

EDITORIALES

La palabra de Rajoy

El PP debe abrir una investigación interna para aclarar lo ocurrido con Bárcenas

El descubrimiento judicial del abultado patrimonio del exesorero del PP en refugios fiscales del extranjero y la denuncia de que este funcionario del partido había pagado sobresueldos con dinero negro a la cúpula de la organización constituye un gravísimo escándalo que se acumula a la riada, ya insostenible, de episodios de corrupción que cuartejan la confianza de la gente en las instituciones. Un alud de noticias irritantes que afecta ya a más de trescientos políticos imputados de todas las comunidades autónomas, que está en el origen de la gran desafección de la ciudadanía hacia lo público y que, conocido en medio de la mayor crisis económica de la España contemporánea, ha producido una profunda y visible indignación en el cuerpo social de este país. La respuesta del PP al estallido del 'caso Bárcenas', agravado por el hecho inquietante de que una parte de ese patrimonio fuese regularizado gracias a la amnistía fiscal otorgada por este gobierno, ha sido tibia. Se han negado los sobresueldos, se ha recordado que Bárcenas ya no pertenece al partido y se ha garantizado firmeza contra la corrupción. Rajoy, en concreto, apeló ayer a la trayectoria de «honradez y dedicación» de los tres anteriores exsecretarios generales que han negado cualquier irregularidad en las cuentas del partido y garantizó que «no le temblará la mano» si descubre alguna irregularidad. El asunto está ciertamente en los tribunales pero el PP debería abrir alguna investigación interna para tratar de aclarar lo ocurrido. La palabra de Rajoy debería ir, en fin, más allá de la retórica y plasmarse en hechos más resolutivos y concretos. Sea como sea, el asunto es serio y la indignación popular subiría de tono si una vez más la corrupción se utilizase como arma arrojadiza de unos partidos contra otros. La degradación de nuestra vida pública solo se reducirá si las formaciones políticas acuerdan con la debida contundencia una lucha sin cuartel contra la marrullería de quienes ingresan en política para aprovecharse de ella. El tiempo apremia porque la paciencia de los ciudadanos se agota.

Matanza en Argelia

La conmoción causada por el río de sangre en que concluyó ayer la toma de rehenes en el desierto argelino tiende a tapar el hecho central: solo los terroristas de Al-Qaida y sus socios saharianos son responsables de lo sucedido. Su desafío era, por lo demás, una locura: todo el mundo sabe que la política argelina consiste en no ceder nunca a demandas de terroristas y procurar directamente su eliminación. El comando dijo actuar en el marco del conflicto abierto en el vecino Malí tras el súbito avance terrorista hacia Bamako. El yihadismo aprovecha la crónica debilidad institucional del Malí y crear en el pobre país una institucionalidad robusta y bien protegida es el primer deber, y el más inteligente paso, que debe considerar la comunidad internacional en la región. Tal comunidad internacional no es hoy el lugar común de otros marcos: el Consejo de Seguridad de la ONU, y por unanimidad, autorizó hace casi un mes la operación proMalí inspirada por Francia y el jueves dio un completo respaldo a la iniciativa francesa para detener el avance yihadista. Los terroristas están siendo derrotados en Malí y su acción en Argelia ha terminado en un desastre militar y una total pérdida de credibilidad política. Lo más triste, sin ninguna duda, ha sido la muerte de tantos rehenes inocentes.

LA TRIBUNA

Málaga en 2020

FRANCISCO DE LA TORRE PRADOS
ALCALDE DE MÁLAGA

El futuro será prometedor si potenciamos nuestra capacidad y vocación en materia tecnológica, de innovación, de atracción y retención de talento



El día 10 pronuncié una conferencia en 'Foro Europa. Tribuna Andalucía' en la que propuse una serie de objetivos importantes a los que Málaga puede llegar en 2020. Señalé ese año porque está marcado como referencia en importantes informes y ponencias de ámbito europeo y mundial. Nuestra ciudad tiene, a medio plazo, importantes metas que alcanzar e ineludibles retos a los que enfrentarse. No trataba de hacer dirigismo ni soñar, sino de insistir en esas metas por las que debemos luchar en común. Podemos hacerlo. Pese a la dureza de la crisis, tenemos la oportunidad de situarnos en el mapa urbano europeo como un espacio atractivo, pujante y competitivo.

Para ello, no podemos olvidar que nos encontramos en un nuevo contexto mundial, que estamos marcados por nuestra situación geopolítica: vivimos en una comunidad autónoma que deberá hacer enormes esfuerzos por mejorar sus indicadores; en un país que había perdido 20 puntos de competitividad desde la entrada en el euro hasta el inicio de la crisis; en una Unión Europea de la que no podemos prescindir, que nos da la fuerza necesaria para ser actores relevantes en un mundo global pese a la necesidad de mayor convergencia (que implica cesión de soberanía) en muchos aspectos, desde el fiscal, pasando por el financiero y el laboral, hasta el educativo.

La condición imprescindible es controlar el déficit y estimular la economía, pero para construir nuestro futuro sobre una base sólida hay que atender prioritariamente la innovación y la educación: cuanto mayor sea la calidad de la enseñanza, más y mejor empleo; cuanto mayor sea el fracaso escolar, más desempleo, más desigualdad. En este sentido, la tarea que tenemos por delante empieza en la familia, sigue en la escuela y concluye en la sociedad en su conjunto.

