PSC. El nou Zoo marí, el Zoo del Coneixement

El zoo de Barcelona té una vida de 116 anys, i des dels seus inicis ha tingut voluntat científica i de servei públic. El Zoo ha estat sempre un espai familiar de ciutat, del qual avui són sòcies més de 29.000 famílies.
Molts zoos, i el de Barcelona n'és un, han evolucionat notablement cap a veritables centres de conservació i de recerca. El de Barcelona forma part de les xarxes de zoos més avançades europees i mundials, en què han de seguir els preceptes d'educació, entreteniment, conservació i investigació. Per al nostre Zoo també són importants la informació, el coneixement i la cultura, seguint criteris de sostenibilitat, responsabilitat social i respecte del medi ambient. Amb aquests valors ampliarem el Zoo de la Ciutadella i crearem el nou Zoo marí.
El nou Zoo marí permetrà finalitzar la transformació litoral de la ciutat iniciada amb el Fòrum i alhora serà un espai educatiu, cultural, de coneixement i de lleure. L'adequació del seu entorn facilitarà l'acabament del passeig marítim i formalitzarà la connexió mitjançant l'espai públic de ciutat Vella i el Fòrum a través del front costaner, amb una superfície de 8,7 Ha, de les quals 5,7 són espai guanyat al mar.
El nou Zoo serà un referent per a la Barcelona del coneixement. Per això s'incrementarà la cooperació entre institucions científiques, conservacionistes i universitàries, i es racionalitzarà l'ús de recursos limitats per actuar també globalment. Aquest nou espai de natura oferirà informació, coneixement i cultura, i actuarà per la conservació de la biodiversitat fent paleses les conseqüències del canvi climàtic. Estem convençuts que aquest serà un espai que contribuirà a donar identitat a la Barcelona del futur per la seva singularitat i qualitat.
Volem que el zoo continuï sent un espai per a les famílies, per a l'esbarjo i l'oci creatiu, formador i sensibilitzador, que faciliti una estimulació per al coneixement al mateix temps que creï vincles emocionals amb els barcelonins i barcelonines.

Carles Martí i Jufresa

CIU. Visca la publicitat!

La situació econòmica es complica. Creix l'atur; les empreses que desapareixen en els primers quatre mesos de l'any en curs tripliquen el nombre de les que es creen en el mateix període; els preus del petroli i l'energia es disparen i provoquen el repunt de la inflació en taxes que feia anys que no vèiem; el tipus d'interès a partir del qual es renoven les hipoteques es desboca, fet que afegit a l'encariment de productes tan bàsics com el pa, la llet i altres aliments, comença a repercutir en l'economia domèstica fins al punt que cada cop un nombre més gran de famílies ja tenen problemes per arribar a final de mes. **Aquest procés de desacceleració econòmica durarà uns quants mesos i farà necessaris, en tots els nivells, ajustaments, retallades i renúncies**.
Le administracions haurien de donar exemple i ser les primeres a ajustar les seves despeses i demostrar rigor i austeritat. **Però ara, sense cap vergonya, l'Alcalde Hereu ha decidit gastar-se en només 5 setmanes gairebé 1,7 milions d'euros en una campanya publicitària que té com a lema el gens original joc de paraules de la frase "Visc a Barcelona"**. Una campanya que amb l'excusa de promocionar l'orgull dels barcelonins només busca reforçar la imatge de l'Alcalde i el seu Govern en el moment en què té els índexs de confiança i credibilitat més baixos de la història.
L'Ajuntament que dirigeix Hereu es va gastar l'any passat en publicitat un 131 per cent més del que havia previst. Al pressupost figurava una despesa de 5 milions d'euros, però ara han reconegut que es van gastar 11,6 milions, una barbaritat. **En moments de dificultats, "Visca la publicitat!", s'estima més cridar Jordi Hereu. Des de CiU creiem que el model centrat en la propaganda i la despesa publicitària està esgotat, i el que ara toca, per reforçar l'orgull i la confiança, és donar més i millors serveis.**

