

## "CLARO COMO EL AGUA"

Yolanda Verdú Cueco<sup>1</sup>

Marzo 2008

En las semanas anteriores a la convocatoria de las elecciones generales de 2008, una buena parte de la ciudadanía valenciana recibió un mensaje publicitario que se difundió masivamente <sup>2</sup> por televisión y radio con un razonamiento que se autoproclamaba "claro como el agua". El texto del anuncio de prensa tenía como título: **Trasvase del Ebro. Cuestión de sentido común**. La voz en off del anuncio televisivo decía:

**Claro como el agua.**

**El premio que recibimos como agradecimiento por ser la comunidad de España que utiliza el agua de una forma más justa y eficiente es:**

**permitir que el río Ebro siga vertiendo toda su agua al mar.**

**Si el agua dulce del río se convierte en salada al llegar al mar,**

**¿qué sentido tiene desalar el agua que el río vierte al mar?**

Esta campaña de la Fundación Agua y Progreso vincula el trasvase del Ebro, que en televisión no se cita pero está implícito, a la desalación como modos contrapuestos, excluyentes y no compaginables, de cubrir las necesidades de abastecimiento hídrico de la C. Valenciana. Un asunto como éste de orden científico-técnico que exige consideraciones económicas, medioambientales, sociales y de política interterritorial, quedaba así reducido a un mensaje falaz y capcioso que parece pretender alentar la confrontación de los valencianos hacia el gobierno estatal socialista.

---

<sup>1</sup> Yolanda Verdú Cueco (yolandaverdu@ono.com)

Investigadora de la Comunicación. Licenciada en Derecho y en Filología, DEA en Periodismo

<sup>2</sup> La campaña publicitaria incluía vallas, cuñas radiofónicas y anuncios en la cadena autonómica Canal9 (en valenciano) y en las desconexiones del circuito territorial de TVE en la Comunidad valenciana (en castellano). Como muestra de su intensidad baste indicar que el anuncio "Claro como el agua" se emitió en TVE-CV un total de 138 veces en los 37 días comprendidos entre el 1 y el 25 de diciembre de 2007 y del 1 al 12 de enero de 2008, es decir hasta justo tres días antes de la convocatoria de las Elecciones generales el 15-01-08, fecha a partir de la cual estos anuncios podrían haber sido tachados de electoralistas.

La controversia trasvase/desaladoras fue alimentada por el PP<sup>3</sup> y el gobierno autonómico valenciano para mantener que sólo el trasvase del Ebro solventaría las deficiencias hídricas y que el gobierno de R. Zapatero, al derogar el trasvase, se había visto obligado a poner en marcha desaladoras, instalaciones a las que se califica de caras y peligrosas por contaminantes. Estos argumentos parten de ideas engañosas y falsas, como que el agua de los ríos que va al mar se "pierde" o "sobra", lo que no es aceptable desde un punto de vista ecológico porque los caudales y sedimentos aportados al delta son indispensables; o que el agua de los trasvases llegaría a los valencianos sin problemas, ocultando que éstos requieren obras complejas, implican mayor consumo energético, resultan más caros y son menos eficientes para gestionar sequías que las desaladoras.

### El mensaje propagandístico: denostar al gobierno estatal

El anuncio contiene una acusación indirecta hacia la administración del Estado que lleva a cabo actuaciones para obtener agua por desalación. Es ese sujeto elíptico, al que va dirigida la encubierta crítica, que no concede a los valencianos el premio que merecen, permite que el Ebro vierta su agua en el mar y desala el agua del mar, pudiendo tomarla directamente del río.



El punto de vista de quien habla sí queda explícito en la primera persona del plural que se corresponde con la voz de los valencianos, aquellos que "merecíamos" un premio por ser la Comunidad que utiliza el agua de una forma "más justa y eficiente".

El tono transmite asepsia y frialdad, a la vez que resalta de modo categórico una afirmación bien discutible por engañosa y falta de consistencia lógica: los valencianos que merecen el agua del Ebro, reciben agua desalada del mar y ¿para qué desalar agua del mar, que contiene agua dulce del Ebro, si se podría tomar del río antes de que llegue al mar?

<sup>3</sup> En el programa electoral del PP-C. Valenciana "Mil setecientas propuestas", la reivindicación del derogado trasvase del Ebro aparece como la "*única forma de satisfacer, a largo plazo, las demandas económicas, sociales y ambientales de la Comunidad Valenciana y cubrir los escenarios del cambio climático*". Además, proclamaba una "*oposición frontal a la desalinización masiva como forma generalizada para solucionar los déficits hídricos de la Comunitat, por sus inaceptables impactos económicos y medioambientales*". En los argumentos expresados por los líderes durante la campaña y en los documentos del partido resaltó la demonización de la figura de la ministra Cristina Narbona. Se le acusaba de "*querer inundar de desaladoras la Comunitat para enterrar con ellas su sacrilegio con el Ebro*", como "*la ministra de la sequía, de la mentira, del engaño y de la sinrazón*".

