

Hermes versus Gaia? Interferencias medioambientales en la comunicación¹

Iñaki Barcena

Dpto. Ciencia Política y de la Admón. Director del Curso
"Hermes eta Gaia"

Laburpena: Gai eta Hermes, bi jainko hauek mitologia greziarretik esleitu ditugu gure bizitza arruntean hain garrantzitsuak diren esparru edo errealidade pare hau, ekologia eta komunikazioa alegia, uztartzeko gogoarekin. Alde batetik Gaia edo Pangea, gure Amalurra, bizitzaren abiapuntua dugu, bere egoera eta ezaugarri pribilejiatu zein bereziengatik². Horretaz jabeturik, gure arbasoek Amalurra, Gaia, Nana edo Pachamama izendatu zuten. Iparramerikako Seattle kazikeak idatzirik utzi zigunez, gizaseme zuriok ez dugu Gaia, gure ama edo arreba/ahizpa legez ikusten, etsaitzat hartu baitugu. Horrela gure ama saldu, bortxatu eta zauritu egiten dugu, gure botere gura ezin asetuz eta triskantza ekologikoak sortuz. Hermes-ek, mezulari moduan, ez du horren kulpaa edo erantzunkizunik. Erromatarrentzako Mercurio zena, Gaiaren birloba da, gu bezalaxe. Baina alderantziz, bera jainko boteretsu bat da, Zeus-Jupiter ahalguztidunaren mezulari, munduan gertatzen denaren berri eman behar diona. Lapur eta merkatarien "patroia" izateaz aparte, hegialak, kaduzeoa eta diru-poltsaz apaindurik ikusten dugu ere bere irudi mitologikoan, gizasemeen gaintiko bere boterea adierazteko. Hermes-en negozioa, komunikabideak hain zuzen, abiadura handiz munduko lehenengo industria bihurtzen ari dira. Errealitatearen irudikapen osorantz abiatzen dira, etengabe, krisialdi ekologikoan arreta handia jarritz. Gure buruari galdetu nahi diogu komunikazio eta ekologiaren garrantziaz une honetantxe eta euren elkarren arteko harremanaz, areagotzen ari diren heinean.

Resumen: Reunir a estos dos personajes de la mitología griega, Gaia y Hermes, es un intento por expresar la imbricación entre estas dos facetas tan importantes de nuestra vida. Por un lado, Gaia o Pangea, Nana o Pachamama, entre nosotros Amalur, origen de la vida por su situación y características especiales y privilegiadas. Por desgracia, como nos dejó escrito el cacique Seattle, algunos humanos no vemos a Gaia como nuestra madre o hermana sino como enemiga. Y la vendemos, violamos y herimos con un ansia insaciable de poder, creando múltiples desaguisados ecológicos. Hermes no es el responsable. Al que en Roma llamaron Mercurio, es biznieto de Gaia, como nosotros. Pero el es un dios poderoso, mensajero del todopoderoso Zeus-Jupiter al que tiene que contar lo que ocurre en este mundo. Además es patrón de los ladrones y mercaderes y no en vano se le representa con alas, caduceo y bolsa de dinero como recuerdo de su poder sobre los humanos. Sus descendientes nos avisan de que la industria de los mass-media se ha convertido ya en primer negocio del planeta, tratando constantemente de conseguir la creación de la realidad. La crisis ecológica ha pasado a ser uno de sus quehaceres y sobre eso queremos reflexionar en el presente artículo.

Abstract: The relationship between Gaia and Hermes, a goddess and a god from Greek mythology, helps us to understand the way in which the two very important facets of our lives, represented by these characters, overlap. Gaia or Pangea, Nana or Pachamama, known to us as Amalur, represents the origin of life, due to her exceptional characteristics. Unfortunately, as was written by the Indian chief, Seattle, some human beings do not see Gaia as a mother or a sister, but consider her to be an enemy. They sell, rape and hurt her with an insatiable thirst for power, provoking widespread ecological destruction. Hermes, or Mercury as he was called by the Romans, is not responsible for this. He is the great grandson of Gaia and is a powerful god. He is the all powerful Zeus or Jupiter's messenger, and must report to him everything that happens in the world. Moreover he is the patron of thieves and merchants, and it is for this reason that he is portrayed with wings, a wand and a bag of money, as a reminder of his power over human beings. His descendants inform us that the mass-media industry has become the world's biggest business, constantly trying to be the creator of reality, and one of the issues it deals with is that of the ecological crisis; and it is about this that we wish to reflect in this article.

