

DOSSIER DE PRENSA: ASOCIACIÓN METROPOLITANA CORUÑA 3.0



1. FICHA DE LA ASOCIACIÓN METROPOLITANA CORUÑA 3.0

La “Asociación Metropolitana Coruña 3.0”, inscrita en el Registro de la Xunta de Galicia, fue aprobada como asociación sin ánimo de lucro de ámbito regional. Tiene como objeto, según consta en los estatutos:” La promoción y difusión de actividades relacionadas con el desarrollo de la región metropolitana de A Coruña y su área de influencia, es decir el desarrollo urbano y metropolitano, el desarrollo económico local, la constitución de redes de ciudades, y cualquiera de las iniciativas posibles relacionadas con el desarrollo social, económico y territorial. Su ámbito de actividad se extiende a toda la Comunidad Autónoma.

Cuáles son nuestros objetivos.

Como consta en los estatutos fundacionales, los objetivos generales de la Asociación son los siguientes:

- Promover una nueva forma de participación: la participación creativa.
- Generar un debate ciudadano permanente sobre la ciudad metropolitana del siglo XXI.
- Valorizar los espacios urbanos y el territorio metropolitano.
- Aportar ideas, iniciativas y proyectos. Alumbrar el talento de la ciudad
- Promover la cooperación institucional y público-privada..
- Recuperar el espíritu de ciudad-faro en la construcción de la Galicia Urbana.
- Renacer el espíritu galleguista de la ciudad liberal pero con una filosofía universal propia del siglo XXI.
- Poner en valor nuestro patrimonio inmaterial.

- Promover una nueva Ilustración del siglo XXI para situar A Coruña en la vanguardia creativa
- Reforzar la autoestima ciudadana para estimular la capacidad proactiva y fomentar el espíritu emprendedor entre los jóvenes implicados con su ciudad.
- Mirar a lo local desde lo global.

¿Quiénes somos los socios fundadores?

- Presidente: D. Andrés José Precedo Ledo, Catedrático Universidad.
- Vicepresidente: Carlos Sánchez-Tembleque . Analista Financiero.
- José Manuel Valiño Blanco, Directivo de empresa.
- Valentín Alejandro Martínez Fernández. Periodista y profesor universitario.
- José Venancio Salcines Cristal, Presidente de la Escuela de Finanzas.
- Andrés Luis Lacasa Nikiforov, Gerente del Consorcio de la Música.
- Dolores Estrada Gromaz, Directiva de empresa.
- Víctor Manuel Miguez Rodríguez. Profesor Universitario y editor.
- José Luis Naya Mosquera, Consultor.
- José Antonio Díaz Fernández. Consultor.

EL THINK TANK. ¿ Qué somos? ¿ que pensamos?

1.-El núcleo de la asociación es el **Think Tank**. Es un laboratorio de ideas proactivas. Quiere ser un instrumento estratégico para aportar ideas e iniciativas creativas para promover un nuevo impulso al desarrollo metropolitano.

2.-Es un foro de ideas de carácter independiente, porque solo su independencia y su valoración profesional y personal le dará credibilidad social y promoverá la participación. Somos un grupo estratégico por la suma del posicionamiento personal.

3.- Pero así como los Think Tank clásicos proceden de arriba abajo, es decir desde el poder hacia los sectores estratégicos, nosotros lo concebimos como un modelo bottom up, es decir que combina la acción descendente con la ascendente, mediante la participación activa de los ciudadanos en la aportación de ideas para el desarrollo metropolitano.

4.-Por eso, somos el único caso en España donde la ciudad se ha dotado de un instrumento de este tipo, y queremos hacer de A Coruña, una ciudad media global que sea referente para otras ciudades medias.

5.- Pensamos que es necesario, frente al predominio de las grandes ciudades globales, poner en marcha proyectos que demuestren que también las ciudades medias, como A Coruña, pueden ser competitivas y posicionarse en el nuevo mapa de ciudades surgido de la globalización. Por eso es necesario definir un marco metropolitano amplio para ser competitivos a escala internacional.