La realización enfatiza que se trata de un mensaje "claro como el agua": lo marca la locución contundente, algo dramatizada, e intensificada por una música sombría; la imagen escueta, sin más presencia humana que unas manos, ni más objetos que vasos y agua transparente, y como único color tan sólo un fondo azul de aguas. Se subraya el mensaje con la rotulación, se pretende que llegue con nitidez al público, hasta un punto de total redundancia de la voz en off con el mismo texto escrito en un cartón a pantalla completa. La imagen del agua que se vierte en los vasos, así como la del vaso al que se añade la sal, se presenta austera y simula un experimento de laboratorio, en sintonía con un mensaje que ha de parecer lógico, científico, "claro como el agua".



**El premio que recibimos como agradecimiento por ser la comunidad de España que utiliza el agua de una forma más justa y eficiente...**, así comienza el razonamiento, con dosis de una ironía algo amarga. Se muestra una mano que vierte agua de un vaso a otro que tiene otra mano, de forma que ni una gota cae o se desperdicia, en una acción que representa el ahorro de agua que practican los valencianos.

La argumentación da por sentado un merecimiento especial de agua por parte de la Comunidad Valenciana, por ser la que más agua reutiliza; aquí se indica que la usa "de una forma más justa y eficiente", de forma que la referencia a la justicia le otorga un valor que conecta con el de la solidaridad, otra palabra-clave en el discurso político en torno a los trasvases. La selección que se ha hecho de los términos proporciona al mensaje un tono caústico: "el premio que recibimos" o el "agradecimiento" remiten con ironía al concepto contrario de lo expresado, a la valoración de algo injusto hacia los valencianos a los que se niega el agua que se les debía. A continuación, como idea central escrita a pantalla completa, eso que reciben los valencianos que no es ni un premio ni una recompensa, sino su contrario, la negación de lo que se les debía a modo de castigo:

Permitir  
que el río Ebro  
siga vertiendo  
toda su agua  
al mar.

Subyacen implícitas varias ideas coincidentes con planteamientos del PP valenciano:

- los valencianos reclaman el agua del Ebro como premio por haber ahorrado mucha, siendo éste el argumento que expusieron los líderes del PP-CV durante la campaña de las elecciones autonómicas de 2007, insistiendo en que la comunidad valenciana "merecía" en concreto las aguas sobrantes del Ebro.
- el agua del Ebro se desperdicia al ir a la mar, siendo ésta una falacia que contradice los criterios de la comunidad científica. La idea de que cuando crece el Ebro, se desperdicia un agua que podría haber ido a la Comunidad Valenciana, se ha repetido desde hace años en Canal 9, la televisión autonómica valenciana, que trata informativamente las crecidas anuales del río como acontecimientos de primera magnitud. Desde el punto de vista electoralista, el PP valenciano utiliza este argumento para fundamentar la queja por el maltrato al que supuestamente somete el PSOE a las comunidades donde no gobierna, a las que no da ni lo que sobra.
- según repiten los líderes del PP valenciano, el gobierno del PSOE maltrata a la Comunidad Valenciana. Dentro de la perversa lógica del mensaje publicitario de "Claro como el agua", el sujeto al que se acusa de hacer algo absurdo, ese que permite que el Ebro vaya al mar no puede ser sino quien desala el agua del mar, es decir el gobierno estatal.

La selección del verbo "permitir" da a entender que se podría y debería impedir que el agua del Ebro fuera al mar; la construcción verbal "siga vertiendo" pretende hacer ver que se trata de algo que se mantiene en el tiempo inadecuadamente; y la expresión "toda su agua" enfatiza la cantidad de esa agua que se vierte.



**Si el agua dulce del río se convierte en salada al llegar al mar, ¿qué sentido tiene desalar el agua que el río vierte al mar?** dice la voz en off del anuncio. Se autoprocama claro un razonamiento que resulta ser burdo, pero tan simple como efectivo y efectista. Para desacreditar la desalación, la campaña difunde el equívoco de que se desala justamente el agua del mar que proviene del Ebro, una idea disparatada porque ¿en qué proporción podría llegar ésta, por ejemplo a la desaladora de Torreveja?, ¿por qué no decir que también llegan al mar aguas de otros muchos ríos? y sobre todo, que esos no son términos para establecer una comparación entre opciones técnicas para proveer recursos hídricos. Se afirma que es absurdo desalar agua del mar porque contiene agua dulce que se podía haber tomado antes, queda sobrentendido que a través de un

trasvase. Se contraponen desalación *versus* trasvase del Ebro, de forma que el trasvase consistiría en evitar un desperdicio o pérdida de agua (que sugiere la expresión "siga vertiendo toda su agua al mar") y la desalación resultaría una actividad tan poco lógica y por tanto cara, como poner sal y luego quitarla. La lectura final que se pretende inducir es que no tiene sentido desalar el mar cuando ya "tenemos" un río dulce.