[1. La globalización del riesgo](#)
[2. Comunicación versus ecología](#)
[3. Sostenibilidad y comunicación](#)
[4. Los profesionales de la información ecológica](#)
[5. Un caso práctico: Itoiz](#)
[6. A modo de reflexión final](#)
[Referencias bibliográficas](#)

*"Todo es mentira en este mundo, todo es mentira la verdad, todo es mentira y yo me digo, todo es mentira
Àpor quŽ ser??" MANU CHAO "Clandestino"*

1. La globalización del riesgo

Aunque nos cueste creer lo contrario, sólo hace tres décadas que hemos incorporado a la conciencia humana esa nueva idea del mundo "one world", de la mano de la representación física y fotográfica de Gaia conseguida por los avances tecnológicos de la carrera espacial. Como explica Wolfgang Sachs mucho ha cambiado la idea del mundo y sus representaciones desde la época medieval, con sus esferas y cielos en permanente revolución de contornos, hasta llegar a la actual esfera azul que se ha liberado del peso del cosmos. Hemos pasado a tener una posición en el espacio global que parece habernos liberado de nuestra dimensión y apego local particular.

Esta nueva idea del mundo, esa imagen del planeta Tierra en su solitud y su dimensión biofísica, está documentada y se puede observar en las portadas de libros y revistas o en múltiples anuncios de publicidad ya que su representación fotográfica ha devenido patrimonio universal. Como si de privilegiados astronautas se tratara hemos conseguido despegarnos lo suficiente de la fuerza gravitatorio para observar el mundo como una bola aprehensible y controlable (Sachs,1993:107).

Durante siglos el universalismo ha significado hacer la guerra a la diversidad con las armas de la ciencia, el estado y el mercado. Tratar de imponer un sistema de conocimiento sobre la humanidad, sobre la sociedad y sobre la naturaleza que parecía ser válido en cualquier parte y para todo el mundo. Sin embargo estos planteamientos unidimensionales parecen haber tocado fondo.

Frente a los detractores de tal novedad, frente a los escépticos de la globalización³ como fenómeno histórico, empírico y teórico, podemos con Ulrich Beck traer a colación las manifestaciones comunicacionales y ecológicas de los procesos de globalización. Este sociólogo alemán afirma que el término globalización es la palabra peor empleada, menos definida y quizás menos comprendida en el mundo actual, aunque políticamente su eficacia está más que probada.

La ligazón entre esta dinámica cultural, política y económica y los problemas ecológicos del planeta es evidente. El Informe Brundtland⁴ de la Comisión de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente plantea que nuestra intervención sobre la naturaleza es de tal calibre que el propio crecimiento económico supone serios riesgos para las bases del progreso humano. Por ello se puso en marcha el polémico "desarrollo sostenible", nueva propuesta para las relaciones economía-ecología, presente en todos los discursos y programas políticos del mundo desde la Cumbre de Río de Janeiro en 1992.

Un lustro más tarde, en 1997, la Asamblea General de las Naciones Unidas, en sesión extraordinaria, ha tratado de utilizar el baremo del desarrollo sostenible para medir y criticar las actividades y las conductas de gobiernos y de otros agentes locales o globales en los distintos ámbitos de la sociedad (consumo, producción, transporte, hábitats, etc, ...). Los resultados y conclusiones de la sesión de la ONU son poco halagüeños y por contra, los riesgos de la globalización ecológica son palmarios, como lo demuestran el cambio climático, los procesos de desertificación o las lluvias ácidas.

Según la teoría del riesgo mundial, de la cual Beck es uno de sus adalides, los peligros globales y crisis ecológicas producen nuevos desórdenes y turbulencias mundiales. La fragilidad de nuestro estadio civilizatorio no viene del exterior, ni siquiera de Dios o de la venganza de la naturaleza. Los riesgos tienen causas antropogénicas y se pueden clasificar en peligros técnico-industriales originados por la riqueza, otros debidos a la pobreza y en un tercer nivel los derivados de la existencia de armas de destrucción masiva. Estos últimos parecen haber pasado a un segundo plano en esta década tras la desaparición de la confrontación Este-Oeste, pero siguen vigentes como riesgo regional y global.