6.-Nuestra marca se basa en la filosofía de la Ciudad Creativa. Este proyecto de ciudad descansa en un soporte triple: industria cultural creativa, economía creativa y creatividad social, es decir que son las ideas creativas de los ciudadanos las que deben dialogar para definir las estrategias más adecuadas. El resultado final será la construcción de un territorio metropolitano creativo.

7.- Como la historia de las ciudades, y de A Coruña en particular, puso de manifiesto: la ciudad prosperó cuando hubo individualidades y grupos creativos, empresas creativas y proyectos urbanos creativos. Y así fue en nuestro caso. Pero también es cierto que A Coruña se estancó o retrocedió cuando se miró hacia dentro, cuando alejó la vista del mapa mundial y del gallego, y cuando se instaló en el convencionalismo endogámico. Somos

una ciudad gallega, pero también europea e internacional. Somos un cruce en las culturas marítimas de Occidente. Esta es nuestra identidad.

8.-A partir del estudio de las metrópolis europeas de tamaño medio, los datos obtenidos nos llevan a asumir la necesidad de definir un marco metropolitano amplio en el que debemos movernos para ser competitivos a escala internacional:

- a) Para ser competitivos en calidad de vida y posicionamiento cultural basta con C-10° C20, pero para la competitividad económica es necesario alcanzar una masa urbana crítica mayor.
- b) En consecuencia, situamos nuestro entorno metropolitano en el área Carballo-Coruña-Ferrol, es decir en la Metrópoli Ártabra, y dentro de ese ámbito hemos identificado diferentes opciones estratégicas. Un referente es el de las regiones metropolitanas alemanas y también el de los actuales polos metropolitanos de innovación de Francia. Esa es la liga en que debemos aspirar a situarnos, y juntos podemos, y ese es el mensaje que queremos transmitir.
- c) En las ciudades medias europeas lo que mejor ha funcionado es el modelo basado en el conocimiento y la creatividad, a través de las sinergias entre empresas-centros de investigación-universidad y un fuerte sector financiero. La cultura, el turismo internacional, y los eventos son también un buen acompañamiento, que se añade al papel institucional de las ciudades. Según este diagnóstico, A Coruña, tiene un proyecto bien orientado y con perfiles tecnológicos y de internacionalización bien definidos, al igual que otras ciudades gallegas, como Santiago y Vigo, pero a veces por falta de cooperación surgen duplicidades y conflictos innecesarios. Por eso en nuestro horizonte está reforzar el conocimiento mutuo de las políticas y las iniciativas urbanas de las ciudades de Galicia y dar a conocer lo que se está haciendo más allá de nuestras fronteras. Desde ese mutuo conocimiento creemos que será más fácil abrir cauces para una alianza estratégica metropolitana. **La Bienal Urbana y la Expociudad** son instrumentos pensados para propiciar el diálogo entre las ciudades creativas y el intercambio de experiencias innovadoras,

Para canalizar estos objetivos consideramos necesario activar un procedimiento de participación creativa de los ciudadanos, porque la experiencia nos dice que cuando las personas no se identifican con el proyecto de ciudad metropolitana, los resultados carecen de permanencia.

Por eso, la Asociación pone en marcha la **Plataforma Participativa** con varios instrumentos operativos.

A corto plazo: El foro de ciudad creativa, la Factoría de Ideas ,los Talleres Urbanos y los foros metropolitanos Ártabros.

A medio plazo: El Observatorio Metropolitano de Galicia y el Universo Coruña.

Y a largo plazo: La Bienal Urbana y la Expociudad.

