que impulsa la necessitat de tenir "brandings" nous que identifiquin les ciutats
- 3.-L'emergència de la nova economia basada en el coneixement i la digitalització. A l'àrea del 22@ de Barcelona s'observa que un nou lloc de treball de nova economia en genera 30 de serveis associats a ella.
- 4.-La importància de les connexions globals virtuals i físiques i el paper rellevant que juguen els aeroports en un context de creixement sense precedents de les línies "low cost"
- 5.- Una major importància dels aspectes vinculats a un metabolisme urbà cada cop més efectiu i eficient: serveis socials, sanejament, residus, fibra òptica,..

6.-Una millor relació amb el medi ambient i la importància de la ciutat compacta en assolir aquest objectiu

7.-La creixent rellevància de valors com la equitat i la justícia social en el desenvolupament. La disponibilitat de treball i d'habitatge social poden ser tan o mes importants que l'establiment d'una renda mínima d'inserció.

8.-La creixent importància de l'economia col·laborativa (per exemple, Airbnb) i el seu impacte en el teixit social i urbà és un element a tenir en compte en el disseny de les estratègies urbanes

La necessària consideració de tots aquests aspectes en la definició d'una estratègia urbanística a les Illes Balears i, en particular, a Mallorca, passa per reconèixer alguns trets fonamentals del territori: la força de la badia de Palma amb la concentració que suposen el port i l'aeroport; l'espina Palma-Pollença; l'existència d'espais naturals independents . Mallorca és molt més diversa que altres zones turístiques com , per exemple, la Costa del Sol.

Aquests trets fonamentals són els que han de bastir estratègies ambicioses que passen per desenvolupar projectes pilot que les facin realitat i que siguin compreses socialment.

A altres llocs hi ha hagut projectes com per exemple a la Grand Motte a França, que va representar una manera d'entendre l'estratègia urbanística en un moment històric determinat. A Espanya, en canvi, no hi han hagut tant projectes com iniciatives particulars agregades –el cas de Platja d'Aro- . Es per això que dur a terme actuacions demostratives que permetin visualitzar els aspectes assenyalats més amunt i els trets fonamental del territori amb, per exemple, una actuació decidida que doni un ús alternatiu a l'autopista del litoral a Palma seria una manera de cercar la complicitat social vers a un nou paradigma urbanístic a Mallorca.

De manera complementaria a aquestes reflexions, l'anàlisi específic de la planificació urbana de Palma ha estat en aquesta tercera jornada l'objecte de la presentació duta a terme per la Direcció d'Urbanisme de l'Ajuntament de Palma. En aquesta intervenció s'ha definit l'estratègia del model de ciutat utilitzant els següents conceptes: més justa, més saludable, més eficient, més resilient, més estimada i més creativa.

Més justa suposa posar l'èmfasi en una política d'habitatge social més contundent doncs l'encariment dels lloguers impedeix la seva utilització per fer front a les situacions de pobresa i als desnonaments.

Més saludable imposa la necessitat, en lògica correspondència al que s'ha esmentat, d'integrar més la via de cintura a la trama urbana i fer-ho creant noves zones verdes. Això hauria de permetre apropar equipaments a la ciutat i cohesionar barris de l'extraradi.

Més eficient també vol dir fer de Palma l'àrea central del sistema turístic-territorial d'Andratx-Calvià-Palma-Llucmajor i, en especial, una adaptació del transport públic a una realitat metropolitana que segregua usos, on la via de cintura, en el seu exterior, defineix una

zona amb una gran densitat de equipaments i polígons que explica una mobilitat residència-treball molt elevada.

Una societat que és capaç de duplicar la seva població a l'estiu és una societat molt resilient. Fer-ho en garanties hauria de voler dir impulsar sistemes urbans de drenatge sostenibles, espais lliures que facilitin la disminució de les temperatures en moments de elevada insolació i la combinació de la ciutat compacta, densa, amb la natura a prop del ciutadà i tot reduint, alhora, l'emissió de CO₂. Per tal de dur a terme això és imprescindible definir la planificació urbana de Palma des d'una perspectiva metropolitana, el que no necessàriament suposa una institucionalització metropolitana.

Una ciutat més estimada i més creativa significa posar en valor tan el patrimoni de la ciutat, el seu paisatge i els seus elements referencials, com el parc agrari, com, també, l'exemple de Palma i un espai clau per a la ciutat creativa com es el "nou llevant" (districte d'innovació) – fomentant, d'aquesta manera, la conformació d'ecosistemes d'innovació.

En aquest context la darrera intervenció de la jornada tracta d'analitzar com es pot reposicionar l'economia balear en l'escenari global mitjançant la iniciativa RIS-3 de la Comissió Europea i el seu Procés de Descobriment Emprenedor (PDE).

RIS-3 impulsa la concentració dels recursos públics en inversions de coneixement sobre activitats concretes, amb la finalitat d'enfortir les avantatges competitives en àrees existents o noves. Al cap i a la fi, es tracta d'establir un marc de política regional per al creixement guiat per la innovació.

Si s'entén que una política pública d'innovació és aquella que és capaç de rebaixar els riscos empresarials consubstancials als processos innovadors i aconseguir que més empreses participin en processos innovadors, a Espanya - i Balears- no hi ha hagut realment política d'innovació. Les subvencions públiques a les empreses per a la innovació han estat, tret del programa Cenit en el seu moment, molt poc importants. Les ajudes públiques compatibles amb els reglaments comunitaris són pràcticament desconegudes a Espanya. Tanmateix les enquestes dutes a terme a Balears han demostrat que les empreses respondrien molt positivament a veritables polítiques d'innovació.

La possibilitat d'aprofitar la importància de l'activitat turística a Balears i identificar activitats de valor afegit associades a aquesta activitat configura un entorn natural on poder aplicar l'estratègia de descobriment emprenedor que impulsa el RIS-3.

Les evidències sobre el que es basa la dita estratègia parteixen del fet de què Balears té una reconeguda experiència en el negoci turístic. Aquest precisa d'una enorme varietat de subministres i, en el cas de Balears, en quantitats rellevants i, a més, la marca Balears té un valor que es pot estendre a tot el relacionat, directa i indirectament, amb el turisme. Aquest marc permet suggerir que el subministrament local, basat en la innovació generada gràcies al coneixement del negoci balear del turisme pot ser, en alguns casos, una avantatge competitiva de Balears en el mercat mundial molt més quan les noves tecnologies fan possible produir i aprovisionar serveis per aquest mateix mercat mundial.

Quins exemples es poden identificar?: aplicacions TIC per a les empreses turístiques, enginyeria per a instal·lacions turístiques, fabricació 4.0 per a necessitats puntuals del sector turístic, l'agroalimentació balear i el turisme de benestar i qualitat de vida.

Al final les oportunitats hauran de ser identificades pels empresaris però es raonable pensar que els procediments de descobriment emprenedor impulsats pel govern balear que tinguin en compte el paper d'altres agents com la Universitat de les Illes Balears i els centres científics de les Illes, així com una política urbanística que en potenciï la interacció dels diferents agents intervinents en el procés innovador, faciliti la identificació de sectors innovadors vinculats a l'activitat turística, així com d'altres activitats emergents.