2. Comunicación versus ecología

La globalización comunicativa no es un fenómeno de segundo orden. Según Ignacio Ramonet "una estructura de información global cubre la Tierra como una telaraña, aprovechando las ventajas de la digitalización y fomentando el entramado de todos los servicios de comunicación. Además fomenta el entrelazamiento de tres ámbitos tecnológicos- informática, telecomunicación y televisión- que se han unificado en los multimedia o Internet..... Todas las empresas que trabajan en la red, sobre todo las que poseen una red de suministro (electricidad, teléfono, agua, gas, ferrocarril, autopistas, etc,...) se sienten tocados por esta fiebre del oro y quieren asegurarse su parte del pastel mediático (Le Monde Diplomatique. Abril, 1997).

Empero, como ya se advertía más arriba, la globalización es un fenómeno plural y dialéctico, llenos de ambivalencias y paradojas, donde cabe que una publicación crítica y de izquierdas con vocación internacionalista como Le Monde Diplomatique doble su tirada y se empiece a traducir en varios idiomas y países, aunque se le retiren los anuncios publicitarios. O que organizaciones ecologistas organicen fructíferas campañas de la mano de Internet y del correo electrónico, por todo el mundo.

Dice Manuel Castells que mediante estas nuevas redes los grupos ecologistas de base de todo el mundo son capaces de actuar globalmente en un momento dado, en el ámbito donde se crean los problemas ambientales de primer orden. Está surgiendo, a su juicio, una élite informatizada como núcleo global y coordinador de los grupos populares de acción ecologista, no completamente distinto del papel desempeñado por los tipógrafos y periodistas de los orígenes del movimiento obrero (Castells, 1996:154).

"Pensar global y actuar local" fue un famoso slogan ecologista que ha quedado obsoleto. El ecologismo de finales de siglo debe pensar y actuar, de forma acompasada local y globalmente. Las grandes compañías transnacionales como Coca-Cola, Monsanto, Bechtel, Mobil, Mitsubishi, Ford, etc.... no podrían diseñar sus estrategias de producción y consumo lejos de sus lugares de origen sin la ayuda de los aliados locales para la nueva colonización y sin la obtención de grandes subvenciones que les permitan mantener y aumentar sus tasas de beneficios. Es posible que todavía haya quien imagine a las grandes compañías multinacionales como mastodontes o dinosaurios; pero ese simbolismo está lejos de expresar la red o malla de agentes que colaboran en las actividades del negocio transnacional. Desde las compañías consultoras, que tratan de identificar las nuevas oportunidades del mercado y planifican y diseñan los nuevos productos y proyectos, las asociaciones industriales que se dedican a engrasar la maquinaria de las subvenciones y a promover las desregulaciones ambientales y laborales, pasando por las agencias de ayuda bilateral y multilateral junto a agencias nacionales de crédito a la exportación, hasta las compañías de relaciones públicas que se utilizan para controlar a los críticos a sus proyectos comerciales, los nudos e hilos de las compañías multinacionales son cambiantes y se regeneran velozmente en la nueva realidad virtual (Corner House, 1998).

En Europa, el movimiento ecologista ha comenzado a reforzar sus lazos internacionales para tratar de poner freno a la creación de las llamadas TEN's (Transnational European Networks), proyectos de infraestructuras de comunicación en los ámbitos del transporte, de la energía y de las telecomunicaciones. Estos proyectos concebidos y defendidos por la European Roundtable of Industrialists significan un gran impacto ambiental, un gran consumo energético y un alto coste económico y social (Bárcena, 1995). Y la propia Comisión Europea ha llegado a afirmar, en alguna ocasión, la insostenibilidad de las actuales tendencias del transporte (Fernández Durán, 1998).

No obstante la facilidad para introducir sus mensajes de flexibilidad y eficacia y sus buenas relaciones con medios de prensa como Financial Times, The Economist, Le Monde, Sud Deutsche Zeitung, De Standaard, La Repubblica o Der Spiegel hacen de este lobby empresarial europeo una referencia internacional de primer orden.

Si para poner freno al cambio climático, países como los Estados Unidos de Norteamérica han de ser los primeros, por su cuota de participación del 25% mundial, en comprometerse a reducir sus emisiones de gases contaminantes y evitar el consumo excesivo de hidrocarburos, así como comprometerse en el empleo de fuentes energía limpias y renovables, es penoso ver que sus políticos, como ocurrió en Kyoto (1998), traten de hacer ver al mundo que el problema todavía no está bien delimitado. En su estrategia de esquivar el bulto pueden argüir con científicos que les dan la razón, que las causas no están claras. Cuentan con el apoyo de potentes empresas que les advierten del colapso que significaría para la economía norteamericana acceder a las pretensiones del IPCC, de los ecologistas o de los países más afectados y

cuentan con la ayuda de potentes medios de comunicación a su servicio, para seguir poniendo interrogantes sobre la veracidad del cambio climático. La cuestión es ¿cuánto tiempo más?