La realización audiovisual del anuncio sigue en esta última secuencia con la metáfora de la mano y el vaso, pero aquí se visualiza con una mano que añade sal al agua del vaso. La pregunta retórica de la voz en off se yuxtapone a esta engañosa imagen para sugerir que esa actuación que se critica como sin sentido (desalar en vez de trasvasar) viene a ser como añadir sal a un agua dulce que luego se ha de desalar. Aquí el vaso representa el propio río Ebro al que una mano añade la sal perjudicial que habrá de quitarle luego con la desalación. Se pretende confundir a la audiencia con un mensaje contradictorio porque precisamente lo que se negativiza es la desalación, lo que significa quitar sal y no ponerla.

Subyace mala intención en este enrevesado argumento que da a entender que el proceso natural de las aguas del río que van a parar a la mar, conlleva una especie de desalación innecesaria, y que es más lógico y fácil coger el agua del río que tener que desalar esa misma agua convertida en mar. Constituye una reducción simplista del asunto y pretende engañar con un razonamiento que sí resulta absurdo y que dejó pasmados a muchos espectadores y seguramente confundió a otros muchos.

La lectura de esta campaña revela, claro como el agua, el propósito de desacreditar la desalación de un modo facilón y demagógico para en definitiva, criticar a la administración del Estado que la promueve y al partido que gobierna. El mensaje que encierra, *a sensu contrario*, es que "alguien" (el gobierno estatal socialista) no lleva a cabo políticas hídricas lógicas, de modo "justo y eficiente" (como se supone a las políticas de reutilización del gobierno valenciano), porque desala aguas que podrían contener aguas del Ebro, esas que precisamente merecen los valencianos. Se ataca a las desaladoras porque esa es la opción del gobierno socialista y se defiende el trasvase porque es la opción que preconiza el PP en la Comunidad Valenciana desde hace cinco años y que ha seguido sustentando incluso cuando el programa electoral de las generales de 2008 no lo incluyó expresamente.



## Antecedentes

Desde que en 2004 el gobierno de Rodríguez Zapatero derogó el PHN del gobierno de Aznar que incluía el trasvase del Ebro a Murcia y Alicante, los gobiernos populares de estas dos comunidades autónomas no cejaron en una insistente petición de las aguas del Ebro. El eslogan *Agua para todos* ha funcionado durante años de un modo rentable para el PP, en territorios muy necesitados de recursos hídricos para la agricultura y el desarrollo urbanístico, donde ha ido arraigando esa continua queja ante el gobierno central que "no da agua". Fue a partir de 2006, ante la evidencia del funcionamiento del Programa AGUA<sup>4</sup> que garantizaba esa agua "para todos", cuando desde el gobierno valenciano se introdujo el nuevo eslogan *Claro como el agua* con el que se siguió reivindicando el trasvase del Ebro y se inició la crítica al agua desalada.

En el terreno de la comunicación institucional y en este caso propagandística, el gobierno valenciano ha alentado, promovido y financiado desde 2003 campañas y manifestaciones, alguna hasta con paella, orquestadas con el propósito de mantener entre la ciudadanía la polémica reivindicativa del derogado trasvase del Ebro, favoreciendo de paso la catalonofobia y el discurso del agravio, según el cual los valencianos resultan perjudicados por las políticas del gobierno estatal. En esta línea, el Consell constituye en 2005 la Fundación Agua y Progreso con el objeto de "*potenciar y favorecer el desarrollo de un uso racional y solidario de los derechos al agua, así como el impulso cívico e institucional en defensa de una política hídrica adecuada a las necesidades de la Comunidad valenciana*". Bajo este paraguas eufemístico, la fundación se ha dedicado a impulsar campañas publicitarias, seminarios y manifestaciones en pro del trasvase del Ebro recibiendo para sus gastos corrientes más de un millón de euros en cada uno de los presupuestos de la Generalitat correspondientes a los años 2006, 2007 y 2008.

