Iniciativa para la proyección de la imagen positiva del Campo de Gibraltar

Introducción.

El Campo de Gibraltar, la zona más meridional de la Europa continental, es un enclave geoestratégico, tanto desde el punto de vista político como económico, de importancia internacional. Esta comarca alberga un amplio tejido empresarial en el que destaca el primer polo industrial de Andalucía y segundo de España, el primer puerto del sistema español y uno de los principales de Europa, que suponen una fuente de creación de empleo y riqueza equivalente al 7,7% del PIB de Andalucía. Esa realidad económica convive con dos parques naturales que preservan ecosistemas únicos, como son Los Alcornocales —uno de los grandes bosques de la Península Ibérica que aún sobrevive- y los acantilados y playas del litoral del Estrecho de Gibraltar. Estos espacios protegidos representan el 65% del territorio al que nos referimos. Estos valores ambientales han propiciado el desarrollo de actividades turísticas que han logrado un prestigio de primer nivel.

La imagen percibida del Campo de Gibraltar, tanto desde dentro como, sobre todo, desde fuera de la comarca, no se corresponde con esta realidad y presenta un marcado sesgo negativo. Esta percepción distorsionada de la comarca, que se ha venido fraguando durante los últimos años, va actualmente en aumento y puede llegar a influir negativamente en el desarrollo económico y social de la zona, ahuyentando el turismo, dificultando la llegada de nuevas inversiones empresariales, obstaculizando el desarrollo de las existentes, condicionando las decisiones de las distintas Administraciones sobre la comarca y disminuyendo, en definitiva, la valoración que los ciudadanos del Campo de Gibraltar otorgan a su propio territorio.

Un grupo de representantes de diferentes colectivos del Campo de Gibraltar, entre los que se encuentran la Federación de Empresarios, los sindicatos más representativos, la Cámara de Comercio, la Autoridad Portuaria, los directores de algunos de los medios de comunicación comarcales, la Asociación de la Prensa y la Asociación de Grandes Industrias, comparten la apreciación anterior y desean promover una iniciativa que favorezca la proyección de la imagen positiva del Campo de Gibraltar.

El presente documento, que es abierto y susceptible de ser enriquecido con posteriores aportaciones, ha sido elaborado con la participación de los colectivos anteriormente citados y tiene como finalidad proponer una serie de acciones y recomendaciones para conseguir que la imagen que se traslada del Campo de Gibraltar se corresponda con la realidad y no sólo con una visión negativa, parcial o sesgada. Al mismo tiempo, los colectivos promotores de esta iniciativa están convencidos de que el éxito de la misma necesita de la colaboración e impulso decidido de las administraciones públicas, especialmente, de la Junta de Andalucía.

El presente documento se estructura en dos apartados: una evaluación de la situación actual de la percepción que se tiene de la comarca, realizada a través de un análisis DAFO, y un listado de propuestas de actuación, agrupadas según los distintos públicos objetivo, con las que se pretende dar respuesta a los elementos detectados en el análisis de situación.

Integrantes de la Iniciativa.

- 1. Agentes económicos y sociales:
 - Cámara de Comercio, Industria y Navegación del Campo de Gibraltar
 - CCOO del Campo de Gibraltar
 - Federación de Empresarios del Campo de Gibraltar
 - UGT del Campo de Gibraltar
- 2. Asociación de Grandes Industrias
 - Acerinox
 - Air Liquide
 - APM Terminals
 - Artenius
 - Cepsa
 - Endesa Generación
 - Endesa Generación Central Térmica de Ciclos Combinados
 - Enel Viesgo
 - EON Generación Terminal de Los Barrios
 - EON Generación Central Térmia Bahía de Algeciras
 - Gas Natural Generación Central Términa de Ciclos Combinados
 - Interquisa
 - Linde
 - Nueva Generadora del Sur
 - Petresa
 - Repsol
 - Sociedad Eólica de Andalucía
 - Torraspapel
- 3. Asociación de la Prensa del Campo de Gibraltar
- 4. Autoridad Portuaria de la Bahía de Algeciras
- 5. Medios de comunicación comarcales
 - Área
 - Canal Sur Radio Campo de Gibraltar
 - Canal Sur Televisión Campo de Gibraltar
 - Cope Campo de Gibraltar
 - El Faro Información
 - Europa Sur
 - Onda Cero Algeciras
 - Radio Algeciras Cadena Ser
 - Sur Campo de Gibraltar
 - TV Campo de Gibraltar (Popular TV)
- 6. Vicerrectorado del Campus Bahía de Algeciras de la UCA.

