



**HAL**  
open science

# La construcción y consolidación de una percepción social en los conflictos del agua en España el papel de los medios de comunicación

Marie François

► **To cite this version:**

Marie François. La construcción y consolidación de una percepción social en los conflictos del agua en España el papel de los medios de comunicación. VII Congreso ibérico sobre gestión y planificación del agua, Feb 2011, Talavera de la Reina, España. pp.1-13. halshs-00573969

**HAL Id: halshs-00573969**

**<https://shs.hal.science/halshs-00573969>**

Submitted on 6 Mar 2011

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# LA CONSTRUCCIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE UNA PERCEPCIÓN SOCIAL EN LOS CONFLICTOS DEL AGUA EN ESPAÑA EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**Marie François**

Miembro asociado ESO-CAEN, UMR CNRS 6590

Miembro asociado TELEMME, UMRS CNRS 6570

## **Resumen**

La prensa, como difusora de conocimientos, ideas e ideologías, tiene una fuerte influencia sobre las actitudes y comportamientos de los ciudadanos. Por otra parte, a nadie se le oculta que hoy en día los medios de comunicación tienen a menudo importantes vínculos con los poderes políticos y económicos, de forma que su mensaje acaba siendo la simple traducción de la opinión de los grupos sociales influyentes. En el contexto de nuestras investigaciones hemos podido demostrar que los medios, sean nacionales o regionales, funcionan como catalizadores, construyendo y consolidando ideas, en este caso la de que las obras hidráulicas son la solución a los problemas del agua de unos y de otros, incluidas las eventuales sequías; son presentadas como una respuesta necesaria al reto del desarrollo económico del país y, por tanto, al interés general. Hoy, para tener un criterio objetivo sobre cualquier tema es necesario buscar la pluralidad informativa desde un lenguaje que permita plantear la crítica, y no limitarse a creer lo que cada medio cuenta.

Palabras claves: medios de comunicación, agua, percepción social, conflictos

## **Introducción**

El presente estudio está basado en nuestro trabajo de tesis doctoral "*Eau et développement en Espagne - Politiques et discours. Les exemples de l'Aragon et de la Région de Murcie*", realizado bajo la cotutela de los Profesores Robert Héryn y Javier Martínez Gil, presentado en su día en las universidades de Caen y Zaragoza. Una parte relevante del mismo está centrada en el papel que bajo la presión de los intereses privados han jugado los medios de comunicación en la construcción dentro del seno de la sociedad española de un discurso medioambiental, hidrológico y económico sobre el agua que ha esgrimido como razón la pretendida rentabilidad económica de las políticas hidráulicas oficiales, que -bajo siempre el obligado discurso retórico del respeto al medio ambiente-, ha minimizado las razones del discurso alternativo, no sólo el de los afectados y el de los sectores ecologistas sino también el discurso científico/técnico de un significativo sector de la universidad española.

La prensa es, obviamente, una fuente de información. El papel que desempeñan los medios de comunicación en general en la vida de una sociedad democrática los pone en el primer plano en tanto que indicadores de la vida social (Lazar J, 1995, 45). La prensa, al difundir conocimientos, ideas, incluso ideologías, tiene una determinada y clara influencia sobre las actitudes y comportamientos de los ciudadanos. No transmite nunca un evento en su estado bruto. Cualquier noticia es objeto de una serie de racionalizaciones: criterios de selección de los hechos y sus protagonistas, manera de encasillarlos en categorías de entendimiento, métodos de visualización elegidos, etc., de forma que la propia información nos impone ya

una visión del mundo ordenada por ella misma, como si la suya fuera visión natural del mundo (Charaudeau, P, 2005, 122).

Los medios de comunicación tienen a menudo profundos vínculos con los poderes políticos y/o económicos. La prensa es, en gran parte, la traducción de la opinión de grupos sociales influyentes. Un evento puede *ser preparado y causado por tal o cual sector institucional - especialmente el sector del poder político - que ejerce presión sobre los medios de comunicación con fines de estrategia (...). Se plantea entonces el problema de los juegos de manipulación que pueden instaurarse entre los medios de comunicación y las fuentes* (Charaudeau P, 2005, 111-119). Por eso, para el investigador es esencial observar las cosas sobre el terreno, ponerse en contacto con las fuentes, realizar entrevistas, etc., con el fin de hacerse su propia opinión sobre una situación. *Una primera localización de los fenómenos locales se deriva de la observación del corpus exploratoriæ. Eso solo permite lograr las recurrencias, repeticiones o reformulaciones de palabras, formas sintácticas, maneras de decir, que constituyen los hechos “observables” del análisis* (Moirand S, 2007, 15). La lectura de la evolución y los cambios del discurso de la prensa a lo largo del tiempo, hecha con espíritu crítico, es fundamental para hacer un análisis de los contenidos y las formas de los mensajes.

En esa línea hemos seguido el discurso del agua en tres diarios españoles: El País, El Heraldo de Aragón y La Verdad de Murcia a lo largo de varios años, así como los discursos y tesis de los dos grandes partidos políticos, PP y el PSOE según han sido gobierno u oposición, y hemos analizado también cómo en ese contexto se ha ido construyendo el discurso social en dos regiones enfrentadas por el agua: Aragón y Murcia, en temas como los trasvases, las reacciones de las gentes y comarcas afectadas, las sequías, la desertificación, el proceso urbano turístico, el medio ambiente, el futuro, y la Directiva Marco. Enfrentadas, sí,...pero con la misma visión desarrollista y oportunista del agua.

