

# LAS PROVINCIAS

VALENCIA



Fecha: 27/03/2017

Tema: Arquitectos

Página: 22

## Valencia metropolitana

**JAVIER DOMÍNGUEZ RODRIGO**  
ARQUITECTO

**L**as múltiples disfunciones a las que se enfrentan hoy los valencianos: pérdida de competitividad, desempleo, desguace de las cajas regionales, descontrol en las privatizaciones, excesos burocráticos, anacronismos normativos, incremento de las desigualdades, desvertebración territorial... requieren con urgencia una nueva estrategia metropolitana.

Resulta inaplazable asumir los conflictos convirtiéndolos en factores de oportunidad si se quieren garantizar las legítimas aspiraciones colectivas a un desarrollo sostenible (Carta de Leipzig -2007-), a estándares europeos de bienestar y prosperidad, a una mayor equidad social... En suma, a ser ciudadanos de pleno derecho en la sociedad del conocimiento.

Porque en un escenario globalizado deviene imprescindible tener masa crítica, y no es lo mismo hablar de 800.000 habitantes (centro) que de 1.750.000 (conurbación). Sin ello deviene imposible eliminar duplicidades administrativas y optimizar los recursos, racionalizando la gestión de servicios (seguridad, transporte, residuos...) y equipamientos (sanitarios, deportivos). Sin embargo, fracasan todos los intentos que desde 1924 se suceden tratando de incorporar a la capital las localidades de su corona circundante. Los egoísmos autóctonos frustran cualquier enfoque supramunicipal.

La cuestión metropolitana como tantas otras (Cabanyal, plaza de la Reina...) deviene una suerte de inacabable tapiz de Penélope. Ni la Corporación de Gran Valencia, inspirada en el Greater London, ni el Consell Metropolità de l'Horta logran sobrevivir. La primera se suprime en 1986 y la segunda en el 2000.

Reiteradamente aplazado el debate territorial por las disputas partidistas y la fragilidad de las aritméticas de la representatividad local, su demora dibuja un contexto de descoordinación intermunicipal y deseconomías de escala que lastra el futuro de toda la población.

Es necesario acometer cuanto antes una profunda revisión del actual modelo de organización territorial, generando una administración metropolitana fuerte, que imponga coherencia espacial a las políticas sectoriales garantizando eficiencia y rigor en el control, gestión y dirección.

Desde la conferencia de Potsdam -1999-, en que se aprueba una Estrategia Territorial de Europa -ETE-, muchas son las grandes urbes que implementan iniciativas potentes de transformación de las estructuras nodales de sus territorios mediante planes de mejora de las infraestructuras de transporte, de reactivación geoeconómica, de protección del paisaje,...

Los gobiernos, los sistemas de alianza y los marcos legales de Munich, Hamburgo, Milán, Turín o Barcelona constituyen referentes imprescindibles en los que Valencia puede encontrar fórmulas de reparto de competencias, de gobernabilidad y de cohesión participativa de un hinterland integrado.

Reforzar las economías productivas y las sinergias de aglomeración, definiendo un nuevo paradigma urbanístico, resulta esencial para reposicionar a Valencia como metrópoli global tras el fiasco de las desmedidas mascletas de la Fórmula 1 y la Copa América.

Mejorar la conectividad (aeropuerto, AVE, corredor Mediterráneo...), reforzar la internacionalización de bienes, servicios y personas, garantizar un nivel medio de vida y social digno, atraer el talento

y poner en valor las fortalezas diferenciadoras (hospitalidad, frente litoral, clima...), son claves irremplazables.

Es obvio que la crisis financiera con sus graves repercusiones sociales radiografía una escenografía adversa con un elevado déficit público. Por ello, deben captarse capitales exógenos atrayendo a la inversión privada para la realización de grandes infraestructuras y equipamientos.

Diseñar planes específicos de rehabilitación, de promoción de vivienda social y de ahorro energético (reducción de la demanda instalada), cuya efectividad está suficientemente testada desde la Gran Guerra, reactivaría el sector de la edificación permitiendo recuperar las aportaciones dinerarias oficiales vía impuestos.

En un entorno cambiante no sirven los rígidos e inoperantes corsés reguladores e institucionales vigentes, lo que exige implementar sin demora sistemas menos costosos (una administración metropolitana única lo es) y mucho más ágiles y flexibles de gestión y planificación: mejor un solo plan que 30 o 50.

Es evidente que corregir el rumbo es complicado y obliga a lograr el apoyo y complicidad de todos los agentes implicados estableciendo un nuevo ámbito de cooperación basado en la corresponsabilidad.

Hay que erradicar la incompetencia eliminando trámites obsoletos y demoras inexplicables que dilatan sine die los tiempos entre la planificación de un negocio y su perfeccionamiento obstaculizando la recuperación económica.

La Comunitat debe reposicionarse como polo de atracción en el mundo de la creatividad, la tecnología y el diseño aprovechando su rol de vanguardia en industrias como la automoción (Ford), la investigación en medicina reproductiva (IVI), la cerámica (Porcelanosa), el juguete (FAMOSA), la distribución (Mercadona), el tráfico interoceánico de mercancías (Valenciaport)...

Al cap i casal corresponde ser la palanca del cambio proveyéndolo de visibilidad.

Sería un error retrasar la implantación de estrategias territoriales que definan a dónde se quiere llegar y que proyecto colectivo se desea construir con el horizonte de 2030.

El Plan de Acción Territorial de la Infraestructura Verde del Litoral -PATIVEL-, el de Protección de la Huerta, el PATEVAL... son compatibles y superponen geometrías transversales. Pero, aun siendo necesarios, resultarán insuficientes sino se instaura una nueva gobernanza metropolitana transparente y participativa que ponga fin a la visión endogámica de las taifas locales.

Lograr un amplio consenso sobre el modelo Funcional al que debe aspirar la mayoría de la sociedad valenciana tendría que ser objetivo común de todas las fuerzas políticas sin excepción.

Para ocupar un lugar destacado en el mapamundi de los grandes mercados apremia corregir errores pasados, fortaleciendo la marca Valencia gracias al magnífico escaparate de su Feria, apoyando la generación de plataformas audiovisuales y favoreciendo el aprendizaje del inglés.

Por la importancia creciente del turismo y de la actividad exportadora la Valencia del siglo XXI debe ser una metrópoli abierta, cosmopolita, interconectada y seriamente comprometida con valores globales como la biodiversidad, el multiculturalismo y la sostenibilidad.