1. Análisis DAFO de la imagen del Campo de Gibraltar.

- a. **DEBILIDADES** (elementos <u>internos</u> del Campo de Gibraltar que influyen <u>negativamente</u> en su imagen)
 - i. Contaminación de origen industrial, marítimo y portuario.
 - ii. Contaminación de origen urbano por la ausencia de suficientes depuradoras.
 - iii. Escasa o nula información por parte de algunas grandes industrias ante episodios contaminantes.
 - iv. Desproporcionada atención mediática en ocasiones a la opinión de los grupos ecologistas en contraposición a la de los expertos.
 - v. Escaso conocimiento técnico de los profesionales de los medios de comunicación sobre los asuntos medioambientales.
 - vi. Escaso conocimiento por parte de los responsables de las empresas de cómo funcionan los medios de comunicación.
 - vii. Escasa estructura de la Asociación de Grandes Industrias.
 - viii. Insuficiente estructura de comunicación de algunas empresas.
 - ix. Utilización de los episodios medioambientales en la pugna política.
 - x. Desconocimiento de los cinco estudios epidemiológicos efectuados sobre la comarca.
 - xi. Imagen de conflictividad laboral.
 - xii. Tasas elevadas de desempleo.
 - xiii. Escasez de estudios de evaluación de los impactos económicos y sociales que genera la actividad que se desarrolla en la comarca y poca difusión de los mismos.
 - xiv. Escaso sentido de pertenencia en determinados municipios.
 - xv. Escasa capacidad para difundir noticias o realidades positivas de la comarca en los medios de comunicación regionales y nacionales.
 - xvi. Desvinculación del Campo de Gibraltar de sus marcas turísticas con prestigio mundial (Sotogrande-San Roque, Tarifa) y destinos limítrofes como Gibraltar y Tánger.
 - xvii. Escaso peso político de la comarca en los ámbitos provincial, autonómico y nacional en el seno de los diferentes partidos.
 - xviii. La sedes sociales de algunas de las grandes empresas están alejadas de la comarca.
 - xix. Pugnas políticas locales y escaso poder de la Mancomunidad que erosionan la conciencia de comarca.
 - xx. Falta de integración y participación de algunas empresas en la sociedad campogibraltareña.
 - xxi. Deficientes infraestructuras viarias y de transporte público que repercute negativamente en la imagen que percibe el visitante.
 - xxii. Deficiente percepción de la calidad de los servicios públicos, tanto en su dotación como en su mantenimiento.
 - xxiii. Iniciativas ciudadanas contra la instalación de nuevas industrias.

- b. **AMENAZAS** (elementos <u>externos</u> al Campo de Gibraltar que pueden afectar <u>negativamente</u> a su imagen)
 - "Etiqueta negra" asignada a la comarca desde el exterior por parte de medios de comunicación, representantes políticos y funcionarios
 - ii. Atención sesgada y negativa de la realidad de la comarca en los medios de comunicación regionales y nacionales.
 - iii. Menor atención de las administraciones a la comarca respecto a la que se presta a la conurbación Bahía de Cádiz-Jerez.
 - iv. Desconocimiento en general de la realidad del Campo de Gibraltar y especialmente de sus realidades medioambientales positivas.
 - v. Contencioso de Gibraltar y su utilización política tendenciosa.
 - vi. Determinados efectos negativos de la proximidad del Magreb (tráfico de personas y estupefacientes...)
 - vii. Utilización negativa de la Operación Paso del Estrecho desde ámbitos externos.

