

El nuevo gobierno y el medio ambiente. Realidades o promesas

Miriam Alfie Cohen*

Luis H. Méndez Berrueta*

A pesar de tanto disimulo, para nadie resulta sorprendente el grave problema ambiental que vive el país. Aire, agua, bosques, alimentos transgénicos, basureros tóxicos, espacios urbanos, territorios productivos y muchos lugares y formas contaminantes, se expanden incontenibles. Ni la normatividad jurídica existente, ni la movilización social, ni las organizaciones ambientalistas, ni las instituciones de gobierno, ni los acuerdos internacionales, han logrado desvanecer la amenaza que representa el deterioro ambiental para cualquier forma de vida. ¿Existe alguna posibilidad de que el nuevo gobierno pueda mejorar esta inquietante realidad? Con este trabajo pretendemos mostrar que ni el gobierno foxista ni cualquier otro, al margen del signo que porten, encuentran hoy condiciones propicias para hacerlo. Es turbador percibir la enorme fuerza y la impunidad con que defiende la economía global sus intereses. Las mil y una formas que el capital utiliza para eliminar los obstáculos que se le aparecen; los millonarios recursos que dilapida en su combate de exterminio contra cualquier tipo de antagonismo social que intente limitar sus designios. El Estado-nación pierde fuerza ¿y la sociedad civil, vigilante de la acción del Estado?

En un principio sorprende que la plataforma electoral en que apoyó su campaña el hoy presidente electo, no sólo dedica poco espacio de atención a la problemática ambiental, sino que sus referencias a los asuntos ecológicos son, en su mayoría, lugares comunes que por años sólo han mostrado su capacidad retórica y su inutilidad práctica. No existe una propuesta clara de cómo enfrentar el deterioro más allá de postulados carentes de contenido. No se hacen propuestas concretas sobre pro-

blemas específicos capaces de situar los retos que el país debe enfrentar para iniciar una real solución a este tipo de desequilibrios y mucho menos se señalan los orígenes de donde parte el desorden ambiental. Tal vez el único punto verdaderamente novedoso es el de tratar de incorporar los costos ambientales al producto interno bruto; sin embargo en la plataforma de gobierno no se especifica ningún plan o programa para establecer esta propuesta y se deja de lado la posibilidad de incorporar el rubro de deterioro ambiental a las cuentas nacionales. Por lo tanto, tendríamos que esperar nuevas señales sobre estos dos asuntos para poder

* Profesores-Investigadores, Área de Sociología, UAM-Azcapotzalco.

ampliar los criterios que el nuevo gobierno presentará en materia ambiental. Sin embargo, vale preguntarse: ¿Existirá voluntad política en el nuevo gobierno para enfrentar al poderoso capital global, principal causante de la inestabilidad ecológica?. Por convencimiento o por imposición, el nuevo gobierno, lo mismo que las tres últimas administraciones priístas, continuará impulsando y fortaleciendo el modelo de crecimiento económico establecido desde los centros de poder internacional. El caos ambiental que amenaza las diversas formas de existencia en el país, tiene nombre y apellido, y no se ve hasta el momento ni el deseo ni la fuerza para enfrentarlo. (Véase Recuadro 1)

Recuadro 1
Plataforma electoral.
Propuesta social: ecología

- Impulsar estrategias y metas con carácter de política de Estado.
- Instrumentar planes gubernamentales incluyentes, resultado de un diálogo constante con los diversos grupos de la sociedad y especialistas en el tema.
- Aplicación estricta del Estado de Derecho en materia ambiental, fortaleciendo a la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente y demás organismos que procuran la justicia ecológica en el ámbito nacional y estatal.
- Incorporar al Producto Interno Bruto los costos ambientales del desarrollo, a fin de determinar si las políticas instrumentadas son realmente sustentables.
- Construir indicadores que permitan evaluar con toda transparencia la eficiencia de las políticas ambientales y así rendir cuentas claras a los ciudadanos.
- Sin información y sin legislación apropiada los productos transgénicos pueden representar una amenaza.
- Trabajar para conservar la rica biodiversidad garantizando su uso y disfrute sustentable en beneficio de las presentes y futuras generaciones.
- Detener la deforestación e impulsar la reforestación.
- Impulsar proyectos y políticas que tomen en cuenta la variable ambiental.

El Gran Capital y el Movimiento de *Uso Inteligente*

A partir de los años ochenta, con la consolidación del neoliberalismo y los procesos de desregulación, se va creando, a nivel mundial, una nueva estrategia empresarial que pretenderá ejercer presión sobre las demandas ambientalistas incorporando un nuevo discurso, acciones y propuestas orientadas a limpiar la imagen “perversa” y “sucias” que las grandes industrias fueron acumulando en el transcurso de los años. La presión de grupos ambientalistas, los riesgos y consecuencias del uso del DDT, los desechos tóxicos encontrados en distintos puntos y lugares del planeta, las prácticas nucleares y militares en Estados Unidos, el accidente en la India provocado por la empresa *Union Carbide* —que mató a 3000 personas—, las terribles consecuencias de Chernobyl en 1986, con más de diez mil muertes y la expansión de enfermedad y caos, así como el derrame de petróleo del buque *Exxon Valdez* en Alaska, son tan sólo algunos de los acontecimientos, que unidos al contexto mundial de apertura y desregulación, dieron pie a una transformación táctica y estratégica de los grandes corporativos frente al medio ambiente.

