

# «Una planificación modélica no sirve para nada si no la desarrollas»

Ibon Areso, alcalde y concejal de Urbanismo de Bilbao, explicará las claves del cambio de su ciudad en un encuentro en Miranda el día 10

:: CRISTINA ORTIZ

**MIRANDA DE EBRO.** Cuando echa la vista atrás reconoce sentirse «un privilegiado», porque Ibon Areso, alcalde y concejal de Bilbao durante 24 años, es consciente de que no muchos arquitectos han tenido la oportunidad de desarrollar en la práctica, a través de la política, lo hecho como profesional del Urbanismo. Menos aún que ese proyecto haya supuesto la transformación integral de una ciudad –en este caso de la capital vizcaína–y, al mismo tiempo, haya sido reconocido internacionalmente como ejemplo de buenas prácticas. De todo ello hablará el día 10, a las 13.30, en un almuerzo-coloquio en el restaurante Carbón, en el marco del programa 'Encuentros en mi ciudad, Miranda'

Ahí explicará que todo arrancó con la creación de un plan estratégico diseñado para reflotar una ciudad hundida, dependiente de una industria pesada en crisis estructural y con una elevada tasa de paro. «El modelo económico se agotó. Nuestro sustento se vino abajo y había que recuperar el empleo». Esa 'reflexión' fue el punto de partida para una labor que se desempeñó en una doble vertiente: «una planificación estratégica, en la que analizamos qué le estaba pasando a la ciudad y cómo podía salir de esa situación; y, dando soporte a ese planeamiento, creamos otro más físico y urbanístico».

Pero solo teorizar no sirve de nada, porque, reconoció Areso, «el papel lo aguanta todo». Lo que marcó la diferencia en el caso de Bilbao tiene claro que fue la creación de una oficina gestora encargada de la ejecución de lo puesto negro sobre blanco. «Es muy, muy importante que Miranda no haga una planificación maravillosa y modélica que se quede en una estantería del Ayunta-

miento o de otro organismo. Si no la desarrollas no sirve para nada», incidió.

De ahí la importancia de crear ese órgano gestor con hitos y plazos marcados y en el que estén representadas todas las administraciones al nivel más alto que se pueda lograr. Eso es un elemento clave, para conseguir que las decisiones se tomen en su seno, sin que después se tengan que consultar a otras instancias superiores. «La clave del éxito fue el encuentro de lo público con lo público».

Lograron juntar al Gobierno español, al vasco, a la Diputación de Vizcaya y al Ayuntamiento de Bilbao para caminar en la misma dirección algo nada fácil de conseguir porque «las administraciones son muy celosas de sus competencias y de sus

presupuestos». Por eso, poner el foco en un organismo en el que reunir y poner de acuerdo a todas para ejecutar el plan se consideró «fundamental». Para empezar, porque «hay que ser consciente de que un ayuntamiento no puede asumir una transformación gorda si no tiene ayudas. Miranda sola no puede».

**En un buen momento**

Pero además de tener un buen plan, un órgano ejecutor que funcione y de tratar de hacerlo lo mejor posible, Areso reconoció que también es necesario «un poco de suerte». En su caso intervino el hecho de que «la mayor parte del cambio la hicimos en plena burbuja, antes de la crisis. Mucha de la financiación salió de la plusvalía urbanística, de la puesta en valor de suelos públicos

muy obsoletos y que se vendieron en un momento en el que valían la pera. De otro modo, la transformación de Bilbao no se podría haber hecho de forma tan potente ni tan rápida», recordó.

Pero de éxito pasados no se alimenta el futuro. El trabajo debe de ser continuo. «No te puedes dormir». Por eso Bilbao ya está trabajando en su segundo plan estratégico. Un iniciativa que comparte con el anterior el hecho de poner el foco en el empleo. Por lo demás, el anterior tenía como objetivo pasar de una ciudad sucia y fea a una amable; y, el actual, de la amable a una inteligente, en la que los jóvenes desarrollen proyectos. Se trata de aprovechar y apoyar el capital humano para que se quede en la ciudad.

Alejarse del monocultivo económico,

«Es muy malo tener todos los huevos puestos en la misma cesta». Cuantos más sectores de actividad económica tengan representación en el tejido social de una ciudad, mejor. Es un elemento de resistencia frente a las crisis. Ibon Areso lo tiene muy claro. «Nosotros salimos muy escarmentados del monocultivo económico de la industria pesada. Incluso los servicios financieros y de ingeniería estaban muy al servicio de esa industria». Así que cuando «se hundió, al igual que ocurrió en todos los países occidentales, tuvimos que buscar una diversificación». De ella, forma parte el turismo, que aporta el 6% del Producto Interior Bruto (PIB) de Bilbao y «aspiramos a que llegue al 8%. Ése es un sector del que también comen muchas familias», concluyó.



Ibon Areso posa delante de uno de los edificios diseñado por su padre, también arquitecto, en Miranda. :: AVELINO GÓMEZ

## El Guggenheim, historia de un éxito que superó expectativas

:: C. O.

**MIRANDA DE EBRO** Fue un proyecto muy controvertido y con poco apoyo social en sus inicios. Pero el tiempo, en el corto plazo, además, se encargó de demostrar que el Guggenheim fue un gran acierto. «Superó en su éxito las expectativas que teníamos los pocos que creíamos en él. Que esté en Bilbao

es un milagro», recordó.

Para empezar porque la Fundación Guggenheim en 1991 pensaba en otras ciudades para dar su salto a Europa, pero no encontró ninguna otra que financiara la construcción del edificio; y después, porque en el 'bocho' se consideraba «una auténtica frivolidad» destinar 133 millones de euros (24.000 millones

de pesetas) a financiar un museo de arte moderno y no emplear ese dinero en luchar directamente contra los efectos de un paro terrible. «Si hubiésemos hecho una encuesta el 95% de la población hubiera estado absolutamente en contra».

Pero el dinero gastado revirtió en la ciudad de manera inmediata. «En el primer año de funcionamiento el incremento del PIB fue de 144 millones. En menos de un ejercicio la sociedad recuperó la inversión. Es la gallina de los huevos de oro, económicamente un exitazo. Además de dar empleo».

También su efecto ha sido bru-

tal a la hora de vender la imagen de la ciudad. «En los años de plomo, cuando salía una noticia de Bilbao al extranjero siempre era negativa: terrorismo de ETA. Si contásemos como una actividad económica lo que nos hubiera costado una campaña de comunicación en positivo, todo lo que apareció a cuenta del Guggenheim, nos hubiese costado más de los 133 millones del museo», valoró.

Sin olvidar que, en la población local, el buen funcionamiento del proyecto «ayudó a recuperar un poco la autoestima de la sociedad y la fe en el futuro. Y hay que tener

ese ánimo social colectivo en positivo para tirar para adelante como sociedad».

Eso sí, quiso dejar claro que el mensaje nunca puede ser «hagan ustedes un gran equipamiento y la ciudad cambia. Nosotros al Guggenheim le debemos muchísimo porque nos ha puesto en el mapamundi internacional, pero también es verdad que durante mucho tiempo ha fagocitado el proceso. Mucha gente piensa que, de repente, se hizo el museo y cambió la ciudad y no fue así. Se cambió la ciudad y además se hizo un museo», concluyó.