3. Sostenibilidad y comunicación

¿Podríamos hacer pasar la nueva era comunicativa y el propio sistema comunicativo actual por el tamiz del desarrollo sostenible? Deberíamos intentarlo.

Todo el mundo parece haber quedado deslumbrado y atraído con los rasgos positivos que aporta la idea de sostenibilidad. El principio de sostenibilidad intenta ofrecer una nueva perspectiva, más compleja o holística, ante los problemas de la "Aldea Global", tratando de enlazar factores económicos, ecológicos y culturales en una única y novedosa concepción del desarrollo [5](#).

Por un lado se manifiesta la necesidad de respeto a la naturaleza, se ponen algunos límites (teóricos) al crecimiento económico y se subraya la meta de alcanzar objetivos sociales más allá de una perspectiva individual o de demanda económica, esto es, con un carácter solidario e intergeneracional (Bermejo, 1995:14).

Prefiero hablar de sostenibilidad, en sustantivo, en vez de utilizar tal concepto como adjetivación del mítico desarrollo, que entre nosotros siempre camina parejo al insostenible crecimiento. Incluso la Europa comunitaria y su gobierno comisional confunden ambos términos y utilizan en sus documentos de forma indistinta el desarrollo y el crecimiento sostenible, según se trate de dar título y contenido al Vº Programa de Acción Medioambiental o de adornar el Tratado de Maastricht (Art.2).

Aunque la llegada del concepto pueda parecer tardía y su virtualidad diminuta, no albergó dudas sobre la oportunidad de establecer un debate en tales términos.

Si nos preguntamos ¿no está también el sistema de sistemas que son los medios de comunicación actuales en un proceso de degradación como el conjunto de la Biosfera? Creo que hay poderosas razones para responder a tal demanda de forma afirmativa.

La globalización comunicativa en su dinámica oligopólica esta poniendo en grave riesgo la propia diversidad comunicativa como factor de continuidad y sostenibilidad. Joaquín Araujo, comunicador ecologista español por excelencia y compañero de viaje del mítico Rodríguez de la Fuente, que despertara nuestra conciencia conservacionista, afirma que comunicación y vida son sinónimos e indistinguibles, que sin comunicación oral no hay vida social, ni capacidad de ser lo que realmente somos, uno de los productos de la evolución de Gaia (Araujo, 1998).

A su entender, el nexo comunicación-conocimiento es apasionante, siendo preocupante el proceso de segmentación, compartimentación y especialización de la propia industria informativa (y de los estudios universitarios) que nos convierten en una sociedad de especialistas. Así, el periodismo ecológico puede ser un intento de encasillamiento especializador o por contra, siguiendo las bases de la ciencia ecológica, la pretensión de explicar la realidad global y los complejos y vastos procesos que interactúan a nuestro alrededor.

Precisamente la sostenibilidad de cualquier ecosistema depende de una mirada de procesos de base, de diminutos sostenes invisibles al ojo humano y de redes entrelazadas que aseguran la continuidad y la vida, por su diversidad y por su equilibrio.

Los procesos monopolísticos del mercado global que ahogan la diferencia, la crítica y la diversidad; la especialización y aséptica compartimentación de los procesos comunicativos, así como la saturación y el cúmulo de información basura que se producen diariamente, son algunos de los elementos que nos alertan sobre la insostenibilidad del desarrollo comunicativo.

Por otro lado y como ya se ha advertido más arriba, en todo proceso vital existen excepciones y relaciones dialécticas, evoluciones desiguales y combinadas que demuestran que la infalibilidad tiene que ver con la fe y las creencias y no con las ciencias sociales. Esto también ocurre en los nuevos desarrollos de la comunicación.

Investigadores de globalización cultural como R. Robertson han acuñado el neologismo "glocalización",

para intentar explicar que la globalización, -aparentemente lo muy grande, lo exterior, lo que sobreviene al final y sofoca todo lo demás- es asible en lo pequeño y lo concreto, in situ, en la propia vida y los símbolos culturales, todo lo cual lleva el sello de lo "glocal" (Beck, 1998:80).