El Think Tank, es el núcleo duro del proceso, que funciona como un foro permanente para generar ideas y proyectos innovadores, y aportar contenidos a la plataforma de participación creativa. Está formado por profesionales implicados en el progreso de la ciudad dentro de los ámbitos considerados estratégicos, y que funciona en red. Tiene un carácter independiente y plural. Su tarea es saber leer el presente para interpretar el futuro.

La red de creatividad ciudadana, gestionada a través de la Web propia de la asociación nos conecta con las redes sociales. Contiene los instrumentos abiertos a la participación directa de todos los ciudadanos:

1.- La Factoría de Ideas; un espacio virtual para la aportación de ideas o sugerencias sobre temas propuestos por el equipo redactor del proyecto de ciudad, o procedentes de otros estudios o informes previamente convenidos con la asociación AMC3.0, e igualmente para aportar un cauce en el que los ciudadanos, entidades, instituciones o asociaciones puedan sugerir nuevos temas de participación creativa. Es una acción que combina la metodología ascendente, de abajo a arriba o buttom up, con la descendente o top down.

2.-El Taller Urbano, la finalidad es la misma; pero, en este caso, se enfoca hacia propuestas diseñadas o desarrolladas gráficamente. Los proyectos del Taller Urbano habrán de tener una resolución gráfica, sea en planimetría, infografía, fotografía, maqueta o cualquier forma que permita plasmar visualmente una idea. El método participativo es el mismo que el de la Factoría de Ideas,

3. El Foro Ciudad Creativa. Su objetivo es analizar temas estratégicos para el desarrollo de la ciudad metropolitana. Serán propuestos por el TT y sometidos a un debate interno o con participación de expertos, para que, una vez enfocado y desarrollado el tema se convierta en una propuesta para abrirlo a la participación de los ciudadanos en la factoría de ideas o en el taller urbano, o en ambas a la vez, según cual sea su naturaleza. En suma, parten de los debates generados en el núcleo de la asociación y desde allí

se proponen temas de participación a la ciudadanía. Es una estrategia de participación descendente o top down.

4.-Los Foros metropolitanos Ártabros: en construcción y que se realizarán en colaboración con otras instituciones ya que por su naturaleza incluye a varias ciudades y excede del ámbito propio del proyecto Ciudad Creativa que se centra en el área metropolitana de La Coruña. Tiene como objeto desarrollar un proceso de debate que refleje las inquietudes, iniciativas y proyectos relacionados con al constitución de un entorno metropolitano en el Golfo Ártabro, es decir para crear un estado de opinión proactivo acerca de la Región Urbana Ártabra.

El Observatorio Metropolitano de Galicia. Es una base de datos sobre las áreas metropolitanas de Galicia, tanto los de carácter estadístico como los derivados de la percepción de los ciudadanos sobre la calidad de vida y las aspiraciones de mejora de su ciudad. Los resultados se recogerán en un informe bianual.

La Bienal Urbana. Es una conferencia bianual en la que participarán las ciudades que formen parte de las redes de ciudades creativas y especialmente de la red de ciudades euroamericanas liderada por La Coruña.

La Expociudad: Dentro de la Bienal se organizará una exposición y presentación de los proyectos realizados en las ciudades gallegas y en otras ciudades que formen parte de la red, sirviendo como espacio para el encuentro y el intercambio.

Los Premios de Creatividad Urbana. Dentro de los eventos anteriores se organizará una exposición de las aportaciones realizadas a través de la red dentro de la Factoría de Ideas y del Taller Urbano, Se premiarán las mejores propuestas, y serán recogidas en una publicación. Se podrán asimismo instaurar premios de creatividad a las empresas, organizaciones y asociaciones de todo tipo que hayan destacado por su contribución al desarrollo de las ciudades gallegas por su carácter creativo.