Nuestra experiencia de varios años de seguimiento del debate demuestra que los medios de comunicación aportan su visión del mundo y su ideología, y que esa visión nos influye sobremedida. En el contexto de nuestras investigaciones hemos podido comprobar que los medios, sean nacionales o regionales, funcionan como catalizadores de opinión, construyendo y consolidando en este caso la idea de que las obras hidráulicas son la solución a los problemas de unos y de otros, incluidas las eventuales sequías; son presentadas como una respuesta necesaria al reto del desarrollo económico del país y, por tanto, al interés general. Obviamente, el propio sistema democrático permite la coexistencia de medios alternativos o independientes que dan otra visión del mundo, desde otras verdades. El problema es su escasa y delimitada difusión ante la sociedad. Hoy, para tener criterio objetivo es necesario buscar la pluralidad informativa, con un lenguaje que permita plantear la crítica y no limitarse a creer lo que uno lee, escucha o ve en los medios

## **1. Una reflexión general sobre los medios de comunicación**

A la hora de analizar las informaciones de los medios de comunicación, es necesario tener presentes una serie de premisas fundamentales: 1) que masifican y uniformizan a la sociedad (Escuela de Frankfurt); 2) que con frecuencia tienen vínculos muy significativos con los poderes políticos y/o económicos (Peter Golding y Graham Murdock), 3) que, en consecuencia, pueden ser utilizados como una herramienta de propaganda, 4) que por otra parte dan su visión del mundo y de su verdad, diciéndonos sobre qué temas concretos hay que pensar y cuando (agenda-setting de Maxwell Mc Combs y Donald Shaw) y, 5) finalmente,

que tienden a hacer que cualquier opinión diferente a la suya sea casi un imposible, amordazando toda disonancia (“la espiral del silencio” de Elisabeth Noëlle Neumann). En ese contexto se pregunta uno qué elección les queda a los ciudadanos.

### **1.1. Uniformización de la sociedad, visión personal del mundo y espiral del silencio**

Fundado en 1923, el Frankfurt Instituto für Sozialforschung nació como una institución mayoritariamente formada por filósofos judíos alemanes. Perseguidos sus miembros por los nazis se vieron obligados a emigrar primero a Ginebra en 1933y luego a Nueva York, hasta llegar al cierre del Instituto. Theodor Adorno, uno de sus líderes más destacados, junto con Max Horkheimer, definieron las grandes líneas de la visión crítica de la cultura de masas de los años cuarenta (Maigret E, 2003, 66): *Si los medios de comunicación de masa deben criticarse es porque prolongan la soberanía capitalista a través de la información y del entretenimiento* (Maigret E, 2003, 14). *En su modo de ver, los medios de comunicación ejercen un efecto ideológico muy potente: masificación de la sociedad, uniformización de los individuos, de sus ideas y sus comportamientos, extensión del conformismo, y el refuerzo del orden establecido a través de la difusión de estereotipos y juicios que son favorables, etc.* (Derville G, 2005, 75).

La economía política de la comunicación surge al final de los años sesenta, y sobre todo en los setenta. Existen siempre claros vínculos entre las políticas, la economía y los medios de comunicación. En su trabajo: *The political Economy of media* (1977) Peter Golding y Graham Murdock insisten sobre la realidad de esos vínculos, estableciendo la teoría de una economía política de los medios de comunicación en la línea marxista. *Ninguna comprensión de los medios de comunicación es posible sin tener en cuenta las condiciones económicas en las cuales se producen los mensajes que difunden. Los medios de comunicación son un “megáfono” al servicio de la clase dominante, sirven para movilizar apoyos a su propio beneficio* (Derville G, 2005, 77).

El efecto de agenda-setting fue teorizado en los años setenta por Maxwell Mc Combs y Donald Shaw en su obra *The emergence of american political issues, the agenda-setting function of the press*. Según esta teoría, los medios de comunicación, al llamar la atención sobre algunos eventos, nos dicen sobre qué temas concretos es necesario pensar o no. Establecen el orden del día de la información y definen el calendario de los eventos a tratar. Su hipótesis es que los medios de comunicación influyen sobre la opinión pública atrayéndola sobre algunos eventos concretos con el fin de apartarla de otros (Derville G, 2005, 45). Quizás, la prensa no logra en todo momento establecer al cien por cien lo que quiere que los ciudadanos piensen, pero en todo caso es extremadamente eficaz para decir a sus lectores cuáles son los temas y los problemas prioritarios de cada momento, los que conforman la actualidad. Los problemas que los medios de comunicación mencionan tienden a convertirse en los problemas prioritarios de los ciudadanos (Derville G, 2005, 46 citando Mc Combs et Shaw, 1972, *The agenda-setting function of mass-media*, *Public Opinion Quaterly*, n°36, 176-185)

Elisabeth Noëlle-Neumann (1974) plantea el problema de la influencia de los medios de comunicación sobre la opinión por simple intimidación, reprimiendo la diversidad de opiniones. En ese contexto tienden a reflejar sólo las opiniones mayoritarias previamente construidas, omitiendo las de las minoritarias.