Las estrategias de Málaga están claramente definidas: el futuro será prometedor si potenciamos nuestra capacidad y vocación en materia tecnológica, de innovación, de atracción y retención de talento. A ello se suman la oferta cultural, determinante para que las personas más capaces y mejor preparadas vengán y/o se queden, y el turismo, cuya evolución es tremendamente alentadora a pesar de la crisis.

Las magníficas infraestructuras ampliadas durante los últimos años, empezando por el aeropuerto y el puerto, representan una poderosa palanca para impulsar nuestro crecimiento en las citadas estrategias. También la revitalización del centro histórico, la puesta en valor y cuidado del litoral y aspectos importantes como la inclusión social (preocupación transversal de la política municipal); la accesibilidad, en la que hemos avanzado espectacularmente; y la oferta comercial, en la que nos gustaría dar un salto con la Zona de Gran Afluencia Turística.

Desde el punto de vista tecnológico, nuestras fortalezas son ya evidentes y contrastadas: una Universidad abierta al mundo que acaba de cumplir 40 años, un Parque Tecnológico con una trayectoria de 20 años, incubadoras de empresas en la tecnópolis y distintos puntos de la ciudad, aceleradoras que se pon-

drán en marcha pronto siguiendo los pasos del modelo estadounidense, y una marca (Málaga Valley) que nos identifica y distingue.

Las empresas, las administraciones y el conocimiento están empezando a construir un círculo virtuoso en el que la colaboración público-privada será siempre una fórmula exitosa. Ahí está el ejemplo de los proyectos relacionados con Málaga como smart-city: el aprovechamiento de la tecnología se traduce en una eficaz y eficiente prestación de servicios al ciudadano.

El modelo de ciudad en expansión no tiene mucho más recorrido. Ahora toca, sobre todo, renovar y rehabilitar con criterios de ahorro energético, como estamos haciendo en el Soho y haremos en la Manzana Verde, en El Duende. Y cumplir los compromisos adquiridos en reducción de emisión de dióxido de carbono.

Toda la ciudad tiene que impregnarse de innovación. La administración ha de ser un ejemplo y volcarse en la atención electrónica, incrementar su rapidez y calidad al responder con la máxima inmediatez posible a las demandas ciudadanas. En definitiva, se trata de abrirse a la participación y fomentar la transparencia, tan necesaria para recuperar la confianza en las instituciones; de poner la información pública a disposición de los ciudadanos y las empresas (opendata).

Hay que educar a los jóvenes en el emprendimiento, prestigiar a los héroes que, además de generar sus propios puestos de trabajo, crean los de otros ciudadanos. Y, además, debemos intensificar el proceso de internacionalización. Porque, con independencia de su tamaño, las empresas de Málaga deben insertar en su ADN la vocación internacional: en un mundo globalizado no basta el mercado local, resulta crucial tener capacidad de exportación.

En lo que tiene que ver con la cultura, tenemos una oferta envidiable (Museo Picasso, Casa Natal, Centro de Arte Contemporáneo, Carmen Thyssen, etc.), pero no debemos limitar la ambición. En 2020 deberíamos tener el Auditorio funcionando porque nos potenciará empresarial y tecnológicamente, porque dará a nuestra oferta un plus de calidad que ya tienen otras ciudades con las que competimos. Tenemos sobre la mesa nuevos espacios como el Bellas Artes, el Cubo, Tabacalera, Astoria-Victoria, que estarán en marcha a corto plazo, o la recién abierta Térmica.

Esto nos facilitará mejorar aún más las cifras del turismo, en el que segmentos como los cruceros y los congresos seguirán reportándonos actividad económica y empleo. Para apuntalarlo, nuestra oferta debe diversificarse con instalaciones náuticas como las previstas en El Morlaco y San Andrés, viviendas residenciales con servicios añadidos, productos enfocados hacia la salud y los mayores.

La frontera psicológica de 2020 es para Málaga un objetivo ilusionante y a nuestro alcance. Eso sí, llegar a ella en buenas condiciones requiere un esfuerzo colectivo y asumir la ineludible adaptación a los cambios, que es tanto como apostar decididamente por el conocimiento y la innovación.



SUR

EL PERIÓDICO DE MÁLAGA

Edita: Prensa Malagueña S.A. Director General José Luis Romero

Director
Manuel Castillo

Director de Publicaciones Pedro Luis Gómez

Subdirector
Javier Recio Villalobos

Adjunto a la Dirección (Economía)

José Vicente Astorga
Mesa de Redacción
Elena de Miguel
(JEFA DE INFORMACIÓN),
José Miguel Aguilar
(JEFE DE EDICIÓN),Luis Moret (MULTIMEDIA),
Ana Barreales (INTERNET),
Antonio Ortín (MÁLAGA),
María Eugenia Merelo
(CULTURAS Y SOCIEDAD),
Juan Antonio Morgado
(DEPORTES),
Héctor Barbotta
(MARBELLA),
Fran Ruano (ARTE Y DISEÑO)

Director de Control de Gestión

Hugo Ferré
Director de Marketing
Joaquín Cestino
Director Técnico
Fernando de Gálvez
Publicidad
CMSUR S. L.
Director Comercial
Jorge Artero