El Universo Coruña

Además de las ideas que la Plataforma Creativa pueda aportar, estamos promoviendo un instrumento participativo que recoja las visiones e ideas de los coruñeses residentes en el exterior, y principalmente quienes, por su posición preeminente en algún ámbito del conocimiento o de la gestión, puedan aportar una visión enriquecedora desde una perspectiva internacional. Es lo que llamamos **Universo Coruña**, que amplía la condición de ciudadano a todos los coruñeses y gallegos, estén donde estén, y que quieran contribuir a la mejora de la ciudad. Asimismo se pondrá en marcha una iniciativa para designar **Embajadores de Coruña** en el exterior que irá dirigida tanto a personas individuales, como a asociaciones y empresas.

Los Premios de Creatividad Urbana. Dentro de los eventos anteriores se organizará una exposición de las aportaciones realizadas a través de la red dentro de la Factoría de Ideas y del Taller Urbano, Se premiarán las mejores propuestas, y serán recogidas en una publicación. Se podrán asimismo instaurar premios de creatividad a las empresas, organizaciones y asociaciones de todo tipo que hayan destacado por su contribución al desarrollo de las ciudades gallegas por su carácter creativo

Los tres ámbitos específicos de nuestra aportación

1º) Promover la planificación y la acción participativa para acrecentar la creatividad social, es decir que aflore el talento de los ciudadanos. Para ello hemos puesto en marcha una Plataforma de Participación Creativa.

2º) Aportar iniciativas estratégicas para la Economía Creativa, principalmente con base en las empresas tecnológicas existentes y las que puedan crearse para configurar sistemas locales de innovación.

3º) Asumimos la Cultura como factor de Desarrollo Urbano:

- a) Industrias culturales: cluster creativo.
- b) Turismo cultural urbano: valorización recursos y nuevos productos.
- c) Empresas de diseño del cluster creativo.

Para ello hemos establecido los **Foros Metropolitanos**.

Todo ello aporta:

Imagen ciudad, aportando elementos visibles.

Marca ciudad: diferenciación con otras ciudades.

Especialización en el sector nueva economía para formar una ventaja comparativa.

Pretendemos, con la participación de todos, hacer de A Coruña una ciudad más atractiva por ser diferente a cualquier otra, para visitantes, para inversores, para los ciudadanos y para los residentes.

2. NUESTRO PROYECTO DE CIUDAD

- Diferente pero complementario.

Entendemos la ciudad como un proceso urbano abierto y que, por eso, necesita respuestas innovadoras para adoptar la evolución de la ciudad y las iniciativas urbanas a los continuos cambios del mundo actual. Y la energía necesaria debe proceder del talento de los ciudadanos. Nosotros aportamos la plataforma creativa en la red.

Es un proyecto construido desde la base, de abajo a arriba, porque devuelve la capacidad creativa y la iniciativa a los ciudadanos en el diseño de la ciudad metropolitana del siglo XXI y además inserta lo local en lo global.

- Tiene dos partes

-El soporte estratégico

-El proceso creativo

1.- El soporte estratégico es el proyecto de Ciudad Metropolitana.

Tiene como **objetivo** principal hacer de A Coruña una ciudad media global, como un polo metropolitano intermediador entre la red urbana regional y el sistema urbano global. Para lograrlo debemos aportar creatividad a los recursos existentes.

Tiene dos **objetivos** territoriales paralelos:

-Constituir en el Golfo Ártabro un polo económico metropolitano europeo de nueva generación.

-Y ocupar el vacío del Noroeste de la Península en el mapa español y europeo de las regiones metropolitanas del s.XXI.

Para ello tenemos tres estrategias metropolitanas:

Partimos de que A Coruña actual tiene fuertes soportes para alcanzar esos objetivos. Estos son los principales:

a) Nuestro posicionamiento global es: Inditex.

b) Pero hay otros soportes posibles para el posicionamiento internacional:

1.-Hacer del puerto exterior un centro logístico marítimo global

2.-Promover iniciativas para reforzar las actividades de la economía creativa, como por ej: en biotecnologías, servicios financieros, energías renovables, y de gestión

3.-Y un turismo de calidad en un territorio sostenible.

