

Silencios recientes a violaciones de transnacionales españolas.

Medios, censura y detergente para lavado de imagen corporativa

David Llistar Bosch*



Recientemente quien escribe ha sido objeto de algunos fenómenos mediáticos dignos de ser analizados en una revista de ecología política. Se trata del cortocircuitaje de información auténtica aunque degradante sobre una determinada empresa transnacional española, que termina desplegando su poder sobre los grandes medios de comunicación, para preservar su buena imagen corporativa y su estrategia de márketing. El valor de este análisis es que sirva para comprender el silencio generalizado de los medios de comunicación respecto a las violaciones sociales, ambientales o económicas provocadas por las grandes empresas transnacionales. O dicho de otra forma, la lógica de la sutil pero inadmisibles «CENSURA CORPORATIVA».

* Coordinador del Observatorio de la Deuda en la Globalización (www.debtwatch.org). Càtedra UNESCO en la UPC de Tecnologia, Desenvolupament Sostenible, Desequilibris i Canvi Global. Universitat Politècnica de Catalunya.

¹ Nos referiremos a REPSOL y no a REPSOL-YPF por entender que queda ya muy poco de YPF en la empresa. La fusión entre petroleras fue en realidad una adquisición de YPF por REPSOL. Si fuera nuestra voluntad la de ser profundamente estrictos, deberíamos referirnos a la empresa bajo el denominante «REPSOLCAIXA».

El siguiente artículo dirigido a la opinión pública y a los accionistas de REPSOL¹ en particular, logró cruzar dos de las tres líneas por las que debe remontar un artículo de opinión en casi cualquier gran periódico cuando es escrito desde fuera. En primer lugar una periodista de *El País* interpretó como interesante el artículo y aceptó vehicularlo hacia su publicación con el supuesto que aunque apuntara directamente a REPSOL, el peso e independencia corporativa de *El País* iban a permitir, al fin y al cabo, que saliera a la luz. El artículo por tanto cruzó satisfactoriamente la primera línea y se acercó a la segunda con una sugerencia amistosa de la periodista: «rebaja el número de referencias a la palabra REPSOL». El texto íntegro llegó a la segunda línea, el consejo de redacción, a quien gusto el contenido y el estilo general del artículo. Sin embargo se hacía efectiva la «recomendación». Esta vez era una recomendación del estilo de las utilizadas por el FMI, sinónimo de amenaza. Sin placer alguno fue rebajado al mínimo el número de referencias directas a dicha palabra clave sin que ello alterara el objetivo del artículo, y entregado de nuevo cruzaba definitivamente la segunda línea. Faltaba la última, la del redactor jefe. Dos semanas después, respondía éste no por escrito sino a través de la periodista y por teléfono: «Lamentablemente REPSOL no pue-

El artículo censurado por *El País*

ACCIONISTAS y el *TERCER MUNDO CORPORATION**

DAVID LLISTAR



Hoy de las 100 principales megaeconomías del planeta, más de la mitad no están dirigidas ni por gobiernos democráticos ni por dictaduras tradicionales. Se trata de grandes compañías transnacionales privadas que «deslocalizan» su poder por el mundo entero, como la General Motors, cuyas ventas equivalían a la suma de los PIB de Irlanda, Hungría y Nueva Zelanda juntas (UNCTAD, *Informe sobre las inversiones mundiales 2000*).

¿Y cuál es la lógica de estos megaactores cuya importancia no para de crecer? ¿Quién los dirige y quién los controla? Las dirigen los llamados «consejos de administración». Unos reducidos y exclusivos consejos que se deben a su prioridad conatural: saciar de crecimiento económico (eufemismo de «lucro») a los propietarios de la empresa, los accionistas.

Pocos accionistas sin embargo conocen los detalles de la actuación de su empresa, especialmente cuanto se refiere a impactos sociales, ambientales o mismamente económicos sobre poblaciones con(tra) las que interactúan sus filiales. Esa información no fluye. El accionista desconoce su responsabilidad en muchos de los conflictos generados por la empresa, especialmente los que ocurren en el Sur político del planeta. Y aunque a los creadores de imagen corporativa no les interese, el propietario tiene derecho y obligación de conocer si su empresa viola o no los derechos básicos de cualquier humano ajeno, por muy lejos que éste se encuentre.

Una muy reciente experiencia ilustra con creces el sutil pero enorme poder que ejercen las transnacionales sobre los estados, y de cómo, si no se establecen mecanismos de evaluación independiente de su impacto transnacional y de regulación activa, las violaciones a los derechos humanos están servidas.

