

Satisfacción municipal por el resultado de la campaña de limpieza

«Se ha limpiado Bilbao como nunca se había hecho antes»

Los resultados de la campaña extraordinaria de limpieza, realizada en Bilbao entre el 17 de octubre y el 15 de este mes, han satisfecho al Ayuntamiento. El objetivo, «dejar las calles como estaban antes de las inundaciones», en palabras del concejal-delegado de Limpieza, Ignacio Ortiz, se ha cumplido. Bilbao vuelve a estar como antes, con los mismos problemas de limpieza a los que estamos acostumbrados.

G. Carrera

Las concentraciones de polvo y los montones de escombros, los últimos vestigios de las inundaciones de agosto que quedaban en las calles, han desaparecido de las zonas del municipio más afectadas. La operación extraordinaria de limpieza, una campaña de choque que ha durado aproximadamente un mes, ha llegado también a las zonas de la capital que no sufrieron la violencia de las riadas directamente. Estos son los resultados más significativos. «Se han conseguido los fines previstos —dijo el concejal de Limpieza, ayer en rueda de prensa— dejar Bilbao en la situación de limpieza anterior a las inundaciones». «Se ha limpiado Bilbao —apostilló uno de los capataces que han dirigido la operación— como no se había limpiado nunca».

En las calles, sin embargo, quedan todavía cerca de 500 coches que quedaron destrozados por el agua y el barro. El servicio de Limpieza, según explicó el ingeniero-jefe, Julián Uriarte, no se ha ocupado de ellos al encontrarse con los inevitables trámites legales para la retirada de vehículos abandonados por sus dueños y con un problema de falta de terrenos donde depositarlos para luego proceder a su subasta. Los 500 coches destrozados y otros muchos abandonados desde tiempos

más remotos en las calles bilbaínas, continúan donde están o simplemente han sido cambiados de lugar para facilitar las operaciones de limpieza viaria. La Administración municipal no ha sido suficientemente hábil hasta ahora para resolver este problema.

Operaciones

La campaña extraordinaria ha consistido básicamente en la limpieza de sumideros pluviales, riegos mecánicos con vehículos, barridos manuales, recogida de escombros, barridos mecánicos, baldeos, limpieza secundaria de los sumideros afectados por las operaciones, instalación de papeleras, limpieza de carteles de las fachadas y retirada de las acumulaciones de residuos.

En total, han intervenido en las operaciones 182 trabajadores, de los que 114 fueron contratados a través de la oficina de empleo, que, con el material necesario y 32 vehículos, han efectuado 144 recorridos por las calles del municipio. A lo largo de la campaña se han recogido 1.979 toneladas de residuos sólidos, se han limpiado de carteles 21.000 metros cuadrados de superficie de fachadas, vertido 14.000 metros cúbicos de agua, desplazado 20.000 vehículos para facilitar las operaciones y colocado 1.132 papeleras. El costo de la campaña ha sido de unos

50 millones de pesetas, 6 menos de lo previsto inicialmente.

Cosa que, sin embargo, no se ha conseguido, a pesar de la campaña paralela de propaganda e información llevada a cabo, es la colaboración del vecindario. Este es un dato significativo de cara a los planes que tenga el Ayuntamiento para conseguir mayor limpieza en las calles. Los requerimientos a los propietarios de vehículos para que aparcasen fuera de los recorridos de la campaña, para poder limpiar las esquinas de las calzadas, han sido continuos y, sin embargo, la respuesta pobre.

Para los servicios de limpieza, la colaboración ciudadana ha sido buena en zonas como la Peña, el Peñascal, Casco Viejo, Recaldeberri, Churdinaga, etc., aunque el número de vehículos retirados por sus propietarios no sobrepasó el 50% en el mejor de los casos. En otras zonas, del centro en particular, la respuesta ciudadana a la hora de retirar los vehículos ha llegado a ser nula. Paradójicamente, la rapidez en la organización de la campaña vino motivada por «aprovechar —se dice en el informe presentado por el servicio de Limpieza— el excelente grado de colaboración demostrado durante las inundaciones».

