
y ser activo en el concepto de una ciudad colaborativa», insiste, puesto que, a su juicio, «el ciudadano es una fuente de imaginación y hay que utilizar su talento». En la misma línea destaca que «hay que contar con ellos», y más en esta época, «en la que es mucho más fácil la integración a través de las redes sociales y de los medios de comunicación». «Puesto que los ciudadanos opi-

«Los ciudadanos tienen que opinar porque luego son usuarios de la ciudad»

nan y después son usuarios de la ciudad, se cierra el círculo», concluye al respecto.

Por su parte, Iribas opina que «el ciudadano pinta poco en su aportación a la hora de crear la ciudad». «Ésta ha sido una labor de técnicos, políticos y promotores», añade. Abunda en la idea diciendo que «el crecimiento de Madrid no se ha producido por decisiones de ciudadanos». Reconoce que al ciudadano «se le engaña permanentemente, porque hasta han conseguido que le gusten los bungalós».

Para Iribas, uno de los principios básicos de la buena convivencia «es que la ciudad tiene que conseguir ser barata, para que las puedan disfrutar todas las capas sociales».

María Luisa Martínez hace hincapié en que «las *smart cities* tienen que conseguir trasladar la inquietud a las administraciones públicas, que deberían estar abiertas a las reformas a largo plazo y no pendientes de procesos electorales, que son muy cortos». «Hay que conseguir», bajo su punto de vista, «que las ciudades tengan una imagen de marca, ya que eso fomenta la atracción de empresas y de personas». Para esto, señala la importancia de establecer objetivos para la asociación público-privada, «puesto que la Administración siempre quiere mejorar la ciudad y las compañías privadas deben presentar proyectos de referencia».

En la actualidad, en opinión de Iribas, se está produciendo una paradoja. «Cuando se hacen clasificaciones de dónde hay una mejor calidad de vida se habla de Pamplona, Victoria, Gerona, Lérida, pero no veo a ciudadanos que voluntariamente se vayan a vivir a estas ciudades», explica. «¿Qué sucede?», se pregunta él mismo. «Pues que la gente se va a Madrid, Barcelona o Valencia», responde, «porque hay más acumulación y más posibilidades en el entorno que les rodea».