El auge del movimiento ambientalista y las regulaciones ambientales contribuyeron a que los grandes corporativos empresariales se sintieran amenazados en sus procesos productivos y de disposición final. La llegada al poder de Margaret Thatcher y Ronald Reagan, y con ellos el triunfo del neoliberalismo y la promesa de que el mercado resolvería cualquier contradicción, crearon las bases de un panorama ideal para la nueva estrategia empresarial. La libertad consistiría en renegociar las leyes ambientales promulgadas y terminar con el discurso ambientalista de manera definitiva. El nuevo enemigo de la libre empresa ya no era solamente el sistema socialista, sino también las trabas que el ambientalismo, su discurso crítico y la regulación gubernamental les ocasionaban. La llegada del neoliberalismo abre la puerta a las posturas conservadoras y fortalece los intereses empresariales.

La Conferencia de Bergen (1990), La Segunda Conferencia Internacional sobre Industria y Manejo Medio Ambiental en

Rotterdam (1991), y la Conferencia de Medio Ambiente y Desarrollo en Río (1992), son los antecedentes de un nuevo tipo de organización empresarial transnacional. Desde esta nueva perspectiva se trata de generar un afilado discurso en el que la industria se autodenomina como el pivote de solución a los problemas ambientales, planteando una participación activa y compartida con el gobierno, la sociedad civil y la academia.

Los grandes corporativos se definen bajo una imagen verde y amigable con el ambiente y establecen la necesidad de incorporar una gerencia responsable, aplicar conocimientos, técnicas y valores verdes, pues hoy la sociedad les exige su compromiso con la naturaleza y la producción biodegradable. Bajo las reglas estrictas del mercado, si el consumidor demanda este tipo de productos, la oferta debe responder ante ellos. De esta manera, lo que cabe impulsar es el mercado y una nueva forma de consumo, más que imponer los famosos límites al crecimiento que dieron lugar a las preocupaciones medioambientales.

Se incorporó la agenda verde en el discurso conservador y de la Nueva Derecha en el poder, ahora el reto consistía en modificar la opinión pública, inyectar importantes recursos para crear grupos de apoyo científicos, técnicos y de base y acabar con las regulaciones ambientalistas impuestas en los años setenta. “Los neoconservadores han declarado al ambientalismo como un enemigo equiparable al estado de bienestar o al comunismo. Los movimientos ambientales como el Estado de Bienestar o el insuficiente incentivo a las ganancias son innecesarios y restringen el crecimiento económico”.¹

La estrategia emprendida por las empresas consistió en utilizar las prácticas de los movimientos ambientalistas: organizar redes, constituir coaliciones, crear grupos de base, elaborar campañas ya sea escritas o por teléfono, usar a los medios de comunicación y acudir a audiencias públicas para escuchar testimonios, todo ello con el fin de maximizar

su influencia política. El despliegue de recursos económicos más un nuevo grupo de profesionales y “expertos” fueron el cimiento de esta nueva estrategia empresarial. El fin era combatir la pesadilla de las regulaciones ambientales y acallar, para siempre, las acciones y denuncias sociales en su contra. “Para 1982, 2442 firmas tenían una forma de representación política en Washington, comparado con las 175 que existían en 1971. Las asociaciones comerciales también se trasladaron a Washington y reestructuraron e incrementaron sus presupuestos”.²

Nos parece sumamente importante profundizar en el análisis del *Wise Use Movement* (WUM) (Movimiento de Uso Inteligente): quiénes lo constituyen, cuáles son sus objetivos, qué tipo de organización presenta y cuáles han sido sus alcances. Descubrir estas interrogantes podrá dar luz en el análisis de las acciones emprendidas por los grupos conservadores, empresarios de la vieja guardia y la Nueva Derecha en contra del movimiento ambientalista y la normatividad ambiental.

El WUM está constituido por diversas corrientes, pero todos consideran a las regulaciones ambientales su enemigo común, éstas afectan no sólo la propiedad privada, sino también el uso total de la tierra y el agua, el crecimiento de la libre empresa y los derechos de propiedad que son sacrosantos e intocables. Así, se oponen a cualquier intervención gubernamental aun cuando ésta sea de interés público. Sus principios reflejan la continuidad del modelo de crecimiento adoptado, el uso acelerado de recursos naturales, el descrédito del movimiento ambientalista y el crecimiento de la ganancia inmediata como eje de sus propuestas. (Véase Recuadro 2)

Los campesinos de zonas rurales marginadas son los activistas más aguerridos al interior del WUM; para ellos, las acciones del gobierno en la protección del medio ambiente han restringido sus zonas de cultivo, al mismo tiempo que critican el discurso ambientalista argumentando que éste se preocupa más por animales y plantas que por los hombres y sus

¹ Cfr. Mc Grew, A. “The political Dynamics of the New Environmentalism” en *Business and Environment. Implications of the New Environmentalism*, St. Martin's Press, New York, 1999, p. 15.

² Beder, Sh. *Global Spin. The Corporate Assault on Environmentalism*, Green Books, United Kingdom, 1997, p17.

Recuadro 2 Principios del Movimiento de Uso Inteligente

1. El trabajo humano debe ser medido en términos de productividad y bienestar, el poder y el estatus son la recompensa para ese duro trabajo.
2. La naturaleza está a disposición del uso humano.
3. La verdadera riqueza deriva de extraer y sumar valor a los recursos naturales.
4. Las tierras y aguas productivas deben ser propiedad de sus productores. Las regulaciones deben mantenerse en su nivel más bajo.
5. El libre mercado favorece a productores y consumidores y las restricciones de cualquier tipo deben eliminarse.
6. La degradación energética y de los recursos minerales no son un problema como los ambientalistas insisten.
7. El papel del gobierno es proteger y cuidar el derecho a la propiedad privada.
8. La esencia de las personas de Occidente se encuentra en el racionalismo y la auto confianza.