Suciedad péremne

Buena parte de la rueda de prensa giró sobre los planes de futuro que tiene el Ayuntamiento para ganar en limpieza viaria. A pesar de que el gasto más importante después del de personal, cerca de 1.500 millones de pesetas, lo dedica a la limpieza viaria y de edificios municipales y escuelas, y que de vez en cuan-



Tras la campaña de limpieza última, Bilbao ha recuperado su aspecto habitual.

do realiza alguna campaña de choque, Bilbao sigue siendo una ciudad sucia. El problema es complejo y en él juegan cuestiones como el nivel de concienciación de la Corporación de turno y del propio vecindario, la capacidad operativa de los servicios competentes, etc.

«Bilbao tiene un aspecto sucio —dijo el ingeniero-jefe de Limpieza, Julián Uriarte— por características propias, por su situación urbanística y porque de día tiene muchos más habitantes de los que en realidad viven en la ciudad». Para el concejal-delegado de Limpieza, «el caos no es tanto como parece. Se está trabajando, prueba de ello es que el Ayuntamiento dedica mucho dinero a la limpieza normal de conservación y mantenimiento, y se harán más cosas».

En primer lugar, la Corporación tiene en cartera un ajuste de cierta importancia en el cumplimiento de sus propias ordenanzas de Limpieza, cuya exigencia siempre ha dejado que desear, entre otras cosas porque, a pesar de la cantidad de de-

nuncias que se reciben, la cuantía de las sanciones es poco disuasoria para los infractores.

El jefe del servicio informó que se está realizando un estudio para modificar el diseño de la pre-recogida de basuras, «para dar —dijo— con el procedimiento idóneo con objeto de que la basura de viviendas y establecimientos comerciales e industriales no estén en plena calle dos y hasta tres horas. Intentaremos que

el vecino sepa donde tiene que ir con su bolsa de basura debidamente cerrada y se estudiará la instalación de contenedores a los que se pueda ir en cualquier momento del día».

El Ayuntamiento dice tener otros planes como el de separar la recogida de vidrio de la de basuras, cosa que aportaría su dinero a las arcas municipales, y organizar una campaña seria de concienciación entre el vecindario y desde la misma escuela.

HIPER PLAZA

FERIA DE PRECIOS

PRODUCTOS FRESCOS

Coliflor	25 pts. kg.
Puerros	60 pts. docena
Manzana GOLDEN, bolsa de 4 kgs	90 pts.
Naranjas, bolsa de 4 kgs	160 pts.
3 barras de pan	50 pts.
Leche pasteurizada RAM	51 pts. litro
Leche esterilizada BEYENA	63 pts. litro
Pollo	195 pts. kg.
Hígado de ternera	385 pts. kg.
Chuletas de buey	595 pts. kg.
Mejillones	60 pts. kg.
Chipirones	650 pts. kg.
Merluza	695 pts. kg.



AVENIDAS HOY

SALA-4

SALA-5

KEN RUSSELL, el hombre que ha hecho del cine un espectáculo distinto, ha encontrado a su mejor personaje.



Una Producción ROBERT CHARTOFF-IRWIN WINKLER. Una Película KEN RUSSELL
RUDOLF NUREYEV "VALENTINO"
 LESLIE CARON · MICHELLE PHILLIPS · CAROL KANE
 Productor Asociado HARRY BENN · Escrita por KEN RUSSELL y MARDIK MARTIN
 Dirigida por KEN RUSSELL · Producida por IRWIN WINKLER y ROBERT CHARTOFF

ULTIMA OPORTUNIDAD DE VER esta gran película por caducar sus derechos de explotación.

MAYORES 14 años

EL ORO COMO OBJETIVO, LA HORCA COMO FIN. ESA FUE LA CASI CONSTANTE MOTIVACION Y REALIDAD DE LA CONOLIZACION AMERICANA.



Aldo Sambrel
 Candice Kay
 Sydney Ling
 Michael Rivers
 Dan Barry
 Paulin Farrell

Director:
 J.M. ZABALZA

TODOS LOS PUBLICOS