Universalismo y particularismo se asocian y la unificación de instituciones, símbolos y modos de conducta, desde los Macdonalds a Internet, no son contradictorios con el florecimiento de los mass media locales, con la defensa de las culturas e identidades nacionales, con el auge islamista o con el "revival" cultural vasco.

La globalidad informativa, tecnológica o mercantil chocan con los límites de una Tierra finita. La biosfera, esto es, los ecosistemas humanos y naturales en todas las escalas del Planeta están sometidos y circunscritos a ciertos límites inmutables, (territoriales, biomasa, principios termodinámicos...) en la producción y en la transformación de la energía. Y esto nos hace retornar continuamente a nuestra dimensión local.

Frente a la fantasía neoliberal de crear una nueva economía global, independiente de la sociedad, mediante el empleo de la arquitectura de redes informáticas, se alzan en todo el planeta movimientos sociales como el zapatismo, que utilizan con mayor destreza y asiduidad el correo electrónico que el AK-47.

Utilizando la expresión de Alain Touraine, se está generando un gran "refus" al plan explícito e implícito que trata de concentrar la información, la producción y los mercados en un segmento valioso de la población, disponiendo del resto de formas diferentes, más o menos humanas según el carácter de cada sociedad (Castells,1998:132). Y esto de alguna manera produce también visos de sostenibilidad.

4. Los profesionales de la información ecológica

La APIA es una asociación para la defensa del periodismo ambiental como especialidad informativa que radica en Madrid. Dicen no ser un sindicato, ni una asociación corporativa o gremialista, sino la herencia de todo un cúmulo de profesionales que desde hace tres décadas han contribuido a hacer aparecer en las ondas, en el papel o en las 625 líneas de la pequeña pantalla, la denuncia ecológica. Conscientes de sus diferencias y de la diversidad que les asiste, se suelen juntar en congresos (Madrid, Noviembre de 1995 y 1997) para hacer repaso de sus quehaceres.

En su origen están sin duda los ecologistas metidos a profesionales de la información. Desde que en 1972 Benigno Varillas, director de la decana "Quercus" comenzara a publicar, dejando atónito a muchos lectores, una columna diaria en El País con el título de "Ecología", muchos otros y otras se han ido incorporando a estas lides. Así cada medio de comunicación se ha dotado de un personal especializado y un manera de tratar y ubicar las cuestiones medioambientales, que normalmente van acompañadas de cierto catastrofismo.

Hay quien opina que este catastrofismo tiene que ver con la propia situación marginal del periodismo ambiental, de la novedad y complejidad de la problemática, que hacen del profesional comunicador más un profeta, avisador o agorero que un pedagogo (Fernández, 1995:25).

En este longevo deambular, la norma ha sido la colaboración y la utilización, por parte de las cadenas comerciales de información, de las publicaciones e informaciones de los medios del movimiento ecologista. A pesar de las malas relaciones y del rechazo de políticos, empresarios y de la gente en general al tremendismo del ecologismo radical, por otra parte el más extendido por nuestros lares.

El desarrollo de estas prácticas informativas ha llevado a separar o clasificar estas actividades informativas del "periodismo ambiental", que sería el concepto globalizador, en ambientalista, conservacionista, tecno-científico, energético o ecopolítico, según el sesgo y la orientación del profesional de turno.

Sin embargo el problema central reside en pasar de un periodismo de sucesos, a uno de información e investigación. Eso requiere rutina y documentación para practicar una educación social permanente o como comentaba Domingo Jiménez Beltrán, Director de la Agencia del Medio Ambiente Europea en Copenhage, la integración de las cuestiones medioambientales en todas las otras secciones de la comunicación (Jiménez Beltrán,1996:39).

Aún así y al margen de las intenciones y quehaceres particulares de los profesionales del periodismo ambiental no debemos perder de vista que a pesar de sus diferencias y sus inagotables luchas por acaparar la atención del público, los medio de difusión son instrumentos de poder (¿el mayor?) para el control de los humanos y de la sociedad. Y a su vez, mayoritariamente, son empresas con intereses crematísticos que dan la medida de las cosas con su interpretación de la realidad, ecológica, económica o social.

Dice el anglosajón David Edwards, en relación al tratamiento de las cuestiones ambientales que los mass-media son corporaciones, públicas o privadas que aparecen en la escena política con intereses y cuotas de poder según su capacidad de enganche con el público. No solamente son corporaciones comerciales sino que son poseídas y controladas mayoritariamente por otras compañías, como ocurre con la NBC o el grupo de W Televisión, propiedad de General Electric y Westinghouse respectivamente (Edwards,1998:18).