- c. **FORTALEZAS** (elementos <u>internos</u> del Campo de Gibraltar que influyen <u>positivamente</u> en su imagen)
 - i. Impacto económico y social de la actividad industrial, marítima y portuaria.
 - ii. Impacto económico y social de la actividad turística y de servicios.
 - iii. Valores medioambientales de la zona: los parques naturales de Los Alcornocales y del Estrecho, abundancia de recursos hídricos, calidad de la atmósfera por el efecto de los vientos, depuración natural del medio marino por efecto de las corrientes del Estrecho, biodiversidad de las aguas del Estrecho y de la Bahía (cetáceos, delfines, piscifactorías, mejilloneras...).
 - iv. Productos agropecuarios autóctonos de calidad (carne retinta, cítricos de Tesorillo, miel, producción micológica de Los Alcornocales...)
 - v. Inversiones preventivas y correctoras para la seguridad y preservación del medio ambiente de industrias y puerto.
 - vi. Inversiones turísticas en marcha en el arco de la bahía (instalaciones náutico-deportivas de La Línea).
 - vii. Situación geoestratégica: encrucijada Mediterráneo/Atlántico y África/Europa.
 - viii. Creciente cualificación profesional y formativa de los jóvenes campogibraltareños.
 - ix. Conciencia social colectiva de comarca con espíritu de autogestión.
 - x. Convencimiento de colectivos sociales de la mala imagen externa infundada y de la necesidad de cambiarla.
 - xi. Capacidad de atracción de inversiones de grandes empresas.
 - xii. Posesión de una marca reconocida: Campo de Gibraltar.
 - xiii. La diversidad y proliferación de medios de comunicación.
 - xiv. Valores culturales e históricos de primer nivel: Baelo Claudia, Carteia, Festival del Corto de San Roque, Festival de Cine Africano de Tarifa, Festival Internacional de Música de Jimena, pinturas rupesres en distintos municipios del Campo de Gibraltar, ferias...
 - xv. Interlocución fluida que ha propiciado un alto nivel de concertación entre los agentes sociales.
 - xvi. Acuerdo de Concertación Villa de Los Barrios.
 - xvii. Resultados positivos del Sercla.

- d. **OPORTUNIDADES** (elementos <u>externos</u> al Campo de Gibraltar que pueden afectar <u>positivamente</u> a su imagen)
 - i. Ponderación de la actividad industrial y portuaria comarcal en los contextos andaluz y nacional.
 - ii. Presencia constante de turismo nacional e internacional en Tarifa y San Roque.
 - iii. Determinados efectos positivos de la proximidad del Magreb (multiculturalidad, turismo...)
 - iv. Tránsito constante de personas hacia Gibraltar y el Magreb.
 - v. Foro de Diálogo sobre Gibraltar (desarrollo de la utilización conjunta del aeropuerto).
 - vi. Identificación internacional de su condición de Puerta de Europa.
 - vii. Emergente interés por la comarca por parte de las Administraciones Autonómica y Central.
 - viii. Desarrollo y aumento del poder decisorio de las estructuras descentralizadas de la Administración General del Estado y de la Junta de Andalucía.
 - ix. Proyecto del Campus Tecnológico de Algeciras.
 - x. Zona de Actividades Logísticas Bahía de Algeciras.
 - xi. Plan de Actuación de La Almoraima (turismo rural, productos ecológicos, desarrollo sostenible).

2. <u>Públicos objetivo de la Iniciativa y acciones a emprender.</u>

a. Administración Autonómica

- i. Invitar a la Subdelegación del Gobierno de la Junta de Andalucía en el Campo de Gibraltar a que actúe como principal impulsor de la Iniciativa.
- ii. Solicitar el respaldo explícito a la Iniciativa por parte del presidente de la Junta de Andalucía.
- iii. Solicitar a los responsables de la Administración Autonómica moderación y proporcionalidad en el tratamiento de los episodios medioambientales que pudieran ocurrir en nuestra bahía.
- iv. Solicitar a los representantes políticos e institucionales del ámbito regional que en sus intervenciones públicas se hagan eco también de los valores positivos de la comarca.
- v. Instar a los máximos representantes de la Administración Autonómica a que asistan a los acontecimientos de especial relevancia positiva para la imagen de la comarca.
- vi. Transmitir a los responsables de la Junta de Andalucía, la idea de que el desarrollo de nuestra comarca, en los ámbitos portuarios e industrial, beneficia también al desarrollo de la provincia y de la comunidad autónoma.
- vii. Apoyar decididamente el desarrollo del puerto de Algeciras, a semejanza de lo que otros gobiernos autonómicos hacen con sus puertos (en especial Valencia y Barcelona).
- viii. Involucrar a los partidos políticos en el ámbito autonómico y a sus representantes.