Fuente: Elaboración propia con datos de Beder, Sh. *Global Spin. The Corporate Assault on Environmentalism*. Green Books, United Kingdom, 1997.

trabajos. El WUM aprovecha el descontento de estos grupos y adopta como estrategia autonombrarse el “verdadero” movimiento ambiental; marginan a los ecologistas y resaltan los puntos de vista y las acciones de las facciones radicales, llegando al extremo de proponer que el ambientalismo es atípico a los problemas públicos; pretenden hacer un juego sucio a los movimientos verdes: establecen coaliciones con pequeños grupos que han sido afectados por la protección ambiental, forman alianzas con individuos que defienden la ideología del pionero colonizador *Old West*;³ enfatizan el costo económico de las políticas ambientales y crean la sensación de que la meta fundamental de los ambientalistas es generar un poder autoritario. “El Centro de Defensa de la Libre Empresa (cuartel del WUM) provee acceso directo a los interesados para conocer de cerca las propuestas del movimiento del uso

³ Visión que plantea al hombre como eje del desarrollo y la utilización *ad infinitum* de la naturaleza, sin importar sus tiempos. Los recursos se encuentran para ser explotados por el hombre.

inteligente a través de varios medios de comunicación propiedad del propio Centro y cuentan con una estación de radio en *Oregon*, una cadena de 85 filiales de estaciones de radio, un programa de entrevistas y media docena de estaciones televisoras”.⁴

Uno de los puntos clave utilizados por el uso inteligente ha sido cooptar a ex miembros de grupos ambientalistas, sobre todo conservacionistas, para aprender y poner en práctica las tácticas del propio ambientalismo con el propósito de derrotarlos con sus propias armas. Como si esto no fuera suficiente, elaboran listas de afectados por alguna regulación ambiental, se comunican con ellos y los unen a sus acciones. Pero el punto central es que la formación, el financiamiento y el desarrollo del WUM provienen de los grandes corporativos y empresas. El Movimiento de Uso Inteligente fue creado por y las ideas liberales, las ventajas de la privatización y desregulación.⁵ Así, los corporativos tienen una doble meta: acabar con las regulaciones ambientalistas y anular las posibles demandas por daños.

Las acciones empresariales apuntan a fomentar la participación de los trabajadores de la empresa en el WUM por medio de obsequios y premios para dar la impresión de un movimiento de base que está en contra de las regulaciones con el propósito de fundar las nuevas y sólidas bases del *lobby* empresarial estadounidense. Utilizan las mismas estrategias del movimiento ambientalista (recolectan firmas, utilizan a minorías, tocan puertas, organizan cartas, hacen eventos, visitan comités, cabildean y están en las audiencias públicas) crean su propio movimiento de base, copian expresiones como *Earth First* (la tierra primero) y lo más relevante es que fomentan las alianzas entre empresas, grupos conservadores, republicanos y el WUM. Esta alianza los revitalizó y llegó al extremo de ser tan poderosa que en la Cumbre de la Tierra en 1995 impidió que los Estados Unidos firmaran el acuerdo de Biodiversidad.

⁴ Beder, Sh., Op. cit., p. 54.

⁵ Se ha comprobado que muchos de estos recursos son también para grupos conservadores, republicanos, la National Rifle Association y grupos de ultra derecha. Algunos investigadores aseguran que el WUM participó en el atentado de Oklahoma City Bomb en 1995.



FOTO: MÁRGARA DE LEÓN

Aprender las formas de acción de los ambientalistas le proporciona a las grandes empresas la posibilidad de generar un supuesto movimiento de base que puede orientar y dirigir las metas que la empresa desee, pues no sólo le da arraigo frente a los trabajadores, sino que les permite utilizar al WUM como recurso político frente a sus deseos electorales y de control normativo. El WUM se convierte en una de las piezas centrales de la vieja guardia conservadora, la cual aprendió cómo moverse en las aguas de los propios movimientos ambientalistas para desacreditarlos y marginarlos. La fuerza del WUM en los Estados Unidos es impresionante, se utiliza el término de uso inteligente para confundir y rebatir al desarrollo sustentable, argumentando la riqueza de recursos naturales, su inagotabilidad y las grandes posibilidades humanas frente a la introducción de esta concepción. Es más, establecen que el triunfo del ambientalismo se basó en un movimiento social por lo que el triunfo de la libre empresa y libre elección debe seguir los mismos pasos.

Los Think-Tanks: el poder de las ideas

Una de las tácticas más importantes que la vieja guardia ha utilizado para combatir de manera definitiva al movimiento ambientalista ha sido la creación de centros técnicos y de investigación conocidos como *Think-tanks*, éstos funcionan como institutos privados, libres

de impuestos y concentrados en las labores de investigación. Se les conoce como universidades sin estudiantes, donde se da la conjugación de ideas y proyectos de expertos que tratan de consolidar opiniones tanto en el campo político como en el ideológico. Hoy son un grupo de tal poder y magnitud que se han convertido en una parte fundamental en la toma de decisiones de los diferentes partidos políticos.