Los mass media juegan un papel central en las relaciones entre los actores sociales, pero no son "neutrales", ni "objetivos". Algo que se pide continuamente al resto de los mortales. Su papel es dar al público la información que en cada momento se considere oportuna, adecuándola a los intereses comerciales o políticos de la empresa (Herman & Comsky, 1988).

El cormorán de la guerra del Golfo, el animal que representó plásticamente la catástrofe ambiental en las orillas del Pérsico deambulando ciego y apresado en su camisa de fuerza petrolífera, era bretón. Pero no bretón de origen, ni llegado allí en vuelo turístico, sino como personaje de otra tragedia, la de un gran navío petrolero que embarrancó en las costas europeas de Bretaña años antes y que fue utilizado por los profesionales de las televisiones norteamericanas, para transmitir al mundo un aspecto más de la maldad de Sadam Hussein. Todo vale en algunas ocasiones y para algunos intereses como los militares y las cuestiones ambientales no son excepción.

Más cerca de nosotros, por finalizar con otro ejemplo, también tenemos muestras de un nuevo tipo de periodismo ecológico. El diario El Boletín de Bolsa, Economía y Finanzas, publica quincenalmente un boletín especial titulado Medio Ambiente que ofrece en tamaño reducido y de forma gratuita la óptica del empresariado mediambiental y de las instituciones cercanas sobre las cuestiones ambientales. Sader, Hidronor, Aclima o Zabalgarbi reverdecen así su imagen y sus argumentos de una forma barata, rápida y contundente. No sólo Internet es un medio rápido y eficaz para la política ambiental, las corporaciones llegaron antes, conocen mejor el terreno y gozan de más medios para sus propósitos, aunque estos no sean del todo ecológicos.

5. Un caso práctico:Itoiz

Es posible que en Euskadi, la construcción de un gran pantano no sea el problema ecológico más grave. Ahora bien, es seguro que después de Lemoniz, la OTAN y la autovía de Leizaran, en el último lustro, la construcción del pantano de Itoiz ha sido y sigue siendo la cuestión medioambiental que mayor polémica, acciones y noticias ha generado. No solamente ha sido punto de referencia obligada para vislumbrar el fondo y la forma de las políticas hidráulicas en el Estado Español, sino también para conocer algunas de las claves que conforman las relaciones entre la Administración, las fuerzas del mercado, los mass media y el movimiento ecologista.

Hace ya 13 años desde que se aprobó el proyecto y se formó la Coordinadora de Itoiz. Y en todos estos años no ha habido ni una sola reunión pública entre los opositores y los representantes del gobierno de Navarra o de Madrid. En esta tesitura las vías de solución para el movimiento ecologista han sido la presión de la protesta, de la movilización social y la denuncia en los tribunales. Incluso después de que la Audiencia Nacional en 1995 declarara ilegal la obra. La presa ha seguido hacia arriba y ya está prácticamente terminada. Llegados a este punto nos podemos preguntar ¿cuantos documentos han firmado Urralburu y Otano, Alli y Sanz, Borrell y Tocino en favor del "desarrollo sostenible"? ¿Para cuándo aprenderá la clase política que también para la solución de los problemas medioambientales son necesarias la transparencia y participación democráticas?

Meses después, en la Semana Santa de 1996 8 miembros del grupo "Solidari@s con Itoiz" cortaron los cables. En aquella ocasión los medios de difusión dedicaron una atención singular a los hechos y a sus consecuencias.

Hermes siempre hace una interpretación particular de los acontecimientos. Es su profesión. Y no podemos olvidar que los mass-media son empresas y siguen criterios políticos y comerciales. Sin embargo lo que aquí ocurrió, a la vista de las fuentes consultadas y del tratamiento realizado adquiere una dimensión francamente especial. Nos parece ejemplar para nuestros objetivos resaltar la política desinformativa, con excepciones, que tuvo lugar en torno a la acción de los Solidari@s con Itoiz en Abril de 1996.

Por ejemplo, el editorial del diario "El País" (14-4-96) bajo el título "Naturaleza de Itoiz" calificó los hechos como un atentado, término que en el lenguaje común posee una carga negativa y violenta importante (Pérez, 1996:39). Para José Borrel, ministro de Obras Publicas, Itoiz dejaba de ser un problema ecológico para pasar a ser un problema de orden público.