El modelo del “espiral del silencio” se basa en varias hipótesis. Los individuos temen el aislamiento, de forma que tienden a ajustarse a la opinión de la mayoría por temor a ser marginados. Ese miedo al aislamiento forma, a nuestro modo de ver, parte integrante de todos los procesos de opinión pública. *Ees el punto vulnerable del individuo* (Noëlle Neumann E, 1989, 181-182). *El individuo observa las opiniones y evalúa la fuerza, el carácter movilizador y urgente, así como las posibilidades de éxito de algunos puntos de vista o s propuestas* (Noëlle Neumann E, 1989, 182). El individuo sólo expondrá la opinión que domina. La tendencia a expresarse en un caso y a guardar el silencio en otro, genera un proceso en espiral que instala poco a poco una opinión dominante (Noëlle Neumann E, 1989, 182).

## 1.2. ¿Tienen los ciudadanos opción de elegir una opinión?

Una ruptura se produce con Paul Lazarsfeld: el modelo centrado en la interacción substituye a un modelo demasiado simple de persuasión unilateral (Maigret E, 2003, 80). En relación a las teorías marxistas de la Escuela de Frankfurt, Paul Lazarsfel insiste en la elección de los individuos y en las redes interpersonales ante la influencia de los medios de comunicación. *El receptor no es un ser pasivo y vulnerable que traga sin reaccionar los mensajes emitidos por los medios de comunicación, sino un individuo insertado en un tejido social que está también influido por la presión de los grupos de pertenencia* (Reiffel R, 2005, 17).

La influencia de los medios de comunicación se opera según un proceso a dos niveles. La información difundida por los medios de comunicación es recibida por los líderes de opinión, que a continuación la retransmiten al resto de la población en debates interpersonales. El concepto de los dos niveles de la comunicación se debe a los estudios de Paul Lazarsfeld (*The People' s Choice*). Publicada en 1955 la obra *Personal Influence* presenta los resultados de Paul Lazarsfeld y Elihu Katz sobre los determinantes de las elecciones de consumo o políticas de los habitantes de Decatur (Texas). *Se confirma la hipótesis de una superioridad de las relaciones interpersonales sobre los medios de comunicación en el acto de decisión. Los líderes de opiniones (familia, círculos de amigos, colegas de trabajo, etc.) influyen sobre las elecciones mucho más que la acción directa de la publicidad de las revistas o las emisiones de radio* (Maigret E, 2003, 9). Es una concepción basada pues en la idea de que los medios de comunicación no reducen a la población a una masa uniforme, homogenizada y atomizada sino que los individuos tienen capacidades de conocimientos que difunden a través de sus redes. *Los que vieron la aparición de los medios de comunicación como el signo de una nueva paleta para la democracia y los que vieron los medios de comunicación como instrumentos maléficos tenían conjuntamente la misma representación del proceso de comunicación de masa. Su visión era en primer lugar la de una masa atomizada (...). Resumidamente, los medios de comunicación se consideraban como una nueva fuerza unificadora (...) en una sociedad caracterizada por una organización social amorfa y por la escasez de las relaciones interpersonales* (Maigret E, 2003, 80 citando *Personal Influence*, 16).

El consumidor puede siempre desarrollar sus tácticas, según Michel de Certeau. *Los individuos son capaces de fuga, experiencia, aprendizaje, descubrimiento* (Maigret E, 2003, 140). Nuestras experiencias, nuestros conocimientos, nuestras lecturas, nuestras relaciones interpersonales, etc. nos prueban -pese a todo-, que los medios de comunicación nos aportan su visión del mundo, y directamente nos influyen y nos cuadrículan. Difunden “su” verdad, la *verdad mediática*, repitiéndonos y afirmando las mismas cosas con respecto a un evento. La repetición se substituye a la demostración (Ramonet I, 1999, 192). Los medios de

comunicación, salvo excepciones, nos infantilizan; nos construyen la realidad convenciendo, popularizando, manteniendo y reforzando estereotipos. *Los medios de comunicación dibujan una realidad “de segunda mano”, es decir, un conjunto de hechos, declaraciones, personajes que el público sólo conoce por su intermediario, pero que tiende a considerar como “la” realidad exactamente representada... Así, los medios de comunicación contribuyen a construir la realidad en la cual se mueven los actores, con efectos que pueden ser masivos* (Derville G, 2005, 73).

Sin embargo, existen cada vez más medios de comunicación llamados “alternativos” o independientes que permiten abrirse a otras visiones del mundo, a otras verdades. El problema es su escasa difusión y su falta de accesibilidad.

Para un análisis pertinente de las fuentes periodísticas, es fundamental recurrir a las ediciones nacionales y regionales, con el fin de declinar y articular las escalas. *Las primeras son caracterizadas por la variedad del contenido y la calidad de la información nacional e internacional; en cuanto a las segundas, pretenden cubrir la necesidad de conocer las noticias de la región y la localidad* (Albert P, 2002, 16).