b. Administración Central

- i. Solicitar a los responsables de la Administración Central moderación y proporcionalidad en el tratamiento de los episodios medioambientales que pudieran ocurrir en nuestra bahía.
- ii. Solicitar a los representantes políticos e institucionales del ámbito estatal que en sus intervenciones públicas se hagan eco también de los valores positivos de la comarca.
- iii. Instar a los máximos representantes de la Administración Central a que asistan a los acontecimientos de especial relevancia positiva para la imagen de la comarca.
- iv. Solicitar al Ministerio de Asuntos Exteriores que traslade el espíritu de esta Iniciativa a las autoridades de Reino Unido, de Gibraltar y de Marruecos, con el fin de comprometerles en el mensaje y en aquellas medidas y acciones que les afecten.
- v. Involucrar a los partidos políticos en el ámbito estatal y a sus representantes.

c. Administraciones Local y Provincial

- i. Incorporar a la Iniciativa los valores de cada uno de los Municipios del Campo de Gibraltar que pudieran contribuir a la mejora de la imagen de la comarca.
- ii. Solicitar la participación de la Mancomunidad de Municipios del Campo de Gibraltar y de la Diputación Provincial de Cádiz en el diseño y desarrollo de esta Iniciativa
- iii. Realización de algún pleno de la Mancomunidad en alguna sede industrial.
- iv. Realización de visitas del plenario de la Mancomunidad a la industria.
- v. Alentar un compromiso que aúne esfuerzos para que la Mancomunidad se convierta en institución representativa real que reduzca la falta de peso de la comarca en la provincia y la comunidad.
- vi. Invitar a los representantes de los distintos municipios de la comarca a suscribir compromisos públicos que incluyan:
 - 1. un reconocimiento institucional de los valores naturales de la comarca y de la bahía y
 - 2. un compromiso de excluir de la pugna política los episodios medioambientales, con el fin de evitar el deterioro de nuestra imagen interior y exterior.

d. Medios de comunicación locales

- i. Organizar acciones formativas en materia medioambiental destinadas a los profesionales de los medios.
- ii. Recabar de los responsables de los distintos medios de comunicación locales el compromiso de que se contrasten, antes de su publicación, todas las noticias medioambientales que pudieran dañar la imagen de la comarca, salvaguardando en todo momento la irrenunciable libertad de prensa y de expresión, así como la independencia de los medios.
- iii. Suscribir acuerdos de colaboración para la difusión de campañas o mensajes publicitarios sobre aspectos de la imagen positiva de la zona.
- iv. Involucrar a los profesionales de la comunicación en el éxito de la Iniciativa (sesiones informativas en los distintos medios, foro de propuestas en las redacciones...).
- v. Fomentar reuniones periódicas entre los medios de comunicación, tanto con directores como con redactores y los responsables de los departamentos de comunicación de las industrias e instituciones.

e. Agencias de información

i. Establecer acuerdos de colaboración con las agencias de información para mejorar sus estructuras comarcales con el fin de que, entre otros aspectos, se establezcan cauces permanentes de comunicación entre éstas y las instituciones y empresas de la comarca para facilitar el contraste de la información que llega a las agencias y la divulgación de las noticias positivas que se generen en la zona.

