

Las escuelas taller del Intra acogerán empresas del sector creativo

La rehabilitación se acometerá en 2010 y tendrá un coste de 3 millones de euros

El Ayuntamiento y el Principado negocian la cesión de sus 2.500 metros cuadrados

J. ESCUDERO / I. V. GIJÓN

El Ayuntamiento prevé rehabilitar el próximo año las dependencias del Intra en las que hasta hace un par de años se encontraban las escuelas taller municipales, para dar cabida en este espacio a empresas del sector de la industria creativa, audiovisual y de la comunicación. Se trata de una operación de cirugía similar a la que se está llevando a cabo con cargo a los fondos estatales de inversión local en otro de los edificios del Intra, de 3.000 metros cuadrados. En este caso la actuación afectará a una superficie aproximada de 2.500 en las dos plantas del bloque Norte del mismo inmueble en el que se ubica la delegación gijonesa de la Universidad Neacional de Educación a Distancia (UNED).

El proyecto está a la espera del cierre de la negociación entre el

Ayuntamiento y el Principado, titular del edificio, para la cesión de este espacio, si bien fuentes municipales aseguraron a EL COMERCIO que ya existe un principio de acuerdo en este sentido. «En cuanto tengamos la confirmación, inmediatamente pondremos en marcha la redacción del proyecto». La inversión rondará los tres millones de euros, ligeramente superior a la destinada al edificio ahora en obras, si bien aún no se ha definido cómo se financiará, a expensas del anunciado segundo 'plan Zapatero', así como del plan autonómico de inversiones locales.

La intención es acometer un modelo de rehabilitación «conservando la estética del edificio, en

consonancia con su entorno, pero adaptar su interior para que pueda ser usado por empresas del sector creativo». Sus futuros inquilinos, a modo de residencia empresarial, la ocuparán en régimen de alquiler. Si bien se desconoce por cuánto se cederá al Ayuntamiento el uso de este espacio, será un periodo «bastante amplio», aunque inferior a los 50 años durante los que se ocupará el edificio del Intra ya en obras.

Hasta hace dos años la nave que se prevé reformar fue utilizada como sede de las escuelas taller municipales, pero hoy tan sólo se

La reforma respetará la estética del edificio en consonancia con el entorno

limita a espacio de almacén de alguno de los materiales utilizados en esos cursos de formación. «El edificio lleva dos años parado, porque ya se valoraba su posible uso como espacio para empresas». La actuación interior afectará tanto en la planta baja como a la primera, e incluirá la necesaria dotación de equipamientos y servicios como la climatización.

Renovar la cubierta

Fuera se trabajará en la renovación de la cubierta, que hoy presenta algunos problemas de mantenimiento, se limpiará el entorno –tomado por los matorrales– y se acometerá una mejora de los viales que rodean todo el complejo del Intra para adecuarlo a su realidad próxima, con un mayor tráfico de vehículos y personas, en cuanto empiecen a operar tanto el grupo Intermark como quienes ocupen este nuevo espacio de 2.500 metros cuadrados.

El objetivo del Ayuntamiento es acometer toda la obra en un plazo similar a la que está hoy en marcha en el intra, para poder inaugurar el edificio a finales de 2010 o principios de 2011.

Segunda fase de la expansión

J. ESCUDERO GIJÓN

La de las escuelas taller del Intra supondrá la segunda fase de la expansión del Parque Científico Tecnológico fuera de sus límites. Y de nuevo se dirige a las inmediaciones de la Universidad Laboral con el objetivo de afianzar el proyecto de 'La Milla del Conocimiento', que engloba al campus, la Laboral y el parque empresarial de Cabueñes. La instalación de empresas de industria creativa en las escuelas taller se sumará a la ocupación de los antiguos dormitorios por el grupo Intermark, que engloba a seis empresas especializadas en tecnologías de la información y la comunicación y dará empleo a 200 personas.



EDIFICIOS IMPLICADOS. Vista de los inmuebles del Intra que pasarán a formar parte de la segunda expansión del parque tecnológico de Cabueñes. / JOAQUÍN PAÑEDA

Los publicistas critican el escaso plazo del concurso para idear la marca Gijón

Juzgan «irracional» convocarlo el día 1 y cerrarlo ayer

Pérez lo achaca al deseo de presentarla en octubre

M. MENÉNDEZ GIJÓN

La nueva imagen que servirá para difundir la ciudad de Gijón ha enfrentado al Ayuntamiento con la Asociación de Agencias de Publicidad del Principado de Asturias. Estos profesionales criticaron ayer los escasos plazos establecidos por la Sociedad Mixta de Turismo para que pudieran concurrir al concurso

de la difusión de la marca creada por Consultoría en Identidad y Arquitectura Corporativa (CIAC).

Los publicistas, que enviaron su queja por escrito al Ayuntamiento, explican que la convocatoria se publicó el 1 de septiembre y se hizo una sesión informativa dos días más tarde. El plazo para presentar los proyectos terminaba ayer, pero teniendo en cuenta que muchos de

los días no eran hábiles en Asturias, por lo que consideran «irracional» los plazos establecidos desde el Ayuntamiento, lo que traerá como consecuencia, opinan, «un importante deterioro en la calidad del servicio».

Por esta situación, la asociación aconsejó a sus miembros que no se presenten al concurso «ante la evidente falta de juicio de la convocatoria».

No comparte esa tesis el concejal de Promoción Económica e Innovación, José María Pérez, a la sazón presidente de la Sociedad

Mixta de Turismo. El edil indicó que la convocatoria ya fue publicada por los medios de comunicación el 28 de agosto y que en el encuentro mantenido con los publicistas «les explicamos que manejábamos plazos muy cortos para tener la marca antes de Navidad». El Ayuntamiento de Gijón prevé presentarla el próximo 19 de octubre.

Además, Pérez aseguró que, al menos, «ya son tres las empresas que han concurrido al concurso, todas ellas de Gijón, pero aún tenemos que esperar unos días para saber si se ha presentado alguna otra candidatura dentro del plazo. Se trata de la campaña de lanzamiento de la marca de ciudad y está claro que elegiremos la más adecuada. Además, llamaremos a las em-

presas que se han presentado para que expliquen sus ideas en solitario».

Prisas

El Ayuntamiento quiere adjudicar este concurso cuanto antes y se ha fijado como plazo máximo el próximo lunes. José María Pérez remarcó que «este Ayuntamiento hace concursos, a diferencia de otros, con el fin de facilitar la concurrencia de las empresas y tener las mayores opciones».

La campaña de difusión a concurso incluye tres fases diferentes para difundir la nueva marca de Gijón. La primera es expectación, con acciones misteriosas, seguida por la presentación de la marca propiamente dicha y, finalmente, una fuerte campaña publicitaria.