En nuestro estudio hemos trabajado con tres diarios españoles: El País, como periódico de ámbito nacional, por un lado, y con El Heraldo de Aragón y La Verdad de Murcia, por otro, como medios a nivel regional, y obviamente desde una limitación obligada en el tiempo, centrados en los momentos clave de la historia de los conflictos del agua en España. Nuestro análisis ha sido exhaustivo desde enero de 2000 (año de la aprobación del Plan Hidrológico Nacional bajo gobierno del Partido Popular) a junio de 2007, año de elecciones regionales. El análisis fue parcial entre 1992 (año de elaboración del Anteproyecto de Plan Hidrológico Nacional del PSOE) y 2000,

Para nuestro análisis de la prensa escrita, tanto nacional como regional, nos hemos centrado en una serie de temas comunes a las dos regiones: la representación del agua, las rivalidades y los adversarios, la imagen de la región, la percepción de la otra región, la opinión sobre la política hidrológica de los dos principales partidos políticos, PP y PSOE, la cuestión europea, etc., además de temas específicos a cada región, como la construcción de nuevas presas las poblaciones afectadas y los proyectos de nuevos regadíos en el caso de Aragón, el trasvase del Ebro, el riesgo de desertización, la sequía, y el proceso urbano-turístico en el caso de Murcia.

## **2. Los medios de comunicación catalizadores de la necesidad de nuevas obras hidráulicas para el desarrollo**

La idea de la corrección de los desequilibrios hidrológicos naturales y la distribución equitativa de los recursos hídricos -y en consecuencia la necesidad de obras hidráulicas-, es ampliamente transmitida por los medios de comunicación, convenciendo y consolidando la percepción social que asigna mayoritariamente la escasez en agua a un factor natural reduciendo fortuito, las lluvias, y no al factor humano. Sequía y aridez son presentados como un riesgo y una amenaza colectiva, como un desequilibrio de la naturaleza, como un obstáculo para el desarrollo económico cuya única solución pasa por las infraestructuras hidráulicas. *La gestión estatal del agua propició la institucionalización de la aridez como una amenaza colectiva de la cual liberarse* (Costantini B- Pedreño Canovas A, 2004, 6).

En los medios de comunicación, la palabra se da a menudo a las esferas económicas (agricultores, empresarios) y políticas, que utilizan el miedo y la amenaza de la crisis si no se

realizan una serie de obras, mientras otorgan un escaso lugar a la opinión de las esferas universitarias y científicas.

Los temas de la sequía y la aridez permiten legitimar la construcción de grandes infraestructuras hidráulicas. En este contexto, los medios de comunicación tienen un papel importante.

*La amenaza del desierto va a ser constantemente esgrimida como recurso discursivo legitimante de trasvases de agua foráneos hacia la cuenca del Segura (primeramente, a finales de los años 70, con la polémica en torno a la venida de agua desde el Tajo, y posteriormente, en la actualidad, con la construcción de un nuevo trasvase de aguas desde el Ebro). A su vez el trasvase de aguas va a ser representado como una barrera al avance del desierto. Es reconocido desde medios científicos que la sequía de 1981-1983 recibió un tratamiento mediático desmesurado (Costantini B- Pedreño Canovas A, 2004, 16).*

## **2.1. Sequía y aridez: dos obstáculos al desarrollo**

Los medios de comunicación mantienen las convicciones de que para superar la amenaza de la sequía y la aridez, es necesaria una aportación de agua externa. El agua se convierte así en un instrumento de propaganda que llega a abrir un abismo entre la importancia real de las sequías y su transcendencia mediática (Calvo Garcia Tornel, 2001, 383). Manuel Toharia Cortes (2001, 489) va más lejos empleando el término de la *sequía mediática*, la que llegan a transmitir los medios de comunicación, que en la sociedad da lugar a un tipo de *sequía psicológico-social*.

El análisis de Benjamin Costantini y Andrés Pedreño Cánovas (2004), referente al tratamiento del tema de la desertización por los medios de comunicación en el período 1980 y 1990, pone en evidencia una idea principal: los medios de comunicación apoyan el hecho de que sin infraestructuras no hay agua y sin agua el desarrollo es imposible. Los siguientes son algunos de los ejemplos al respecto, que Benjamin Costantini y Andrés Pedreño Cánovas han utilizado para ilustrar la posición del diario *La Verdad de Murcia*.

*“Si no la mandan del Trasvase, en junio no habrá agua para beber” (16 de marzo de 1983)*

*“Sin agua del Trasvase, la catástrofe es inmediata. Declaran los regantes que la situación es insostenible” (27 de abril de 1983)*

*“Si no llueve pronto y con abundancia Murcia puede quedar sin cultivos, sin agua, sin energía eléctrica y sufrir restricciones” (15 de noviembre de 1981);*

*“Cuarenta mil agricultores, desesperados por la sequía” (17 de febrero de 1984).*

Es fácil hacer un acta similar de esta influencia y esta reacción en cadena en los artículos del período 2000-2004. La prensa no dejó de señalar los daños de la sequía por falta de suministro de agua sobre el empleo, la agricultura, la industria y el turismo, para terminar siempre con la esperanza redentora que significa el proyecto de trasvase del Ebro.

Esta propaganda de información y esta institucionalización de la sequía y la aridez funcionan tanto a nivel nacional como regional. En la región de Murcia, el discurso mediático difunde el concepto del agua como factor primordial de producción; el recurso hídrico es necesario para el desarrollo económico y social de la región. Sin el trasvase del Ebro, la economía murciana entrará en crisis, de forma que el trasvase es la única solución viable para luchar contra la falta de agua. Sin el trasvase del Ebro el sector agroalimentario de la Región de Murcia desaparecería, etc.