Entre los principales *Think-Tanks* conservadores podemos destacar a la *Heritage Foundation* que tiene un presupuesto de 25 millones de dólares por año y el 90% de sus aportaciones provienen de 6000 donantes privados, *The Cato Institute* que, desde 1977, ha elaborado programas concretos en contra del movimiento ambientalista, favorece el libre mercado y la mayoría de sus miembros se identifica como *yuppies*; sus fondos provienen de industrias como la *Coca-Cola*, *Exxon*, *Procter & Gamble*, *Ford Motor Company*, *Monsato*, entre otras. "Muchas fundaciones ricas están listas para pagar buen dinero a cierta gente para que se siente y piense".⁶

Los *Think-Tanks* poseen tal fuerza que su poder llega a constituir o desvanecer consensos políticos de amplias magnitudes y en los Estados Unidos remplazan a los partidos políticos en el terreno de la discusión ideológica y de la planeación política. Es más, políti-

⁶ Beder, Sh., Op. cit., p. 83.

cos y oficiales del gobierno estadounidense buscan a estos “expertos” que tienen la habilidad de sintetizar, resumir e interpretar los códigos, los símbolos y la información que ellos necesitan. La meta es crear un *Talen Bank* (Banco de Talentos) de posibles candidatos que se integren a las filas de los “expertos”, los *Think-Tanks* han sido el soporte de la agenda conservadora, la defensa del mercado y la propaganda del llamado triunfo neoliberal.⁷

Así como los políticos requieren de los servicios de los “expertos”, las industrias y los grandes corporativos utilizaran a los *Think-Tanks*, a los científicos disidentes y a las propias interrogantes que ciertos aspectos ecológicos generan (el calentamiento global, la extinción de especies o el agujero de ozono) para crear dudas sobre los daños ambientales y para criticar las prácticas políticas de los ambientalistas. El Instituto Cato en uno de sus comunicados (*Ecoscram: The False Prophets of Ecological Apocalypse*) plantea que reciclar es innecesario pues los recursos son infinitos y no existe ningún problema si éstos se desechan o si son quemados. Para estas fundaciones vivimos en una creciente y maravillosa abundancia de recursos naturales sin precedente.

Las industrias patrocinan a estas fundaciones, las cuales elaboran propuestas donde el libre mercado y la fórmula costo-beneficio esfuma los problemas ecológicos. Proponen que la industria asuma los costos ambientales. Sin embargo, lo que sucede es que ese costo lo pasan al precio del producto y es el consumidor el que paga por ello. Además, no existe una política de recuperación de la naturaleza ni en términos cronológicos ni en resultados reales, pues no se plantea cómo, cuándo, dónde o de qué manera se dará tal recuperación. Algunos empresarios exigen incentivos, subsidios, baja de impuestos si “cuidan” al medio ambiente y plantean mercantilizar la naturaleza, crear un mercado de derechos de contaminación que conlleve a establecer impuestos y

cuotas sobre la posibilidad de contaminar. Así, se le asigna un precio a la naturaleza no sólo por el uso, sino por los desechos que podrán arrojar. Esto sólo lleva a que la industria se libere de su responsabilidad, pase a individuos la carga y promueva la propiedad privada sobre recursos naturales. Pregonan la necesidad del “derecho a contaminar” (*right to pollute*) como una de las soluciones viables al deterioro ambiental.

Su propuesta no se basa en un cambio valorativo en el que se conciben los límites de la propia naturaleza, sino establecer que las reglas de mercado imprimen un costo no conveniente a las industrias sucias y por ello éstas tratan de bajar sus índices de contaminación: la idea no es dejar de contaminar, sino hacer permisible el daño. Plantean que sólo el mercado podrá recuperar y poner de nuevo en marcha al medio ambiente *invisible hand can have a green thumb* (la mano invisible puede tener un dedo verde). El punto central es cooptar una cantidad de “expertos” que cuestionen y pongan en entredicho los análisis científicos que por varios lustros han elaborado científicos y técnicos comprometidos con el medio ambiente, para ensalzar al mercado como la única solución posible al deterioro ambiental. Si estos son sus planteamientos en los países de occidente desarrollados que tienen una organización social fuerte, garantías de derechos y legislaciones ambientales en funcionamiento, la expectativa para los países emergentes es deprimente. Sin una sociedad activa, fuerte y comprometida, con una legislación ambiental que es violada de manera permanente y unos gobiernos que apoyan de manera indiscriminada las prácticas del mercado, nuestra suerte parece clara y el mejor terreno para poner en práctica los diseños de los llamados “expertos”, parecen ser nuestras agotadas tierras.

La Propaganda Anti-ambientalista

Los grandes consorcios no sólo han creado un movimiento pro-industrial, financiado centros de investigación técnicos y académicos y otorgado una fuerza implacable a campañas que favorecen e impulsan sus productos, el mercado y el consumo. También han incursionado en la edición de libros y revistas y la creación

⁷ Es importante destacar que Francis Fukuyama (académico) autor de *¿El fin de la Historia?*, texto que promueve el triunfo del liberalismo a nivel mundial, trabaja en una fundación de corte conservadora llamada “National Interest”, la cual tiene no sólo poder económico sino prestigio académico e influencia política tanto al interior como al exterior de los Estados Unidos.

de foros científicos para atacar supuestos, experiencias y posturas ambientalistas. Como ejemplo, baste citar que cuando el libro de Rachel Carson *Silent Spring* denunció las atrocidades del DDT (fines de los sesenta) y ello se convirtió en la punta de lanza de varias acciones ambientalistas, la compañía *Monsato* sacó a la luz una parodia titulada *The Desolate Year*, con el fin de desacreditar y burlarse de la investigación de Carson.

