

El Consistorio repartirá 998.000 vídeos para promocionar las obras de la M-30

EL PAÍS - Madrid
EL PAÍS - 15-06-2006

El Ayuntamiento de Madrid ha iniciado una campaña para promocionar la reforma de la M-30. Los madrileños recibirán en los próximos días un vídeo en 3D donde se explica cómo quedará la M-30 tras las obras de modernización que lleva a cabo el Consistorio. Se ofrecerán, además, datos de movilidad tanto en las actuaciones ya concluidas como en las que terminarán.

En total, se repartirán 998.000 vídeos que serán sufragados, según un portavoz municipal, por las 12 empresas que participan en la construcción de la M-30. "Cada una de ellas desembolsará 35.000 euros", explicó este portavoz. En total 420.000 euros.

El audiovisual, que lleva por título *Madrid Calle 30, un proyecto de transformación urbana*, tiene una duración de 23 minutos y se estructura en tres bloques: el primero hace referencia al estado inicial de la antigua M-30 y el segundo analiza la situación de cada uno de los sectores en los que se divide el proyecto. La tercera parte enmarca el proyecto Calle 30 en el conjunto de actuaciones que realiza el Ayuntamiento para desarrollar un nuevo sistema de movilidad y, además, se complementa con una aplicación interactiva que facilita la accesibilidad a la información relacionada con las distintas actuaciones de Madrid Calle 30.

Según explicó el Ayuntamiento en un comunicado, este proyecto permitirá al ciudadano "conocer mejor el conjunto de las infraestructuras que se han puesto y se pondrán a su servicio en los próximos meses".

Financiado por constructoras

Asimismo, señaló que realizarán una campaña informativa sobre el audiovisual, que estará financiada por las empresas que trabajan en el proyecto: FCC, Dragados, Acciona, Ferrovial-Agromán, y OHL, entre otros.

El Servicio de Información y Atención al Ciudadano ha atendido hasta el momento a 59.355 vecinos en los puntos de información situados a pie de obra y ha recibido 23.836 consultas por teléfono y correo electrónico.

La portavoz del Grupo Socialista en el Ayuntamiento, Trinidad Jiménez, ha denunciado en repetidas ocasiones que el alcalde Alberto Ruiz-Gallardón "va a gastar alrededor de un millón de euros por kilómetro de obras" para publicitar la reforma de la M-30.

El Ayuntamiento admite que exige a las empresas constructoras adjudicatarias que destinen entre el 1% y el 2% del coste de la obra a lo que llama "atención al ciudadano". Un porcentaje desorbitado al lado del que aplican otras administraciones, según los socialistas, que señalan que Ruiz-Gallardón gastará en total unos 32,5 millones en publicitar la M-30. El Ministerio de Fomento establece un máximo del 2% en cada obra.

Los 32,5 millones de euros que el Ayuntamiento destinará a dar publicidad a la reforma de la M-30 van dirigidos, según fuentes del Consistorio, principalmente a las casetas de información ciudadana próximas a las obras de la M-30.

http://www.elpais.es/articulo/madrid/Consistorio/repartira/998/000/videos/promocionar/obras/M-30/elpepautmad/20060615elpmad_1/Tes/

DURAS CRÍTICAS AL ALCALDE

La oposición exige la "suspensión inmediata" de la campaña de imagen de Gallardón sobre la M-30

15.06.2006

La oposición en el Ayuntamiento de Madrid ha exigido la "suspensión inmediata" de la campaña propagandística del alcalde, Alberto Ruiz Gallardón, sobre las obras de la M-30, consistente en el buzoneo de un millón de vídeos. El grupo municipal de IU la considera un "acoso al ciudadano". Para el PSOE, el audiovisual "no servirá para ocultar la realidad de un Madrid desquiciante y de un Gobierno municipal prepotente y sordo a las quejas de los ciudadanos".

Ante el anuncio de la distribución de un vídeo sobre la remodelación de la M-30, el grupo municipal de IU de Madrid anunció que exigirá la "suspensión inmediata de la campaña institucional de acoso al ciudadano anunciada por el Ayuntamiento", y afirmó que a raíz de una propuesta de la portavoz de este grupo, Inés Sabanés, su homólogo en el PP, Manuel Cobo, admitió, tal y como figura en el diario de sesiones, que el artículo 4 de la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional afectaba a las corporaciones locales.

Según IU, el tenor literal de este artículo prohíbe campañas "que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados" por las administraciones. "En el caso que nos ocupa -explicó Sabanés- el incumplimiento es aún más extravagante pues no se venden los logros sino que se ofrece un relato de ciencia ficción de cómo quedará, presuntamente, la obra cuando se termine".

"El alcalde de Madrid debería, por lo menos, tener cierta sensibilidad y evitar a los miles de vecinos que están padeciendo las incesantes molestias tener que encontrarse en su buzón con esa broma de pésimo gusto", según Sabanés, quien recordó también que "por muchas artimañas que busque el equipo de Gobierno para justificar que esta ronda corre a cargo de las empresas, benefactoras de una obra que les engrosará de forma espectacular su facturación, el dinero de este proyecto cada vez más descabellado pese a la ofensiva de propaganda, por tierra, mar y aire, en este caso por escrito, por audio y por medios visuales, sale del bolsillo de los madrileños".

"Aquí la obra y toda la parafernalia la pagan los ciudadanos, de eso no hay duda, y si son las empresas privadas y es el Ayuntamiento quien facilita los censos y colabora en la distribución la cosa es aún más grave pues se acentúa esa confusión entre lo público y lo privado que tanto caracteriza la política del PP", concluyó la portavoz de IU.

GOBIERNO MUNICIPAL "PREPOTENTE"

Por su parte, el portavoz adjunto del grupo municipal socialista de Madrid, Óscar Iglesias, aseguró que el alcalde, Alberto Ruiz-Gallardón, "está nervioso y piensa que gastándose más de 66.000 euros al día en publicidad logrará ocultar el malestar ciudadano", refiriéndose así a la distribución de un vídeo por parte del Ayuntamiento para promocionar las obras de la M-30.

Según Iglesias, el audiovisual sobre este proyecto del que se han hecho 998.000 copias "no servirá para ocultar la realidad de un Madrid desquiciante y de un Gobierno municipal prepotente y

sordo a las quejas de los ciudadanos".

Por todo ello, el PSOE ha hecho una pregunta a la Comisión de Hacienda para saber cuál es el coste del DVD titulado 'Madrid Calle 30, un proyecto de transformación urbana', porque, a su juicio, el regidor "usa el dinero para hacerse autobombo".

Finalmente, Iglesias acusó al PP de mentir y le recordó que en el último Pleno los populares subrayaron que las empresas concesionarias gastaban 14 millones de euros en publicidad y sin embargo ahora reconocen que emplean entre 1 y el 2 por ciento en publicidad, lo que supone un gasto de 32 millones de euros.

<http://www.madridpress.com/content/view/13113/37/>