*El sector agroalimentario de la Región podría estar viviendo sus últimos momentos de expansión si fracasa el proyecto del trasvase del Ebro o se demora una vez más la tramitación del Plan Hidrológico Nacional por falta de consenso. Un foro de expertos promovido por la Universidad de Murcia advirtió ayer que le economía regional entrará en recesión a partir del año 2005 si no se aportan más caudales desde otras cuencas. A partir de ese año, la mayoría de los acuíferos comenzarán a quedar agotados o salinizados por la sobreexplotación. (...) En opinión de estos investigadores y catedráticos, no existe alternativa más económica que el acueducto Ebro-Júcar-Segura. Tobarra Ochoa manifestó que el trasvase propuesto por el Ministerio de Medio Ambiente no afectara al régimen natural del Ebro ni a la economía aragonesa. Aseguro que esa solución “es la mas viable desde el punto de visita económico, medioambiental y social” (...). Senet afirmó: “Esta región debe luchar con todas sus fuerzas por conseguir el trasvase (...). De no tener los recursos del Ebro la situación será grave, muy grave”(La Verdad de Murcia, 17 de octubre de 2000, La economía regional entrará en crisis dentro de cinco años si no recibe el trasvase del Ebro)*

El agua es la clave del desarrollo económico y el motor de la competitividad; la llegada de agua es una cuestión de supervivencia; el agua es el futuro, etc. son ideas fuerza transmitidas de forma insistente por los medios

*Los empresarios de la Región de Murcia, a través de esta confederación, han decidido convocarse en próximo día 16 (...). Una reunión masiva que permita informar y también elevar la voz para pedir agua para la supervivencia de estas tierras y de su desarrollo socioeconómico (...) Cualquier escenario de futuro pasa por recibir caudales de otras cuencas (...). Por ello nos permito de convocar a los empresarios y a aquellos que presten su apoyo a la consecución de un PHN justo, equilibrado, respetuoso con los derechos históricos de cada quien y permita el desarrollo socioeconómico de la España seca. La evidente es que Murcia-Región, sin agua, no tiene futuro (La Verdad de Murcia, 6 de diciembre de 2000, Murcia, sin agua, no tiene futuro, Tomas Zamora Ros, Presidente de la CROEM).*

## **2.2. Un trabajo de persuasión: las infraestructuras hidráulicas son la solución**

Para justificar la necesidad de grandes infraestructuras hidráulicas, los medios de comunicación repiten “frases-fuerza” con el fin de convencer a la población (Choliz, 2001, 90): “España seca y España húmeda”, “el agua es de todos”, etc. También, juegan sobre la emoción (Choliz, 2001, 76) recurriendo a la solidaridad. El trasvase del Ebro, por ejemplo, se considera en los medios de comunicación como una infraestructura solidaria que permite luchar contra la “amenazadora” sequía de las regiones del arco mediterráneo.

La puesta en rivalidad de dos Españas se ilustra en un artículo publicado en marzo de 2001 en el País; por una parte, la España de la mitad septentrional que conoce inundaciones y por otra la España del litoral mediterráneo donde las precipitaciones son irregulares y escasas.



*En el invierno con la pluviometría más alta de los últimos 40 años, las calles de Madrid, como antes las de Barcelona o Zaragoza, se llenaron ayer de ciudadanos clamando contra el proyecto de trasvase previsto en el Plan Hidrológico Nacional. Paralelamente, estos días se ha producido el desbordamiento de algunos ríos en la mitad norte de España, mientras en el litoral mediterráneo, a excepción de la desembocadura del Ebro, la lluvia ha sido testimonial. Son las dos caras de la moneda (...); ¿Qué les induce a manifestarse contra un trasvase de agua excedentaria destinado a cubrir las carencias de los abastecimientos y regadíos de alto rendimiento en unas regiones predesérticas? (El País, 12 de marzo de 2001, Agua para todos).*

Para dar peso a su argumentación el autor utiliza una metáfora: los manifestantes han “inundado” las calles de Madrid, Barcelona y Zaragoza para demostrar su oposición al trasvase del Ebro incluido en el Plan Hidrológico Nacional de 2001. Esta descripción entre la España del Norte y la España mediterránea y su metáfora permiten poner en rivalidad esas dos Españas y, sobre todo, enfrentar a dos poblaciones entre ellas.

Otro estereotipo muy utilizado en los medios es “El agua del Ebro que se pierde inútilmente en el mar, mientras que hay tierras que se desertifican. Se derrocha el agua. Para destacar este derroche se utilizan datos y cifras, a menudo, incomparables y de manera demagógica, con el fin de manipular la población.