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

PPC. Prioritats equivocades

Des de fa anys, l'Ajuntament de Barcelona s'ha caracteritzat pel fet de tenir **alcaldes amb prioritats equivocades**. L'anterior alcalde, Joan Clos, va deixar la seva empremta amb esdeveniments com el Fòrum 2004, així com les vinyes municipals de Can Calopa; l'hotel Miramar; la gran maquinària recaptadora de la grua i les àrees verdes d'aparcament; o els milions gastats en publicitat.
El problema és que **Jordi Hereu, com a bon hereu de Clos, ha ampliat la llista de prioritats errònies**. Ha dedicat **quasi dos milions d'euros a la campanya Visca Barcelona!**; ha eliminat arbres per crear una gegantesca muntanya russa al Tibidabo; ha polititzat el castell de Montjuïc; i segueix ampliant les àrees verdes d'aparcament en zones innecessàries.
Cabe recordar, que al gasto de la campaña Visca Barcelona!, debemos sumar los **11 millones de euros gastados en publicidad durante el 2007** por el equipo de gobierno municipal, el doble de lo previsto inicialmente. Por ello es necesaria la creación de una Comisión que controle los excesos en publicidad del Consistorio y que **garantice que el dinero** de los barceloneses **no se gasta en campañas de autobombo**.
Es necesario un **nuevo modelo de gobierno municipal que invierta en las personas y los barrios, dejando atrás las campañas publicitarias**. Es necesario elaborar un Plan de ocupación laboral, ofrecer mejores servicios; desarrollar la Ley de la Dependencia; más plazas de guardería y una educación de calidad, tanto en catalán como en castellano; más Guardia Urbana y Mossos para garantizar la seguridad; un nuevo Plan de Inmigración para que sea legal e integrada; así como mejorar las infraestructuras y la financiación de Estado y Generalitat. Ésta es **la verdadera Barcelona** de todas las personas y no la imagen de un anuncio que olvida las principales prioridades que preocupan a la gente.

Alberto Fernández Díaz

ICV-EUiA. Una cinquantena d'equipaments per a gent jove de Barcelona

La gent jove de Barcelona estrena Pla d'Equipaments Juvenils, un pas fonamental perquè els i les joves de la nostra ciutat esdevinguin ciutadanes i ciutadans de ple dret, ja que aquests equipaments els han de permetre vehicular els seus interessos, fomentar la seva creativitat, l'oci alternatiu i, el que és més important, construir els seus projectes participatius i associatius.
El Pla d'Equipaments Juvenils de Barcelona 2008-2015 té el seu origen en el procés participatiu del Pla Jove 2006-2010, orientador de la política de joventut de l'Ajuntament de Barcelona per a aquest període, i que preveia l'elaboració d'un pla d'equipaments que donés resposta a les necessitats i demandes de la població adolescent, de 12 a 15 anys, i de la gent jove, d'entre 16 i 29 anys.
Amb l'horitzó del 2015, el Pla d'Equipaments que s'acaba d'aprovar des la regidoria que encapçala Elsa Blasco defineix els models de servei i programes funcionals dels tres tipus d'equipaments juvenils bàsics per a la promoció social i associativa: els punts d'informació juvenil, els casals de joves i els espais joves. La inversió prevista de prop de 14 milions d'euros ens permetrà desplegar en els propers anys els 12 punts d'informació juvenil, 17 casals de joves, 12 espais joves, 5 serveis d'informació i assessorament especialitzat (habitatge, treball, associacionisme, mobilitat europea i formació acadèmica) i 2 espais joves especialitzats (música i associacionisme) que preveu aquest ambiciós Pla d'Equipaments Juvenils. Prop de 50 equipaments que estaran distribuïts per tots els districtes de la ciutat i que, sobretot, han de ser pensats amb la gent jove i per a la gent jove de Barcelona. Perquè són ells i elles qui hauran d'omplir de contingut aquests equipaments. Des del govern municipal, seguirem treballant-hi plegats per fer-ho possible.

Ricard Gomà i Carmona

ERC. El Carmel, pensar en el detall

La primera vegada que es va parlar del terme "microcirurgia urbana" a Barcelona va ser al Raval, un barri amb una densitat i unes característiques socials complexes, però que avui és considerat un dels punts més cool de la ciutat. En aquell indret –deixant a banda la rambla– es va aplicar el que s'ha anomenat microcirurgia per identificar una intervenció urbanística al detall, pensant en les peculiaritats i especificitats d'aquella trama urbana. El Carmel, salvant totes les distàncies, fa pensar ara en aquest format urbà per la manera com s'ha d'actuar, és a dir, pensant en el detall. Des del primer dia en què el nostre grup municipal va rebre el projecte encarregat pel govern municipal, vam considerar que la millor forma d'enfocar el tema era comptant amb la complicitat dels seus residents. A diferència del Raval, on el que es pretenia era sanejar i esponjar el barri, en el Carmel el que pren força és la seva gent i la naturalesa de l'indret. Després de mantenir diversos contactes amb veïns i tècnics, hem arribat a un acord que recull la majoria de sensibilitats. El procés negociador ens ha permès que s'admetessin els principals punts que ERC reclamava, com ara la reducció d'un 20% del nombre d'habitatges afectats previstos, generar suficient habitatge per allotjar els afectats, augmentar fins al 60% l'habitatge protegit, reduir el temps de l'execució i la inversió de l'obra de 12 a 8 anys i evitar hipotecar l'obra a expenses de decisions privades. A partir d'ara, a més, deixarem de parlar d'infrahabitatge i, molt important, després de quaranta anys d'afectació dels Tres Turons, una part de la qual limita amb el Carmel, hem aconseguit el compromís del govern per fer una aprovació inicial a la tardor. Aquesta és l'autèntica política de barris que prioritza el que és important per davant de l'urgent.

Jordi Portabella i Calvete