Esta criminalización, consecuencia de lo que ha venido a llamarse el "Síndrome de Euskal Herria"(Casado da Rocha & Perez, 1996:58), hace del pantano de Itoiz "cuestión de Estado", y en una confluencia de intereses y discursos entre medios de difusión e instituciones políticas, se acusa a los activistas de ir "disfrazados de ecologistas"⁶, de ser violentos, de tener oscuras intenciones terroristas y de destruir los puestos de trabajo de dos centenares de obreros⁷. ¿Dónde estaba la versión de los activistas?

En un debate así, inicuo y con capacidad de medios muy desequilibrada, sólo portavoces de HB, Batzarre, sectores de Izquierda Unida y representantes de los diferentes movimientos sociales vascos saldrán a defender a los "Solidari@s con Itoiz", denunciando la brutal respuesta de la Guardia Civil y de los guardas de la empresa Protectsa, contra las 8 personas que llevaron a cabo la acción.

Su intención, como manifestaron en rueda de prensa ante los medios, era actuar meticulosamente en todo momento, para no producir daños personales físicos, contando con la presencia de periodistas y medios de comunicación y con la grabación de un video que atestigüa fielmente la limpieza de su acción (Solidari@s con Itoiz, 1996).

¿Cómo se pudo convertir un acto de desobediencia civil, un sabotaje sin violencia para las personas, en un "atentado"? ¿Cómo se pasa de ser activistas apaleados a agresivos y terroristas? ¿No existía un video grabado? ¿Dónde está la capacidad de enmendar los errores tras dar informaciones incorrectas? ¿Y el derecho de los acusados a ser escuchados?

Hace dos años acudimos a un espectáculo de desinformación, que puede ocurrir y repetirse de nuevo mientras en Euskadi o en Madrid haya quien viva de sacar partido al llamado conflicto vasco. ¿Por qué la prensa del ámbito nacional o autonómico vasco o incluso ETB vienen manteniendo respecto a Itoiz una línea informativa muy diferente al resto de medios navarros o estatales? La diferencia entre sus líneas editoriales con respecto al pantano de Itoiz, son realmente esclarecedoras.

Sabemos que en la luchas medioambientales, como en otros conflictos sociales las fuerzas y los medios suelen ser muy desiguales. En el caso de Itoiz, para ahogar los argumentos ecologistas se creó un contramovimiento apodado "Plataforma del Agua" y más tarde el gobierno de Madrid aconsejó al navarro contratar a la empresa multinacional de "public relations" Burson-Marsteller para edulcorar la imagen del pantano y segar la hierba al ecologismo. No creo que este moderno "Hermes" saque aquí mayores frutos que anteriormente en la India (Bophal), Nigeria (Shell), Argentina (Dictadura) o en Alaska (Exxon) pero no olvidemos que son profesionales en alterar la opinión pública.

6. A modo de reflexión final

Greenpeace es uno de los fenómenos comunicativos más interesantes de este final de siglo. El trabajo de esta organización es (re)conocido por todo el mundo, llegando a contar con más de 5 millones de miembros, que le aseguran su independencia económica y política. Su interesante trayectoria comunicativa ha sido sin duda la clave del éxito de aquel pequeño grupo de canadienses y norteamericanos que hace casi 30 años decidieron enfrentarse a las amenazas ecológicas en los mares y océanos. Posteriormente han entrado a trabajar en otros muchos campos de la ecología y hoy son la organización más potente del ecologismo político, incluso en Euskadi.

En la República Federal Alemana, tras veinte años de existencia, miles de disputas internas y repetidos anuncios de su defunción por periodistas y analistas políticos, los Verdes alemanes según parece van a

cogobernar el país más potente de Europa en coalición rojiverde.

Ambos hechos, junto al novedoso uso de Internet para el activismo y la protesta ambiental demuestran el avance significativo de las posiciones ecologistas en este final de siglo. Sin embargo a pesar del incremento de la conciencia y del debate ecologista, los riesgos ambientales son mayores que nunca, van en aumento y los detractores del ecologismo político están mejor preparados para acceder a los medios de comunicación.

Frenar el camino de la insostenibilidad ecológica requiere destreza y capacidad para comunicar con el público y en esa tarea, a pesar de los logros ya obtenidos tendrá que seguir existiendo una exquisita a las dinámicas comunicativas, a los medios, a sus profesionales y al espeso bosque de redes comunicativas del planeta azul.