*El Ebro verterá este año al mar, según datos del Gobierno regional, unos 15.000 hectómetros cúbicos, una cifra repetida en años anteriores. Esto supone «16 veces el trasvase», denuncia el consejero de Agricultura, Antonio Cerdá. (La Verdad de Murcia, 10 de mayo de 2004, El Ebro volverá a echar al mar este año 15.000 hectómetros cúbicos).*

*El director general del Agua de la Comunidad, Miguel Ángel Ródenas, aseguró ayer que el informe que el Ministerio de Medio Ambiente presentó el viernes en la Conferencia Sectorial celebrada en Barcelona, «oculta que el río Ebro ha arrojado al mar este año de sequía 6.318 hm<sup>3</sup>, y 7.065 hm<sup>3</sup> el año pasado, unos volúmenes importantísimos de los que una pequeña parte resolverían completamente nuestra falta de agua». (La Verdad de Murcia, 8 de octubre de 2006, Ródenas: «El Ministerio oculta en su informe el agua que el Ebro arroja al mar»)*

*El consejero murciano, que visitará junto a la titular de Medio Ambiente las obras de modernización de regadíos «en alta» del post-trasvase en Lorca, pidió que explique «por qué permite que el Ebro arroje al mar 6.318 hectómetros de agua dulce en el último año hidrológico, que acaba de terminar, mientras la agricultura murciana se seca y se deslocaliza hacia otras comunidades como Castilla-La Mancha, Andalucía o Extremadura». (La Verdad de Murcia, 10 de octubre de 2006, Cerdá: «Modernizar regadíos no vale para nada sin trasvases»)*

Los medios de comunicación producen y difunden estereotipos y argumentos que influyen sobre la población y que tienen como efecto crear una percepción selectiva de las opiniones, un *filtro de la opinión pública* (Bergua J-A, 1998, 11). La sequía y el sentimiento de “victimización” abastecen las intervenciones de los medios de comunicación y la convicción que la única solución es la construcción de infraestructuras hidráulicas. Esta técnica, por ejemplo, es utilizada por los medios de comunicación aragoneses. La realización de grandes obras hidráulicas como las presas es necesaria para el futuro social y económico de Aragón y los regadíos, en particular, los que son el motor del desarrollo de la Comunidad autónoma.

*El agua como motor de desarrollo, es vital para el futuro de Aragón (...). El regadío no sólo permite asegurar cosecha y fijar población, sino que también hace posible diversificar la producción, ajustarse a las necesidades del mercado y adaptarse a las cambiantes exigencias de la Unión Europea (...). Lo que se pide son las obras del Pacto del Agua (...). Estas obras se reclaman para la agricultura, pero también para la industria y, por qué no, para el turismo (El Heraldo de Aragón, 5 de septiembre de 2001, Los regadíos que Aragón necesita)*

Por estas razones, la construcción de presas debe ser sostenida y apoyada por todos.

*“Las comarcas de Monegros y Bajo Cinca se unieron ayer a la lista de agentes sociales y económicos de la provincia de Huesca que hasta ahora han manifestado públicamente su respaldo a la campaña en favor del embalse de Biscarrués de la Comunidad General de Riegos del Alto Aragón” (...). “El presidente de Riegos del Alto Aragón, César Trillo, agradeció los apoyos manifestados por los presidentes de Monegros y Bajo Cinca y por el resto de colectivos económicos y sociales que hasta ahora han dado el "sí" al embalse "porque queremos que Biscarrués lo defendamos entre todos, no sólo Riegos del Alto Aragón"(...). En cuanto a los representantes comarcales, Manuel Conte, presidente de Monegros, fue sin duda el mayor defensor de Biscarrués "porque es la única solución para resolver el problema de nuestros regadíos", aseguró (El Heraldo de Aragón, 24 de noviembre de 2004, Monegros y Bajo Cinca respaldan la campaña en defensa de Biscarrués).*

*“Asimismo, es necesario mantener la presión sobre el Ministerio de Medio Ambiente y la Confederación Hidrográfica del Ebro para que aumenten el ritmo de las actuaciones y tengan como prioridad ejecutar los proyectos y las obras que ya han sido ratificadas por la Comisión aragonesa. Así como el resto de las actuaciones previstas en el Pacto del Agua y que no conllevan polémicas ni son conflictivas (...). Esa sería la mejor aportación que Cristina Narbona y José Luis Alonso pueden hacer para facilitar la solución definitiva y cerrar un debate que los aragoneses llevamos arrastrando desde hace casi un siglo y que ha hipotecado durante décadas el desarrollo económico, social y político de la Comunidad Autónoma (...) Al Gobierno central hay que exigirle más, pero también al Ejecutivo autonómico para que no baje la guardia y presione para dar el acelerón definitivo a las infraestructuras hidráulicas que requieren los aragoneses” (El Heraldo de Aragón, 7 de agosto de 2005, Narbona y el cauce del agua).*

### **2.3. Según el efecto que debe producirse: discursos recogidos o amordazados**

Los medios de comunicación crean una percepción selectiva de las opiniones y, según sus necesidades del momento recurren a expertos, científicos, universitarios o ecologistas para apoyar sus declaraciones y dar, hasta cierto punto, una prueba de la veracidad de sus observaciones. *Los discursos mediáticos explotan los argumentos ecologistas, que sólo son válidos si permiten criticar la posición del enemigo* (Bergua J-A, 1998, 12). Es fundamental analizar a quien se da la palabra y de donde proceden las fuentes. Eso tiene una gran influencia sobre el contenido del artículo y sobre el impacto que éste puede generar sobre la población.

En *La Verdad de Murcia*, es fácil observar que las personas habitualmente escuchadas sobre el tema del Plan Hidrológico Nacional y del trasvase del Ebro son los agricultores (esencialmente grandes comunidades de regantes), empresarios y miembros del Partido Popular. Al contrario, en *El Heraldo de Aragón*, se interroga generalmente a personas

esencialmente opuestas al trasvase del Ebro como los miembros del Partido Socialista, los de la fundación Nueva Cultura del Agua y la Comisión Europea.