Durante el presente mes de agosto un grupo de 17 experto/as de 6 países (Ecuador, Brasil, Perú, Colombia, Canadá y del Estado español) viajamos a la Amazonía ecuatoriana en una misión internacional

dirigida a verificar los impactos de la actividad petrolera en el gran parque nacional Yasuní. El Yasuní (679.730 has un tercio de las cuales pertenecen al pueblo huaorani) fue declarado reserva de la biosfera y aloja la mayor diversidad de árboles por hectárea del mundo.

La misión, que contaba con el permiso del propio gobierno ecuatoriano y de la ONAHE (Organización Nacional de Asociaciones Huaoranis del Ecuador), fue expulsada por una empresa transnacional española, la 'gran' petrolera española, de cuyo nombre no quiero ni acordarme (REPSOL-YPF). ¿Los motivos? La compañía se remitía a nuestra seguridad ante la expansión del conflicto colombiano hacia la selva ecuatoriana. Esta vez no se trataba de la expulsión de una misión de la ONU por un 'Estado Gamberro' que quizás escondiera armas químicas, sino la de una misión que, aunque autorizada por un Estado (supuestamente soberano) y por sus ancestrales pobladores, fue rechazada por una empresa extranjera que controla políticamente un buen pedazo del territorio, incluidos a indígenas, colonos, traficantes y ejército nacional. ¿No es legítimo pensar que la empresa pretendía no mostrarnos algo? Las instrucciones de expulsión nos llegaban el mismo día en que la misión ingresaba en el bloque 16, el pedazo de selva concesionada a la petrolera española por uno de los anteriores gobiernos ecuatorianos. Sucedió justo cuando nos encontrábamos en la comunidad indígena huaorani de El Guyillero entre entrevistas y pernoctación. Las declaraciones del responsable máximo de seguridad de la compañía son cristalinas: «Ustedes se encuentran en casa de REPSOL y deben abandonarla». A lo que se le preguntó si consideraba que las comunidades indígenas que nos acogían también dependían de la empresa extranjera. El responsable, respaldado por cuatro miembros del Ejército ecuatoriano, respondió que sí. La portavoz ecuatoriana de la misión contestó que no obedeceríamos ninguna orden de una compañía extranjera. La respuesta del responsable de seguridad fue que REPSOL-YPF podría entonces ordenar al ejército (ecuatoriano) que nos sacara del Parque Yasuní. Y así se hizo al día siguiente.

¿Deberían los accionistas de la compañía conocer este tipo de información?



* El artículo se basa en el «Informe de la Misión de Verificación de los Impactos Petroleros en la Reserva de la Biosfera Yasuní/Territorio Huaorani», disponible en www.debtwatch.org - www.observatoriodeuda.org - www.observatoriodeute.org y hoy todavía inédito.

de aparecer en el artículo, ni una sola vez. El artículo sigue gustando y recomendamos que se reescriba aludiendo a la generalidad de las transnacionales». La pobre periodista, el intento, la campaña y la información anticorporativa llegaban al *game over*. El autor desistió de intentarlo por ese canal. Otros compañero/as involucrados en la misión de verificación a REPSOL lograron sacar la información pero sólo por el diario *Gara* y por *El Mundo*-Edición Valladolid. En cambio, casi todos los grandes medios escritos del Ecuador, país donde acontece la noticia, ofrecieron la noticia.

Pero ¿cómo consiguió REPSOL censurar automáticamente la salida de información negativa a su imagen pública? En otras palabras y generalizándolo ¿Cómo logran las grandes corporaciones transnacionales filtrar la verdad a su favor?

Apuntamos aquí de forma muy breve algunos de los mecanismos que suelen utilizarse en la llamada censura corporativa.

*Si hablas mal de mí,
olvídate de mis ingresos.*

En primer lugar el factor publicidad. Los medios de comunicación privados se financian esencialmente a partir de los ingresos por publicidad. Entre los anunciantes se encuentran distintas categorías de empresas y otras instituciones que se clasifican en función de los ingresos que reportan. La alta concentración empresarial que suponen los grandes conglomerados transnacionales permite a su vez afinar la puntería publicitaria y centralizar la gestión de la propaganda de las distintas marcas asociadas. La amenaza de cortar los contratos por publicidad a un medio que emita cualquier noticia negativa de alguna de las marcas del consorcio, otorga a la empresa anunciante un poder indirecto de censura enorme.

Por esa misma concentración empresarial, se deriva un segundo factor que incentiva la censura: el medio sabe que si



en algún caso la información no llegara a ser veraz, es decir fuera falsa o no contrastable, las grandes compañías podrían activar algún alto bufet de abogados para interponer una causa contra el medio que publicó la noticia y contra su autor. En un mero análisis de riesgos o simplemente de coste/beneficio, siempre que no existan tampoco réditos políticos, el medio de comunicación preferirá inhibirse a dar crédito a una voz que éste no tenga capacidad de contrastar muy detenidamente. Y si se detiene demasiado, tal vez ya no será noticia.