Se tienen datos que, para 1990, los grandes corporativos habían gastado hasta 500 millones de dólares por año para crear imágenes y textos en contra de los ambientalistas; ya para 1995 la cifra se había incrementado a 1 billón de dólares por año. Son alrededor de 42 agencias en los Estados Unidos las que se especializan en atacar y combatir temas ambientales. (Véase Cuadro 1)

Cuadro 1 Las Siete Empresas que ofrecen servicios ambientalistas	
Empresa	Dinero gastado en (dólares)
Burson-Masteller	17,959,000
Ketchum PR	15,300,000
Hill and Knowlton	10,000,000
Fleishman-Hillard	9,125,000
Shandwick	6,689,000
E. Bruce Harrison Co.	6,550,991
Edelman PR Worldwide	5,501,000

Fuente: Bleifuss, Joel, *Covering the Earth with Green PR*, PR Watch 2, Washington, 1995.

Estos asesores recomiendan invertir a las empresas en propaganda verde por tres razones: a) los desastres ambientales han cambiado y agudizado las percepciones del público sobre el medio ambiente; b) la industria está obligada por ley a dar información sobre emisiones y contaminación al público y c) una encuesta muestra que tres cuartas partes de la población estadounidense se declara ambientalista.

Los servicios que estas empresas, dedicadas a las relaciones públicas y venta de imagen ambiental, ofrecen, van desde formar organizaciones de base que apoyen a sus clientes, conseguir información sobre reporteros y periodistas interesados en el medio ambiente y

que pueden ser comprados, ampliar las relaciones públicas de la empresa, cabildeos e investigar a través de un grupo de inteligencia las actividades ambientalistas. El resultado de estas acciones es el gran poderío económico y político que estas "agencias verdes" (*PR green*, por sus siglas en inglés) tienen. La meta es conseguir pasar el costo de la contaminación a los individuos y aislar en un marco de pureza a la industria.

Un caso ejemplar es el que se refiere a la firma del Tratado de Libre Comercio que nuestro país firmó con Estados Unidos y Canadá (TLC). Se tienen datos que el gobierno mexicano pagó a una agencia verde (*PR green*) 25 millones de dólares para que ésta promoviera la firma del TLC. La *PR* contrató a *Think-Tanks* conservadores, financió y coordinó un cabildeo fuerte y constante para enfrentar las acciones conjuntas de *Greenpeace*, *Friends of Earth* y el *Sierra Club*, en contra de los efectos que el Tratado provocaría al medio ambiente.

Una de las tácticas que más éxito les ha traído a las *PR green* es adelantarse a cualquier tipo de manifestación ambientalista, mostrando que la empresa se hará cargo de restaurar los daños ocasionados, proclamándolos como complejos industriales amigos del medio ambiente. Así, no sólo les crean a las industrias una propaganda ambiental, sino que modifican la imagen de los consorcios y provocan que se hagan acreedores a ventajas fiscales por apoyar la promoción y "cuidado" del medio ambiente. 3M es una de las compañías que ha entrado a este esquema, mientras exhibe su imagen ambientalista esta empresa está considerada entre las 13 corporaciones más contaminantes por las emisiones de químicos tóxicos que arroja al entorno.

El programa que las agencias verdes promueven es conocido como el 3P (*Pollution Prevention Pays*) la prevención ambiental es bien pagada y consiste en donaciones monetarias o financiamientos a proyectos ambientalistas por grandes corporativos (Ford, Hewlett, etc.) con un doble fin: limpiar su imagen e internarse en el mundo ambiental para conocer cómo funcionan las organizaciones, qué investigadores o académicos pueden ser contratados para sus fines, quiénes son los movimientos ambientalistas y dónde se localizan. Se ha per-

feccionado tanto esta tarea que hoy existe una agencia dedicada a dar servicios que otorgan listas de posibles puntos disruptivos al interior de los movimientos, sigue a los líderes, detallan su posible conducta frente a la empresa y elaboran catálogos de ambientalistas que pueden ser cooptados por los directivos de la industria. Los costos de estos servicios son sumamente altos y se conoce que tanto *Monsato* como *Phillip Morris* y *General Foods* han contratado y puesto en marcha este operativo.⁸ La gran cantidad de recursos invertidos por las empresas, en esta materia, delata que una de las mayores preocupaciones empresariales son las restricciones ambientales y las movilizaciones sociales que sus acciones pueden desencadenar.

La propaganda verde no sólo les permite a las industrias crear una pantalla donde se presentan como conscientes y preocupadas por el medio ambiente, sino también las libera de una carga e imagen social comprometedoras del deterioro ambiental que habían adquirido en los años sesenta y setenta. Todo ello ha funcionado para que hoy las empresas se presenten como símbolos de desarrollo, crecimiento y creación de empleos productivos tratando de dejar de lado la problemática de sus emisiones, residuos tóxicos y disposición final.

Por si esto fuera poco, las empresas han desplegado una campaña propagandística en contra del ambientalismo en todos los campos y terrenos involucrando a los medios masivos de comunicación y a periodistas. Se trata de moldear a la opinión pública y ganar no sólo la aceptación de las metas corporativas, de la libre empresa y la libre elección, sino ante todo la batalla ideológica frente a afectados y residentes, líderes de opinión y sobre todo en contra de los movimientos ambientalistas. Atacan de manera consistente todos los flancos que pueden ocasionarles algún problema y utilizan cualquier arma y gastan cuanto recurso tengan para con-

⁸ *Mongoven, Biscoe and Duchin (MBD)* es la empresa que tiene archivos de *Greenpeace and Friends of Earth* dos grupos ambientalistas de suma importancia, y vende esta información como un servicio adicional a las empresas que la contratan. En los últimos años esta firma ha obtenido niveles de ganancia mayúsculos al establecer estos nexos de información con las industrias.

solidar su proyecto y con ello eliminar cualquier tipo de acción social en su contra.