Del mismo modo, los periodistas no dudan en utilizar el medio universitario y científico para apoyar sus observaciones. *El Heraldo de Aragón* dará la palabra a universitarios en oposición al trasvase, como Narcis Prat, instando, en particular en la importancia de sus trabajos sobre el Ebro y su delta.

*Narcis Prat es catedrático de Ecología de la Universidad de Barcelona y una de las personas que mejor conoce cómo funciona el río Ebro y los peligros que lo acechan. Es uno de los ecólogos con mayor prestigio de España y uno de los que mejor conoce los ríos. Ha publicado varios trabajos sobre el Delta y, desde su cátedra de la Universidad de Barcelona, ha trabajado para las principales instituciones. (El Heraldo de Aragón, 25 de abril de 2004, Narcis Prat: "El Ebro está en el límite entre ser un río vivo o convertirse en un mero canal").*

Al contrario, la Verdad de Murcia orientará sus artículos sobre universitarios y científicos en favor del trasvase del Ebro y su racionalidad económica para poner de relieve la necesidad de una contribución de agua sin la cual los regadíos van a desaparecer.

*La tesis realizada por el ingeniero agrónomo David Martínez Vicente ofrece una de las radiografías más completas sobre la desalación en España, y concluye que los precios del metro cúbico desalado oscilan entre los 40 y 65 céntimos de euros (de 68 a 107 pesetas), con un promedio de 43,22 (72 pesetas) según la capacidad de producción. El trasvase del Ebro la ofrecería a 0,31 euros (52 pesetas), sin subvención. El director de esta tesis doctoral, Melchor Senent Alonso, profesor titular de Hidrogeología de la UMU, (...) argumenta que los regadíos pueden soportar un coste de hasta 0,36 euros (60 pesetas) por metro cúbico (...). ¿Conclusión? hay que traer agua de fuera. Si se arruinan los agricultores, se arruina la Región de Murcia» (...). Hay que destacar las conclusiones similares que arrojó un estudio sobre desalación que realizó la Universidad de Zaragoza en el año 2001 a petición del Gobierno de Aragón (La Verdad de Murcia, 24 de marzo de 2004, La mitad del regadío puede desaparecer en diez años debido a la escasez de agua).*

Un reciente estudio, realizada en 2007 por el Comité de expertos en sequía, Comité establecido por el Ministerio de Medio Ambiente, titulado *La sequía en España – Directrices para minimizar su impacto* y más concretamente el capítulo dedicado a la sequía tal como esta evocada por los medios de comunicación - agencias de prensa, televisión, radio - muestra la “pobreza científica” de los artículos y la utilización de los expertos con fines demagógicas (Castro A, Guijarro L, 2007, 235-293).

*La lucha feroz que caracteriza hoy en día a los medios de comunicación por captar la mayor audiencia posible, supone en muchas ocasiones la “ocultación” de algunas noticias o hechos relevantes, e incluso la falta de información contrastada y analítica, a cambio de datos eventos o declaraciones de personajes públicos que se consideran más “espectaculares” y por tanto más atractivas (Castro A, Guijarro L, 2007, 235).*

El objetivo principal de ese estudio es detectar la presencia de fuentes expertas en la información que tratan de la sequía. El análisis se refirió a los periódicos regionales (sobre la última semana de agosto de 2006) y nacionales (durante todo el mes de agosto de 2006). El resultado: “se consulta a los expertos muy poco y hay una muy fuerte politización del tema” (Castro A, Guijarro L, 2007, 263).

Por lo que se refiere a la prensa nacional, el análisis pone de manifiesto que los artículos y noticias son alarmistas. “*Las expresiones como “guerra del agua”, “pérdida”, “falta”, “problema”, etc. abundan*” (Castro A, Guijarro L, 2007, 265). Por lo que se refiere a la prensa regional, la inmensa mayoría de los artículos dedica un puesto importante a la lucha por el agua con una ausencia casi total de fuentes expertas. “*Lo que significa que tampoco en la prensa autonómica se ofrece un tratamiento informativo-explicativo de lo que ocurre sino que simplemente se resalta un dato o una declaración de algún actor político*” (Castro A, Guijarro L, 2007, 234). Sobre 179 artículos catalogados en los periódicos regionales durante la última semana de agosto de 2006, solamente cuatro se centran en las opiniones de un experto sobre el tema.

## CONCLUSIÓN

En España, el discurso histórico considera que la desigual distribución del recurso hídrico, la sequía y la aridez son obstáculos al desarrollo, de forma que la única solución es una política de construcción de infraestructuras hidráulicas, nuevas presas y trasvases. El agua, las obras hidráulicas y la agricultura son la piedra angular del desarrollo social y económico de España. Es bajo el Regeneracionismo el franquismo cuando nació y tomó cuerpo social ese discurso, cuando se hicieron las mayores obras hidráulicas al respecto. Los medios de comunicación, nacionales y regionales, funcionan como catalizadores. Construyen y consolidan la idea que las obras hidráulicas son la solución para combatir los procesos naturales de sequía y aridez. Como las infraestructuras hidráulicas son necesarias para el desarrollo económico y social, son de interés general.