Notas

1. 1998. urteko hasierako bi hilabetetan, Urtarrilan eta Otsailean hain zuzen ere, ingurugiroa eta komunikabideen arteko harremanetaz ikastaro bat antolatu genuen EHU-n, non ekologiaz zein hedabideetako politikaz aditu eta dotore jantzitako hainbat pertsona luze eta sakon mintzatu ziren. Gaia eta Hermes-en uretan murgildu ziren hizlari, entzule eta laguntzaile guztiei dedikatu nahi nieke idazki hau. Hurrengora arte!!

2. J.E. Lovelock otsagile eta biologo ingelesak orain dela mende laurden bat plazaratutako Gaia Hipotesiaren arabera, lur planetak izaki "oro" bat osatzen du, bizitzarako baldintza optimoekin.

3. Ulrich Beck en su obra "*¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo y respuestas a la globalización*" (Paidós, Barcelona, 1998) trata de distinguir conceptualmente el globalismo fenómeno ideológico neoliberal que antepone el mercado mundial al quehacer político y que entiende la globalización de forma unívoca y lineal, en una sola dimensión, la económica. Por el contrario la globalidad es una realidad compleja que significa vivir desde hace tiempo en una sociedad mundial, plural pero sin unidad y por fin la globalización como expresión que refleja los procesos por los que los Estados nacionales soberanos se entremezclan e imbrican con otros actores transnacionales, creando diferentes probabilidades de orientación, identidad y poder.

4. Este informe lleva el sobrenombre de la primer ministra y dirigente laborista noruega Gro Harlem Brundtland que dirigió la coordinación de tal informe.

5. Este multipolar y elástico concepto data de los primeros años 80, siendo la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN) organización semi-gubernamental ligada a la UNESCO, quien puso en circulación el término. Sin embargo quien lo ha hecho famoso es la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, más conocida como Comisión Brundtland (WCED-1987). En la recapitulación final del Informe Brundtland se define el desarrollo sostenible como "aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias".

6. Titular de "El País" 14-4-96.

7. Por ejemplo, los 200 trabajadores que perdieron su empleo durante los meses que se paralizaron las obras, acusaron de "ecoterroristas" a los 8 activistas encarcelados, pasando a ser junto a la "Plataforma por el Agua" un segundo contramovimiento de movilización y discurso antitético a los postulados ecologistas.

Referencias bibliográficas

Araujo, Joaquín (1998): "*¿Es sostenible la comunicación?*". *Argitagarbi*, N°13, Bilbao, Primavera. -
Barcena, Iñaki (1995): "*Merkatarien Europa. La Tabla Redonda de los Empresarios Europeos*" *Hika* N°59. Bilbao, Junio.

Beck, Ulrich (1998): "*¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo y respuestas a la globalización*"

Barcelona:Paidos.

Beckerman, Wilfred (1996): *Lo pequeño es estúpido. Una llamada de atención a los verdes*. Madrid: Debate.

Bermejo, Roberto (1995): "Desarrollo y Sostenibilidad" *Cuadernos Paz y Solidaridad*. CCOO, Madrid.

Castells, M. (1998): *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura* Vol.2 El poder de la identidad. Madrid:Alianza Editorial.

Casado da Rocha, A. & Pérez J.A (1998): *ITOIZ. Del deber de la Desobediencia Civil al Ecosabotaje*. Pamplona: Pamiela.

Edwards, David (1998):" Can we learn the truth about the environmental from the Media" *The Ecologist*, Dorset (UK) Vol.28 N°1.Enero/Febrero.

Fernández Durán, Ramón (1998): "Movilidad motorizada, Globalización económica y proyecto europeo" *Pensamiento Libre* N°16 Valencia, 1998.

Fernández, Joaquín (1995): *Periodismo Ambiental en España* . Madrid: MOPTMA.

Hermán & Chomsky (1988) : *Manufacturing Consent- The Political Economy of the Mass Media*. N. York: Pantheon.

Jiménez Beltrán, Domingo (1996): "El estado del Medio Ambiente en Europa y en la UE. La Agencia Europea de M.Ambiente" en *APIA :Primer Congreso de Periodismo Ambiental*" Madrid.

Sachs, W. (1993):*The Development Dictionary* New Jersey:Zeed Books.

The Corner House (1988) :"*Engineering of Consent:Uncovering Corporate PR*" The Corner House. Briefing, N°6 Dorset (UK).