Un tercer factor para la censura de violaciones corporativas, es la posibilidad de que el medio de comunicación en cuestión sea copropietario de la empresa a denunciar. Por ejemplo sería impensable que Antena 3 TV denunciara a uno de sus propietarios, Telefónica, a menos que los directivos de Antena 3 TV quisieran cambiar de oficio o bajar de rango.

Existen otros factores que influyen, como sutiles alianzas y afinidades entre corporaciones mediáticas y no mediáticas de tipo político, metapolítico, ideológico o económico, a veces

² *Stakeholder*, expresión del argot economicista anglosajón que se refiere a todos los actores involucrados y susceptibles de ser beneficiados o no por una determinada empresa (trabajadores, comunidades cercanas a las fábricas, consumidores de sus productos, etc.).

coyunturales a veces orgánicas; relaciones de endeudamiento congelado, como el caso de Grupo Prisa con el SCH; etc.

Es posible que en el caso que aquí se toma como ejemplo, se hayan activado automáticamente tanto el primer mecanismo (represalias en los contratos por publicidad), como sobre todo el segundo (precaución a posibles querellas) y algo del tercero (afinidades). El resultado es fulminante. Los accionistas de empresas como REPSOL que violan los derechos sociales, ambientales o económicos de terceros, sólo podrán beber de fuentes distorsionadas como son su propia publicidad, y sus informes sobre RSC (responsabilidad social corporativa) que recibirán dentro de la memoria anual de resultados de la empresa. Con ello, los accionistas no conocerán más que datos económicos e imágenes que les producirán prediseñadas sensaciones de buen gobierno y de servicio a la comunidad. Nada más lejos de la realidad.

Por ello, y asumiendo que no todo accionista se rige por principios morales, como a estas alturas ya es bien sabido, se constata que son necesarios mecanismos independientes de información sobre los impactos (incluidas las violaciones) que las empresas transnacionales causan sobre todos sus «stakeholders».² Si los *mass media*, especialmente aquellos cuyos ingresos dependen exclusivamente de la publicidad corporativa, no contribuyen como hemos visto a ninguna democracia informativa, deberíamos plantearnos algunas alternativas serias.

En ese sentido proponemos cinco vías de actuación para escapar de la censura corporativa. En primer lugar, reforzar la creación y difusión de los canales críticos (observatorios de transnacionales por ejemplo,³ espacios sobre consumo crítico,⁴ espacios sobre ese tema en medios independientes⁵). En segundo, presionar al Estado para que implemente mecanismos independientes de auditoría social y ambiental, que los haga transparentes y que los aplique a todas las corporaciones españolas.

Los informes sobre RSC presentados hoy por la casi totalidad de las transnacionales españolas del IBEX-35 aparecen como sucedáneos de dichas auditorías. Sin embargo no son más que fórmulas marquetinianas de evitar la regulación del Estado o de las campañas de la sociedad civil. Es de sentido común que ninguna empresa va a denunciarse a sí misma de violar a una determinada comunidad o *stakeholder*. Por esta misma razón y por responsabilidad social verdadera, hay que desconfiar en tercer lugar de todo lo que se autodefina como RSC (o RSE en América Latina). Eso significa también escapar a de las tentaciones de apoyo institucional a dichas estrategias, especialmente las ONGD que se dedican al desarrollo. En cuarto lugar provocar la visibilización de las contradicciones de quienes informativamente deberían ser cómplices de los violados y no de los violadores, es decir, los grandes medios de comunicación, llevando al extremo determinados casos emblemáticos (al puro estilo Michael-Mooriano, véase por ej. *Bowling for Colombine*). Y finalmente y aunque no sea demasiada garantía, preferir los medios estatales a los privados, por depender en su totalidad estos últimos de sus accionistas y de la publicidad y, por lo tanto, ser sujetos de censuras corporativas.

³ Véase por ejemplo, www.omal.info, www.ojotransnacional.org (en construcción), www.observatoriodeuda.org para transnacionales españolas, www.corpwatch.org (para las norte-americanas), www.transnationale.org (para las francesas y muchas otras), www.corporatewath.org (para las británicas), www.corporateurope.org (para los lobbies de las empresas europeas), www.oilwatch.org (para las petroleras), etc.

⁴ Véase www.opcions.org, o www.ethicalconsumer.org.

⁵ Véase la *Assemblea per la Comunicació Social* (www.okupemlesones.org), *Media Watch* (www.mediawath.org) o *Indymedia* (www.indymedia.org) por ejemplo.