Los ciudadanos de cada una de las regiones enfrentadas sólo tienen una visión aproximada y parcial de la situación, ya que a las opiniones divergentes apenas se les da la palabra. Los medios de comunicación canalizan los pensamientos y no permiten el intercambio de opiniones. Generalmente, el agua en los medios de comunicación es un tema de políticas y no de expertos.

## BIBLIOGRAFÍA

ALBERT P (2002) : *La Presse, Que sais-je?* PUF, 127 p.

ARANDA J, DOMÍNGUEZ LASIERRA J (1976): *Aragón tiene sed. El Trasvase del Ebro en la Prensa*, Zaragoza, 277 p.

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC), Febrero-Noviembre de 2007, *Resumen general EGM*, Madrid, 14 p.

BERGUA J-A (1998): El pluriverso del agua. Discursos, imaginarios y contratos en el conflicto del agua, en Primer Congreso Ibérico sobre la gestión y planificación de agua « El agua a debate desde la Universidad. Por una nueva cultura del agua », 14-18 de Septiembre, Zaragoza.

BLUMER H, KATZ E, GUREVITC M, Uses and Gratifications research, *Public Opinion Quartely*, 37/4, 1973.

BRUNE F (1997) : Les médias pensent comme moi! – fragments du discours anonyme, Paris-Montréal, 217 p.

CALDAS CASTRO J (1997): L’opinion publique de l’eau, *CIHEAM- Options méditerranéas*, Série A, n°31, pp 469-476.

- CALVO GARCÍA TORNEL, F, 2001, Efectos sociales y económicos de las sequías en España, en MORALES GIL A, GIL OLCINA A (2001): *Causas y consecuencias de las sequías en España*, Alicante, pp. 373-38.
- CASTRO A, GUIJARRO L (2007): La sequía en los medios de comunicación in COMITÉ DE EXPERTOS EN SEQUÍA, 2007, *La sequía en España, Directrices para minimizar su impacto*, Madrid, pp. 235-293.
- CHAMPAGNE P (1990) : Faire l'opinion publique – Le nouveau jeu politique, Paris, 311 p.
- CHARAUDEAU P (2005) : Les médias et l'information – L'impossible transparente du discours, Bruxelles, 249 p.
- CHENG L, IGUARTURA J (2003): Una aproximación a la teoría de cultivo: un estudio empírico sobre los efectos mediáticos de la percepción del ambiente hídrico, *Congreso Agua y educación ambiental: nuevas propuestas para la acción*, 26 al 29 de noviembre de 2003, Alicante.
- CHENG L (2004): Las representaciones sociales de los recursos hídricos en los contenidos mediáticos en España y sus efectos en la percepción y concienciación popular del medio ambiente, Tesis Doctoral, Universidad de Salamanca, Facultad de Ciencias Sociales, 669 p.
- CHOLIZ, M (2001): El lenguaje y las mentiras de la propaganda, Valencia, Promolibro.
- COSTANTINI B, PEDREÑO CANOVAS A (2004): El riesgo de desertificación de las tierras del sureste español como problemática pública: una aproximación a la sociología del desierto, *VI Congreso Vasco de Sociología*, Bilbao, 26-28 de febrero del 2004, 29 p.
- DE BONVILLE J (2000) : L'analyse de contenu des médias, de la problématique au traitement statistique, Paris – Bruxelles, 451 p.
- DERVILLE G (2005) : Le pouvoir de médias: mythes et réalités, Grenoble, 207 p.
- FRANÇOIS Marie (2009) : *Eau et développement en Espagne. Politiques et discours. Les exemples de l'Aragon et de la région de Murcie*, Thèse de l'Université de Caen Basse-Normandie et de l'Université de Saragosse (Espagne), sous la direction de Robert Héryn et de Francisco Javier Martínez Gil, 963 p. <<http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00459592/fr/>>
- GERMAN BES C (2002): El tratamiento que la prensa ha dado a las movilizaciones populares en contra del PHN durante el 2001, in *Tercero Congreso Ibérico sobre la gestión y planificación de agua*, 13-17 de Noviembre de 2002, Sevilla ([www.us.es/ciberico.html](http://www.us.es/ciberico.html)).
- LAZAR J (1995) : *L'opinion publique*, Paris Sirey, 147 p.
- MAIGRET E (2003) : Sociologie de la communication et des médias, Paris, 287 p.
- MARTÍNEZ E (2003): Agua, televisión y educación ambiental, *Congreso Agua y educación ambiental: nuevas propuestas para la acción*, 26 al 29 de noviembre de 2003, Alicante.
- MOIRAND S (2007) : Les discours de la presse quotidienne – Observer, analyser, comprendre, Paris, 179 p.
- NOËLLE-NEUMANN E (1989) : La spirale du silence, une théorie de l'opinion publique, *Revue Hermès*, n°4, pp.181-189.
- RAMONET I (1999) : *La tyrannie de la communication*, Paris, Galilée, 200 p.
- REIFFEL R (2005) : *Sociologie des médias*, Paris, 233 p.
- REIG R (1998): Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial, Colección Papeles de comunicación, Barcelona, 295 p.

RIEFFEL R (2005) *Sociologie des médias*, Paris 223 p.

TOHARIA CORTES, M (2001): Las sequías en los medios de comunicación, en MORALES GIL A, GIL OLCINA A, 2001, *Causas y consecuencias de las sequía en España*, Alicante, pp. 487-493.