

Con el anuncio de candidatura de Román empieza la campaña sucia

Coincidiendo con el anuncio de Román de volver a ser candidato a alcalde, aunque había repetido muchas veces que no lo sería, se desató su campaña propagandística con el dinero de todos los vecinos. Pero no sólo eso.

También el anuncio de su candidatura supuso el inicio de una campaña sucia, iniciada con la edición y reparto de un periódico llamado "La otra Calle", que, mediante una pésima imitación de la publicación que ahora tiene en sus manos, trata de confundir a la ciudadanía con contenidos que no pasan del vulgar insulto al oponente político y de la propaganda que ya meten en sus buzones una y otra vez los panfletos "30 Días" y "Guanews".

Oficialmente, "La otra Calle" está editada por el mismo entramado empresarial que publica los citados "30 Días" y "Guanews", y que está regado de dinero público, del dinero de todos los ciudadanos, por Cospedal y Román. Sin embargo, uno de sus trabajadores dejó claro en una red social que no sabía que su empresa hubiera hecho esa falsificación de "La Calle".

Esta maniobra de campaña sucia, iniciada al mismo tiempo de anunciarse la candidatura de Román a la Alcaldía, demuestra una cosa: que al todavía alcalde de Guadalajara le molesta mucho la existencia de un medio que da voz a la Guadalajara real, no a la que él presenta en su propaganda pagada por todos. "La Calle" ha sufrido ese ataque por mostrar en sus páginas a la gente que no se permite que salga en otros medios y por dar informaciones de interés y con datos objetivos que se ocultan desde las instituciones controladas por el PP.

La propaganda "presume de ciudad" ha costado 83.000 euros a los vecinos

A los que hay que sumar otros 16.500 euros de una campaña sobre "logros deportivos" y los 200.000 que cuesta el periódico de Román "30 Días"

Crece la indignación de los vecinos de Guadalajara cada vez que a su buzón llega un folleto de propaganda de Román. La campaña "presume de ciudad", con cuatro folletos buzoneados, banderolas en farolas, carteles en los autobuses y en las marquesinas y anuncios en medios de comunicación ha costado la friolera de 83.000 euros, que salen del bolsillo de la ciudadanía.

Entre la producción de los folletos, carteles y anuncios varios y el buzoneo, Román ha gastado 66.186 euros, a los que hay que sumar los 17.000 euros que pagó a una empresa por la maqueta virtual de un campo de fútbol, que fue incluida en uno de los cuatro folletos buzoneados. Para colmo, Román ha contratado parte de la campaña con empresas de fuera de Guadalajara: el buzoneo (6.425 euros) con una empresa de Madrid y la edición (10.600 euros) con una empresa de León.

Este despilfarro en propaganda se ha producido en el último mes, pero ya este año había hecho otra campaña para darse bombo con sus "logros deportivos". Esa otra campaña tuvo un coste de 14.850 euros, más el buzoneo de otro folleto. En total unos 16.500 euros.

Se ve que Román no tiene bastante con el periódico propagandístico "30 Días", que cada mes mete en todos los buzones de la ciudad y que cuesta a los vecinos de Guadalajara otros 200.000 euros desde que se puso en marcha hasta que tenga que dejar de editarse en la próxima campaña electoral.

Con todos los servicios del Ayuntamiento recortados después de haber subido un 45% la contribución urbana y un 60% el conjunto de los impuestos municipales en sus ocho años de mandato, a los ciudadanos les chirría que Román gaste en esto el dinero público.



Folleto de Román "presumiendo" de Centro Histórico renovado.



Derribo de casona tradicional en la Cuesta del Reloj, en la trasera del Ayuntamiento.

Con ese dinero podría haber dado tres meses de trabajo a 100 parados

Román prefiere gastar el dinero que saca a los vecinos en propaganda, que además queda inmediatamente desmentida por la realidad de la ciudad, antes que ocuparse de los problemas de la gente.

Sólo con los 300.000 euros de dinero público que suma el gasto de sus dos últimas campañas de propaganda y del periódico "30 Días", el alcalde podría haber hecho un plan de empleo que habría dado trabajo durante tres meses a 100 vecinos desempleados de la ciudad: Cruz Roja y Cáritas, con sendas subvenciones de 75.000 euros cada una -150.000 en total- dan trabajo durante tres meses a 50 personas.

Pero Román no sólo ha gastado esos 300.000 euros en propaganda. Ha sido mucho más el dinero público que a lo largo del mandato ha destinado a anuncios y publicidad. En cambio, se ha negado por sistema a hacer el plan de empleo que durante estos cuatro años le ha pedido el Grupo Socialista, además de destrozar el servicio de autobuses y recortar los servicios sociales a la gente que peor lo está pasando.

Los bomberos se van andando hasta el Congreso para intentar que el alcalde les escuche

El día 28 de marzo han organizado una manifestación por las calles de Guadalajara a la que convocan a los ciudadanos

Más de un mes y medio llevan los bomberos de Guadalajara en huelga. Su principal reivindicación es que se vuelva al mínimo de 9 bomberos por turno. El equipo de Gobierno de Antonio Román ha rebajado el mínimo a 7 bomberos. Según el portavoz de los Bomberos, Julio Prego, "es imposible garantizar la seguridad de una población como la de Guadalajara con esta dotación".

El alcalde aún no se ha sentado a escuchar las reclamaciones de los bomberos. Muy al contrario, sólo han recibido ad-

vertencias de los concejales invitándoles a dejar al alcalde fuera de este conflicto. Incluso han presentado denuncia por las amenazas de expediente disciplinario recibidas cuando colocaron pancartas en el Parque de Bomberos.

Esta semana irán caminando hasta el Congreso para intentar que el alcalde escuche sus reivindicaciones. El sábado 28 de marzo han organizado una manifestación, que partirá a las 11 de la mañana del Parque de Bomberos. Convocan a toda la ciudadanía a participar.



Los bomberos salieron andando desde Guadalajara para llegar hasta el Congreso en Madrid.

NACHO IZQUIERDO