Los Medios Masivos de Comunicación y la Política Anti-ambiental

La cereza del pastel de esta estrategia organizada desde los grandes corporativos es el control de la información y el poder que de ella emana. Hoy los medios juegan un papel relevante no sólo como transmisores de información sino como generadores de opinión y posible foco de acciones sociales. Ante este nuevo panorama las comunicaciones se vuelven el centro de mensajes, imágenes y discursos que ligan a cientos de individuos. A partir de finales de los años setenta los grupos conservadores en los Estados Unidos edificaron sus medios de comunicación y prensa para desde allí transmitir su lenguaje, sus símbolos y sus significados. Lo cierto es que estos espacios conservadores subrayan las posiciones moralistas, la supremacía blanca y crean lo que se ha denominado *The right wing media machine* (máquina de comunicación del ala derecha) que decide que ideas e individuos son aceptados y cuales de-

Fe de erratas

En la segunda de forros de nuestro número anterior —a causa de un error editorial— aparece Marco Antonio Cortés como autor de la fotografía de portada, siendo ésta de Raúl Ramírez Martínez.

ben ser marginales. Las agencias de publicidad de las empresas (*PR green*) son las encargadas de proveer a los medios de información de noticias, conferencias y eventos que deberán ser transmitidos por todas las cadenas y medios para lograr revitalizar la imagen, los discursos y el lenguaje empresarial. Las *PR* otorgarán a cada medio un listado de su banco de datos que contiene a sus científicos, "expertos", *think-tanks* y grupos de ambientalistas que pueden ser entrevistados y dar la información requerida y necesaria.

El éxito de este plan fue notorio en 1995. Un estudio realizado en periódicos, radio y televisión en los Estados Unidos mostró que la fundación *Heritage* fue la más citada en cuestiones ambientales, organización que se ha destacado por defender los ideales más conservadores y de derecha. Se tienen datos que, en ese mismo año, las citas ambientalistas utilizadas por los medios masivos de comunicación fueron: 7,792 de *Think-Tanks* conservadores, 6,361 de expertos de centro y 1,152 del ala progresiva. (Véase Cuadro 2)

Cuadro 2 Los más citados <i>Think-Tanks</i> en 1995		
<i>Thing-Tang</i>	Orientación política	No. de citas en medios
Heritage Foundation	Conservadora	2,268
Brooking Institution	Centro	2,192
American Enterprise Institute	Conservadora	1,163
Cato Institute	Conservadora/liberal	1,163
Rand Corporation	centro-derecha	795

Fuente: Beder, Sh. *Global Spin. The Corporate Assault on Environmentalism*. Green Books, United Kingdom, 1997, p.197.

Estos datos son relevantes porque reflejan el poder de los grandes corporativos y la forma cómo han logrado impulsar un discurso desde los medios de comunicación. Una asociación dedicada a elaborar estudios sobre prensa en los Estados Unidos detectó que de abril de 1990 a 1991 la cobertura de hechos ambientales por las tres principales cadenas televisoras y los siete periódicos de mayor circulación fueron: 900 artículos escritos y 100 historias transmitidas patrocinadas por el gobierno, los corporativos y por fundaciones no académicas. Lo cual deja en claro que los espacios

de información hoy están acaparados por sectores de corte conservador, mientras los grupos ambientalistas y sus mensajes caen en la marginalidad.

Nos parece importante señalar que las industrias que patrocinan noticias ambientales o que tienen un programa de publicidad verde son excluidas de exámenes y auditorias ambientales por parte del gobierno estadounidense, pues se establece que si de entrada las empresas están defendiendo públicamente el ambiente es porque ellas son las primeras en respetarlo y cuidarlo, política que puede conducir a serios e irreversibles errores. Los medios patrocinados por las industrias pretenden dar un sesgo accidental al deterioro ambiental y presentar casos aislados, fallas mínimas, riesgos calculados. Por ello, casos como *Love Canal* o *Times Beach* son vistos como sucesos excepcionales.⁹

Un caso relevante de alianza entre medios e industria es la de *General Electric (GE)* y la cadena televisiva *NBC*. *GE* compró un gran número de acciones de la televisora, la influencia y el dinero se han unido para plantear los problemas ambientales como casos esporádicos y sin mayor relevancia. El accidente nuclear en *Three Mile Island* (1979) donde después se registraron varios casos de Síndrome de Down, 200 familias sufrieron graves daños, se documentaron enfermedades y muertes, jamás fue reportado por la *NBC* y ésta última llegó al grado de declarar, cínicamente, que el accidente había sido provechoso para la industria nuclear porque así podía poner a prueba y mejorar el manejo de los planes de emergencia.