Estos serán temas de trabajo a través del Think Tank, de los Foros Metropolitanos y la Plataforma Participativa.

2.-El proceso creativo:

Consiste en la aportación de ideas operativas para hacer de Coruña Metropolitana una ciudad global con identidad propia, y por eso diferente de cualquier otra, hay que ser creativos.

Lo importante es valorizar nuestra identidad y proyectar nuestros valores culturales hacia una dimensión internacional, a través de una sociedad urbana creativa, y por eso más participativa y activa.

Porque:

El potencial de innovación de la ciudad de la segunda mitad del siglo XXI será la suma de las ideas innovadoras de la sociedad actual. Aflorar el talento de la ciudad que es la suma de las ideas innovadoras de sus ciudadanos.

Es otra manera de mirar la ciudad

Queremos ser una ciudad creativa global en un cruce de culturas marítimas: entre Europa Atlántica y Latinoamérica.

Hablamos de un proceso creativo en construcción.

Aportamos diez temas para el debate participativo:

Las diez propuestas del Think Tank para promover el debate sobre la Ciudad Metropolitana Creativa.

1.-Elaborar propuestas para definir el nuevo marco territorial de la Ciudad metropolitana Global. Apostamos por aglutinar las comarcas del Golfo Ártabros en una Región Metropolitana.

2.-Avanzar ideas para buscar fórmulas innovadoras para la integración de los municipios en la Ciudad Metropolitana. Apostamos por el modelo de los distritos metropolitanos.

3.-Debatir nuevas fórmulas de financiación público-privada o totalmente privadas para incrementar el transporte público metropolitano, incluyendo la posibilidad de gestionar el actual ferrocarril mediante la inversión de capital privado.

4.- Desarrollar Sistemas de Innovación Tecnológica (SIT) a partir de las actividades de economía creativa existentes, aportando nuevos nichos de mercado para completar el modelo, crear nuevas oportunidades a las instituciones y a las empresas y favorecer la creación de empleo mediante la proyección a los mercados exteriores de este modelo de desarrollo urbano.

5.- Desarrollar un nuevo destino turístico internacional en el Golfo Ártabro, la Costa Ártabra, mediante la implicación de los habitantes en la valorización de los factores de existentes, para una oferta de excelencia, una oferta Premium, orientada a los segmentos de demanda que la nueva geografía global requiere.

6.- Promover la cooperación entre las ciudades próximas para crear un polo económico metropolitano de innovación en la Región Urbana Ártabra.

7.- Promover una sociedad urbana creativa y hacer de A Coruña una ciudad líder en las redes internacionales de ciudades creativas

Constituir una red euro- americana de Ciudades Creativas liderada por A Coruña como instrumento estratégico para generar innovación, compartir experiencias e intercambiar resultados.

8.- Crear un entorno de excelencia con base en las actividades culturales: música, audiovisual, diseño. Promover A Coruña como Ciudad de la Música, combinando la excelencia formativa con la internacionalización de los eventos.

9.- Finalmente. Aspiramos a que A Coruña sea nominada como Ciudad Creativa Mundial.

10.- Para todo ello, poner en marcha en los plazos previstos los instrumentos de participación creativa ideados por el TT. Es decir la Plataforma de Participación Creativa, el Universo Coruña, El Observatorio Metropolitano de Galicia, la Bienal Urbana y la Expociudad.

Hasta ahora hemos trabajado de manera absolutamente desinteresada, pero para avanzar en las ideas propuestas y en otras que del TT puedan surgir, ofrecemos a las instituciones, empresas, asociaciones y ciudadanos nuestra cooperación, porque solo con una acción cooperativa ilusionante podremos alcanzar los ambiciosos objetivos planteados si queremos una ciudad mejor que figure en el mapa de las ciudades de referencia internacional. Podemos hacerlo.

A Coruña: Una Ciudad Creativa Mundial.