- f. Medios de comunicación regionales y nacionales
 - i. Invitar a los directores y redactores especialistas de los medios de comunicación regionales y nacionales, a través de los corresponsales locales, a visitar la comarca, para que puedan conocer directamente sus excelencias.
 - ii. Invitarles a que reflexionen sobre la difusión de reportajes realizados por productoras externas, cuyo objetivo es aumentar la audiencia al amparo de "noticias alarmantes", para lo que no dudan en someter la realidad a su expectativa de contenido.
 - iii. Suscribir acuerdos de colaboración para la difusión de campañas o mensajes publicitarios sobre aspectos de la imagen positiva de la zona.
 - iv. Manifestar nuestro rotundo rechazo cada vez que se emitan programas o noticias de nuestra comarca claramente tendenciosas y faltas de veracidad.
 - v. Apoyar una mayor presencia de las delegaciones de los medios de comunicación regionales y nacionales en la comarca.
 - vi. Realización de programas nacionales, regionales, en directo de las diferentas cadenas de radio, en diferentes zonas de la comarca.
- g. Organizaciones empresariales y sindicales y Cámara de Comercio.
 - i. Establecer el compromiso por parte de las empresas e instituciones que pudieran estar involucradas en episodios noticiables canales permanentes de comunicación con los distintos medios locales, regionales y nacionales y con las agencias de información.
 - ii. Difundir mecanismos de mediación (Sercla, Mesa de Interlocución Permanente...) que propicien el acuerdo frente al conflicto (huelgas, concentraciones, movilizaciones, disminución de la productividad).
 - iii. Incrementar el número de estudios de evaluación de los impactos económicos y sociales que genera la actividad que se desarrolla en la comarca y su difusión.

h. Grupos ecologistas

- i. Facilitar a los grupos ecologistas el acceso a la información en los asuntos de su interés.
- ii. Establecer foros de encuentro.
- iii. Establecer mecanismos de participación en los aspectos medioambientales de los proyectos que se acometan en la comarca.
- iv. Solicitar su compromiso para evitar que responsables foráneos de las organizaciones ecologistas protagonicen declaraciones sobre la comarca, en las que por desconocimiento hacen afirmaciones que no responden a la realidad, con el fin de acaparar titulares.
- v. Canalizar adecuadamente las respuestas a informaciones y manifestaciones infundadas de los grupos ecologistas.

i. Centros de educación

i. Dar a conocer entre los estudiantes de todos los ámbitos (primaria, secundaria, bachillerato y ciclos formativos,

- universidades y formación ocupacional) las actividades industrial, portuaria y turística que se desarrollan en nuestra comarca.
- ii. Aprovechar los cursos de verano de San Roque y de otoño de Algeciras para difundir los elementos de sostenibilidad que incorporan las actividades industrial y portuaria que se desarrollan en nuestra comarca
- iii. Establecer acuerdos de colaboración con la Universidad para el desarrollo de proyectos que permitan conocer con rigor científico las verdaderas condiciones medioambientales de nuestro entorno y su comparación con otros homologables.
- iv. Fomentar acuerdos entre empresas y Universidad para el desarrollo y la investigación que contribuyan a la mejor difusión del potencial industrial, portuario y turístico del Campo de Gibraltar.
- v. Rechazar con rotundidad cualquier utilización de la institución universitaria para apoyar y difundir tesis sobre el deterioro ambiental de nuestra bahía cuando éstas se planteen de forma tendenciosa o con falta de rigor y exigir en cada caso las rectificaciones que procedan.
- vi. Propiciar presentaciones de la realidad socioeconómica de la comarca en los últimos ciclos de formación universitarios nacionales (grados, posgrado y masters).

j. Acción interna en las empresas

- i. Establecer mecanismos de comunicación interna para dar a conocer entre sus plantillas los valores de sostenibilidad de las actividades propias
- ii. Fomentar la implantación en las empresas del modelo de gestión basado en la Responsabilidad Social Corporativa (memorias medioambientales...).
- iii. Instar a las empresas a que fomenten políticas internas de motivación e identificación con su actividad y su entorno.
- iv. Organizar acciones formativas en técnicas de comunicación para los portavoces de las empresas.

k. General

- i. Emprender acciones que tengan por finalidad mejorar la valoración que los ciudadanos del Campo de Gibraltar otorgan a su propio territorio..
- ii. Propiciar visitas de personalidades políticas y científicas al Campo de Gibraltar y organizar con ellas foros de encuentros que permitan elevar el nivel de debate actualmente existente en la comarca
- iii. Solicitar a la Cámara de Comercio el uso de la marca registrada Campo de Gibraltar o creación de una nueva.
- iv. Desarrollo de la Iniciativa:
 - 1. Elección de un lema.
 - 2. Diseño y difusión de mensajes.
 - 3. Ejecución de acciones específicas.
 - 4. Seguimiento y evaluación de resultados