El caso *General Electric* es un ejemplo típico de las alianzas, fuerza y poder que los empresarios han adquirido en los últimos veinte años. *GE* otorga fondos a varios *Think Tanks* conservadores (*American Enterprise Institute*, *The Center For Estrategic and International Studies*) se muestra como buen ciudadano que nos proveen de cosas buenas para la vida *The good things in life*, son el principal proveedor

⁹ El caso de *Love Canal* y *Times Beach* causaron una gran movilización por parte de los colonos pues se descubrió que varias industrias arrojaban sus desechos tóxicos en estas colonias, lo cual provocó enfermedad y muerte.

de fondos para escuelas, becas, investigaciones y proyectos, pero en realidad GE tiene un negro historial ambientalista: Sus refrigeradores siguen emitiendo HCF's, su planta de Florida ha sido cerrada en varias ocasiones por emisión de tóxicos y desechos radioactivos, en Alabama se han descubierto varios tiraderos de la empresa de PCB's yhan sido acusados de contaminar las aguas del Río Hudson y en 1992 su planta de Anaheim fue clausurada por contaminar y ser un foco de peligro para seres humanos y plantas. En 1991, GE manejaba diez de las compañías más peligrosas y entre 1992-1993 fue considerada en el lugar número ocho de las empresas que más contaminaban en Estados Unidos. Junto con Dow, Du Pont, Union Carbide y Monsanto han formado una coalición en contra de posibles actos de legislación ambiental con el fin de convencer al público de que las acciones normativas no sirven y limitan la libre elección y la libre empresa.

El caso de GE no es aislado, los grandes corporativos llegan al extremo de establecer contra demandas a las personas que se han visto afectadas por sus acciones; ésta es una táctica que cobra importancia desde los años ochenta. Se acusa a los afectados de difamación y el uso de un mal lenguaje frente la empresa; así, los que demandaron en primera instancia hoy son los demandados por grandes despachos de abogados y por el tremendo poder empresarial. El principal promotor de estas acciones es el WUM que desde sus cuarteles generales utiliza esta táctica para inmovilizar a los ambientalistas. Si en los años setenta varios ciudadanos empezaban a preocuparse, a vigilar y a tratar de castigar los abusos empresariales frente al medio ambiente, el WUM organizó toda una política en donde estos activistas serían acusados de conspiración, privación o interferencia en los negocios, frenos a las expectativas de las empresas, etc.

Básicamente, estas medidas están encaminadas a intimidar a la clase media que es un sector que tiene una amplia participación ambiental en sus localidades. Es cierto que los afectados tienen mayores posibilidades de ganar los juicios, pero el desgaste y el costo de los mismos hace que, en muchas ocasiones, los individuos desistan. Ello nos lleva a pensar que las empresas y los grandes corporativos merman el derecho que tienen los ciudadanos de ejercer la observación, la vigilancia y el cas-

tigo sobre las prácticas públicas y en este sentido trastocan uno de los puntos centrales de la democracia, la participación activa.

¿Y México?

A partir de esta exposición, trataremos de dilucidar qué sucede en nuestro país ante las propuestas empresariales que, desde los años setenta y con el auge de la globalización, cobran carácter mundial. Si bien es cierto que las estrategias son puestas en marcha por el gran capital en todos los confines, las tácticas adquieren un sesgo particular en cada país en donde se ponen en práctica.

Los grandes consorcios han aprovechado, desde finales de los años sesenta, la apertura de nuestras fronteras mediante varios programas de estímulos y concesiones, entre ellos las ventajas de nuestra mano de obra barata, nuestra ubicación geográfica, la exención de impuestos y diversos planes que han alentado las inversiones extranjeras. Sin embargo, es el programa maquilador uno de los que más éxito y logros económicos ha producido para estos consorcios internacionales. Con la puesta en marcha del TLC, quedaron al descubierto impresionantes diferencias entre la economía de Estados Unidos y la mexicana, entre ellas puede señalarse las diferencias salariales, las ventajas que nuestra legislación ambiental les ofrece y las terribles condiciones de nuestra infraestructura que han favorecido de manera creciente a las empresas que colocan sus filiales en la zona fronteriza de nuestro país.

Si bien es cierto que los grandes consorcios estadounidenses empiezan a modificar sus estrategias a partir de los años setenta impulsados por las movilizaciones ambientalistas y buscando encontrar salidas para poder marginarlos a través de respuestas técnicas, científicas, publicitarias y en los medios de comunicación formando un grupo de "expertos" y hasta su propio movimiento ambiental, las tácticas emprendidas en las economías emergentes, si bien son distintas, traen consigo la misma estrategia: favorecer al capital industrial y marginar y hacer a un lado cualquier intento de respuesta ecológica. Aun cuando en México los mecanismos de disuasión y técni-

cas de aprovechamiento de la industria no sean tan sofisticados, ni se inviertan las cantidades de dinero como se hace en los Estados Unidos, un elemento clave para entender el auge de este tipo de inversiones, sus ventajas y sus concesiones es el papel que nuestros últimos tres gobiernos han jugado para impulsar la inversión extranjera sin restricción alguna. Se puede decir que es a partir de la firma del TLC (1993) cuando se presenta un gran auge de inversiones maquiladoras convirtiendo a esta rama industrial en una de las más eficaces y poderosas del país. El impulso que desde el gobierno se le ha dado a este programa no tiene parangón con ningún otro, y ello es consecuencia no sólo de las acciones directas del gobierno sino del propio capital internacional que, buscando nuevos espacios, ha logrado acabar con cualquier barrera que se le trate de imponer. Las empresas, mercados y centros financieros globales operan bajo un paraguas que no se centra en las regulaciones del Estado sino de las necesidades que el mercado impone. “Generalmente, la nueva geografía de la centralidad es transnacional y opera en espacios electrónicos y borra cualquier tipo de jurisdicción”.¹⁰

Si a ello agregamos el cambio estructural que nuestros últimos gobiernos impulsaron, la mancuerna es perfecta. Así, deja de tener vigencia para gobierno o industriales los daños ecológicos, los tiraderos clandestinos, las enfermedades o muertes que se puedan provocar al favorecer indiscriminadamente estos proyectos industriales. Sólo cuando las consecuencias son descubiertas como en el caso de Peñoles, éstas aparecen como pequeñas fallas y casos esporádicos y entonces sí se habla de restricciones, de multas y acciones gubernamentales.

