

El Ayuntamiento estrena un proceso participativo para que los ciudadanos digan la suya sobre temas de interés público a través de internet

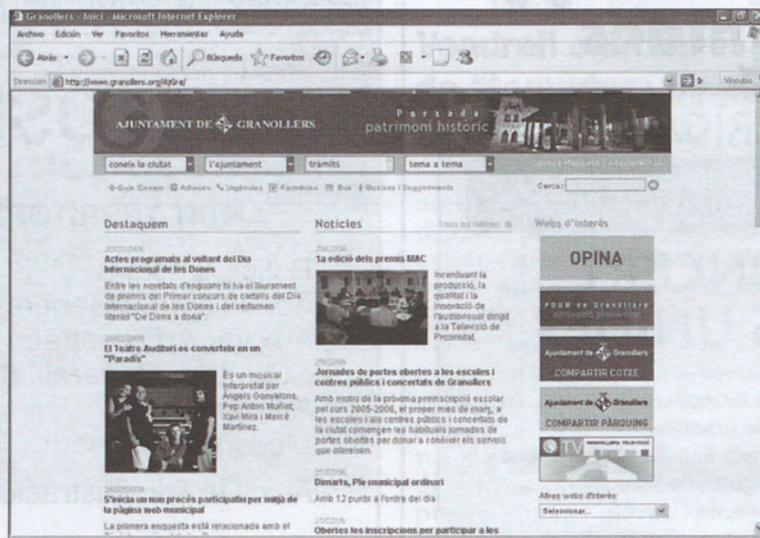
Opinar con un 'clic'

JAUME RIBELL

Debatir a través de foros de internet, enviar cartas a los políticos municipales, responder cuestionarios sobre temas de actualidad, iniciar o sumarse a recogidas de firmas o simplemente informarse sobre temas de interés público: esas serán algunas de las funciones del proyecto Consensus al que se ha adherido el Ayuntamiento de Granollers.

De momento, la web municipal (www.granollers.org) cuenta ya con un enlace (situado en la esquina superior derecha) clicando sobre el cual se accede al nuevo servicio. Se trata de una herramienta informática para fomentar los procesos participativos aprovechando las ventajas que supone el uso de internet. Así, cualquier ciudadano podrá a partir de ahora opinar sobre todo aquello que le preocupe con un simple clic, desde su casa.

La primera prueba piloto de este nuevo sistema se hizo en 2003, con una consulta popular sobre cuestiones relacionadas con la movilidad. Y entonces se recibieron más de 200



Un enlace en la parte superior derecha de la web www.granollers.org permite acceder al nuevo servicio.

aportaciones que fueron tenidas en cuenta en ese aspecto a la hora de elaborar el Plan de Ordenación Urbana Municipal (POUM). "Pero era un proyecto que se había quedado parado", apunta la regidora de procesos estratégicos y participativos, **Isabel Alcalde**. Por lo que el Ayuntamiento ha decidido adherirse definitivamente al proyecto, "para así tener una nueva herramienta de consulta ciudadana. Así como tenemos ya el Consell

de la Gent Gran o la Taula d'Accollida, de esta forma podemos recoger también la opinión de la franja de población internauta".

Desde esta misma semana ya puede encontrarse en la web municipal el primero de los cuestionarios: un test relacionado con el Día Internacional de la Mujer (a celebrar el 8 de marzo), elaborado por la Oficina Tècnica del Plan para la Igualdad de Oportunidades mujer-hombre. En él se en-

cuentran una quincena de preguntas sobre la figura de la mujer, discriminación, conciliación de la vida laboral y familiar y el papel femenino en la sociedad.

Posteriormente, se irán renovando "cada mes o mes y medio" los cuestionarios, "y la idea es hacerlos más cortos y rápidos que éste", apunta Alcalde. "Primero se recogerán las propuestas de todos los servicios municipales, para conocer el punto de vista de los ciudadanos en los problemas que más les preocupen en cada campo. Y más adelante se prevé ampliar también las consultas a asociaciones y entidades locales". Una vez terminada cada consulta, los resultados serán expuestos públicamente en la misma web.

En la comarca son dos los consistorios que se han sumado ya al proyecto (Granollers y Cardedeu). Y de momento, ya hay otra decena que se han unido a la iniciativa: Manresa, Mataró, Terrassa, Rubí, Sabadell, Sant Feliu de Llobregat, Vic, Sant Cugat, Barberà y Badalona. La finalidad es crear una red de información, opinión y consulta ciudadana, administrada por los propios ayuntamientos. Este proyecto ha sido promovido por tres entidades (Localret, Institut Català de Tecnologia y Fundació Jaume Bofill), con la colaboración del Departament de Governació i Administracions Públiques de la Generalitat, y del Ministerio de Ciencia y Tecno-

Granollers acoge la presentación sectorial de la Xarxa de Mercats Municipals, que engloba a 136 mercados de toda la provincia

La Diputación lanza una campaña para promocionar los mercados municipales

JAUME RIBELL

Promocionar una compra sana y equilibrada basada en la calidad de los productos de mercado: esa es la principal finalidad de la campaña que la Diputación lanzará para promocionar los mercados municipales y que se presentó esta semana en el CTUG de Granollers. Se trata de la iniciativa más destacada de las diversas que tiene en cartera la llamada Xarxa de Mercats Municipals, un organismo sectorial que engloba a 136 mercados de 60 municipios de toda la provincia de Barcelona, y del que el Ayuntamiento de Granollers es miembro fundador.

De hecho, el acto sirvió también como carta de presentación de dicho organismo ante la cuarentena de paradistas del Mercat de Sant Carles, cuya reforma sigue encima de la mesa. Precisamente otra de las iniciativas presentadas para explicar la labor de la Xarxa de Mercats es la elaboración de un 'Libro blanco' de mercados municipales. O lo que es lo mismo, una especie de guía de reformas "sobre cómo podemos hacer el mejor mercado posible", en palabras del gerente de la Xarxa, **Albert Forcades**. Es decir, una especie de estándar sobre el que se irán añadiendo las particularidades de cada mercado asociado para convertirlos en "mercados mo-

dernos y competitivos para ser un motor de la economía local".

Forcada recordó los 136 mercados asociados "son un gran grupo sectorial que siguen siendo la primera referencia de compra para el 50% de clientes". Aún así, el auge que han vivido en las últimas décadas las grandes superficies ha restado clientela al mercado tradicional. Y la tarea de la red es conjuntar esfuerzos para "ganar cuota de mercado: no sólo fidelizar a la gente que ya compra allí, sino ganar nueva clientela".

Por ello se presentaron también iniciativas como crear una marca 'Mercats' única para todos los asociados, poner stands callejeros don-

de se den vales de regalo bajo la condición de comprar en los mercados, mejoras en las señalizaciones urbanas o álbumes de cromos para los más pequeños que deberán completar con una serie de juegos en sus visitas al mercado. Asimismo se está pensando en fomentar la venta a domicilio y las tarjetas de fidelización.

Dada su envergadura, la campaña no tiene aún calendario ni presupuesto fijado: "No hay recursos para hacerla de golpe en todos los sitios, así que iremos por zonas", afirmó Forcades, que en todo momento estuvo acompañado por el regidor de Promoción Económica, **Jaume Profitós**, y el de Vía Pública, **Josep M. Junqueras**. Aún así, se espera que en junio se puedan a empezar a implantar algunas de estas iniciativas (como los álbumes de cromos) y que de cara a septiembre se empiece a implantar la campaña en sí misma, aunque no se ha decidido aún cuáles serán los primeros mercados en acogerla.