Si pensamos en nuestra Sociedad Civil, a diferencia de la estadounidense donde pueden apreciarse desde finales de los años sesenta cierta organización de grupos ambientales que cobran fuerza en los setenta y que hoy se sitúan en un contexto de ampliación de demandas y luchas globales, en México éstos son escasos y sus acciones poco efectivas. Su clímax puede localizarse con la firma del TLC y, desde ese momento, las pugnas por financiamiento, la falta de redes y líderes, la ineficiencia de sus

proyectos y, sobre todo, su incapacidad de convocatoria abren las puertas a un gran capital que hoy aprovecha tanto la necesidad de trabajo como nuestras debilidades ambientales.

Cabe señalar que una táctica que las empresas han puesto en marcha en nuestro país es la certificación de “Industria Limpia”, es decir, obtener un certificado gubernamental basado en una auditoria ambiental pagada por la empresa para envolverse en una imagen de limpieza, de preocupación por el medio ambiente y por los residentes cercanos al consorcio. Sin embargo, hemos detectado varios problemas en este programa. El primero es que la propia empresa contrata a particulares para llevar a cabo la auditoria. El segundo es que no interviene ningún organismo gubernamental o civil en la fiscalización de tal acción. No hay continuidad en las medidas tomadas ni en las revisiones a la empresa. Y, por si fuera poco, lo cierto es que los certificados de “Industria Limpia” nos hablan de grandes cantidades de dinero para lograr los cambios técnicos y científicos que las plantas requieren, con lo cual una parte muy importante de la industria se queda fuera por la incapacidad de pagar y asumir los costos de estas transformaciones.

Las tácticas entonces van adquiriendo cuerpo, junto a ellas se puede decir que en nuestro país, si bien no existen *Think Tanks* con el poder, conocimiento y organización como los existentes en EEUU, podemos encontrar centros de investigación, fundaciones y hasta ONG que son polos de emisión de los mensajes del capital global. Internarse en este nuevo esquema organizacional abre un abanico de preguntas donde cabría establecer ¿cuáles son sus objetivos? ¿de qué organizaciones estamos hablando? ¿de dónde proviene su financiamiento? En este mismo contexto, vale la pena investigar el papel que algunos medios masivos de comunicación juegan en nuestro país al favorecer y tan sólo mostrar una parte de lo que estas industrias son: emiten mensajes donde la imagen, el símbolo y el lenguaje de la empresa se detecta en prácticas de cuidado al empleo, al medio ambiente y al bienestar de la población, sin profundizar ni tener seguimiento sobre problemas como contaminación, deterioro a la salud y calidad de vida, disposición final, desechos tóxicos, etc., que también son parte de lo que estos consorcios representan.

¹⁰ Véase Sassen, S., *Globalization and its Discontents*, The New Press, New York, 1998, p. xxviii.

Ante esta situación, los favorecidos han sido los grandes capitales, empresas y consorcios, tanto por su propia capacidad como por las ventajas que nuestros gobiernos les han ofrecido. Las debilidades de los movimientos ambientalistas nacionales, la falta de emisión de discursos críticos, así como la gran capacidad de financiamiento, cooptación y organización de diversos sectores y medios de comunicación, son elementos que fortalecen la imagen y planes de la rama industrial.

Este panorama le plantea al nuevo gobierno mexicano una tarea por delante. Si su intención es modificar de manera profunda el terrible daño ambiental en nuestro país, una parte fundamental del cambio es el programa industrial, analizar sus costos ambientales, la posibilidad de incluir el daño ambiental en las cuentas nacionales, impulsar la participación social en estos temas, profundizar en la educación ambiental, fomentar el pensamiento crítico en esta materia, favorecer programas de tecnología y uso de energía alternativa e incorporar nuevos valores se convierten en una prioridad en un contexto de globalización y cambio en donde nuestro país hoy está inserto. Sólo una posición amplia, crítica y democrática

puede propiciar un cambio sustancial ante la evidencia de caos, riesgo y contingencia que hoy se presenta en muchas zonas del país. No podemos seguir pensando que el cuidado del medio ambiente son únicamente las acciones por erradicar las corridas de toros, la salvaguarda de bosques o animales en extinción. La globalización, el fuerte programa industrial, la apertura de nuestras fronteras y el programa maquilador, abren un panorama donde el punto central de cuestionamiento en materia ecológica es el binomio industria-medio ambiente, negar la prioridad que él representa es no querer entender los nuevos retos que hoy se nos presentan.

Si sabemos que el gran capital se ha modificado, ha emprendido nuevas estrategias, diferentes tácticas y busca acabar con cualquier límite o barrera, nuestra preocupación primaria será encontrar un crecimiento económico basado en el desarrollo, el cuidado al medio ambiente y el respeto a toda forma de vida. Cambiar el contrapeso de la balanza se convierte en una tarea primordial del nuevo gobierno, sólo un desarrollo que contemple el riesgo, la contingencia e incertidumbre que provoca el deterioro ambiental estará preparado para los retos que nos depara el futuro próximo.



FOTO: YURI VALENCILLO