En marzo de 2006 la Fundación Agua y Progreso lanzó la primera campaña de *Claro como el agua*, para mostrar como una evidencia clamorosa la comparación de los muchos hectómetros, simbolizados en vasos, de agua del Ebro que se pierden en el mar, frente a los menos hectómetros que se pedían para el trasvase a la Comunidad valenciana. En febrero de 2007, a tres meses de las elecciones autonómicas y coincidiendo con los habituales episodios de crecidas del Ebro, la Fundación Agua y Progreso organizó un congreso de expertos mundiales en recursos hídricos, todos ellos partidarios de las políticas de trasvases para casos como el valenciano, pese a que la comunidad científica y los informes de las instituciones europeas apuntan razones de índole económica, social, medioambiental y energética que hacen preferible, por más sostenible, la desalación a los trasvases<sup>5</sup>.

De forma simultánea, desde las administraciones públicas gobernadas por el PP se promovieron actos de obstrucción y denuncias judiciales en una campaña de boicot a las desaladoras y en concreto a la construcción de la de Torre Vieja, que será una de las más grandes de Europa. Desde

<sup>4</sup> El programa AGUA de Actuaciones para la Gestión y Utilización del Agua, tiene como objetivo garantizar plenamente la seguridad del abastecimiento urbano y turístico, y está suponiendo grandes inversiones del Estado para resolver gradualmente las carencias en la gestión, disponibilidad y calidad del agua en la cuenca mediterránea. El ministerio de Medio Ambiente defiende la desalación como forma sostenible de obtención de recursos hídricos de gran calidad, utilizable tanto para consumo humano como para usos productivos, y contesta a las críticas referidas al gasto que conllevan, que la eficiencia energética de la desalación ha crecido sobremanera.

<sup>5</sup> [http://ec.europa.eu/environment/water/quantity/scarcity\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/water/quantity/scarcity_en.htm)

bloquear los caminos de acceso a los camiones por falta de un permiso, al cierre de la oficina de información de la planta por no tener licencia municipal; en lo judicial, Bruselas no consideró la denuncia medioambiental presentada por el Consell contra la desaladora y un auto de la Audiencia Nacional de fecha 31-01-08 también desestimó la paralización cautelar de las obras porque el interés público al que se atiende (la producción de 80 hectómetros cúbicos de agua al año) ha de prevalecer "*respecto de los intereses particulares de la entidad autonómica*", en clara referencia a unos intereses "particulares", más partidistas que institucionales ya que no se corresponden con los generales de la Comunidad, en este caso la obtención de recursos hídricos.

## ¿Publicidad institucional?

La campaña "Claro como el agua" se ubica en el plano de la publicidad institucional por provenir de una fundación, Agua y Progreso, que se financia con recursos públicos de la Generalitat valenciana. Sin embargo, presenta varios rasgos electoralistas por razones relacionadas con la pertinencia de su mensaje para los intereses del PP, la similitud con la campaña electoral de este partido y su difusión en puertas de la precampaña. En esencia, el contenido del anuncio remite directamente a un tema polémico con tintes políticos, en los mismos términos en que lo plantea el PP valenciano: la defensa acérrima del trasvase del Ebro como única opción, excluyente de otras alternativas como la desalación que se menosprecian.

Como publicidad institucional resulta inadecuada porque no se ajusta a las exigencias derivadas de los principios que enumera la Ley 29/2005: el interés general, la lealtad institucional, la veracidad, la transparencia y la responsabilidad. En primer lugar, no atiende al interés público porque no promueve los valores constitucionales, ni informa de aspectos de las instituciones, ni comunica programas y actuaciones públicas de relevancia. Más bien al contrario, la crítica engañosa a la desalación manifiestamente menoscaba políticas públicas legítimamente ejercidas, por lo que la campaña no debía haberse promovido según la ley estatal (art. 4,1, b de la Ley 29/2005) y también según la ley autonómica debería prohibirse (art. 5, 2, b de la Ley 7/2003 de Publicidad Institucional de la C. Valenciana) por "provocar el descrédito, denigración o menosprecio directo o indirecto" de la Administración pública del Estado.

Por último, hay elementos en esta campaña de "Claro como el agua" que inducen a cierta confusión con símbolos e ideas que fueron empleados en las generales de 2008 por el PP. Las campañas institucionales no deben, según la normativa electoral, incluir mensajes que puedan solaparse, confundirse o relacionarse, siquiera sea indirectamente, con los de las formaciones políticas contendientes en las elecciones ya que, de darse esta posibilidad, se estarían alterando las condiciones de igualdad y objetividad que han de presidir todo proceso electoral. Se pretende evitar que se dirija directa o indirectamente, mediata o inmediateamente, a inducir el sentido del voto de los electores, por lo que se exige que el contenido y finalidad del anuncio no sea primordial o esencialmente político, y que no contenga expresiones coincidentes, similitudes en eslóganes, simbología y elementos publicitarios identificables como de una candidatura.

En el caso de la campaña institucional "Claro como el agua" son detectables varios rasgos que permiten calificarla de electoralista por partidista:

- el eje o núcleo conceptual no es asunto de índole técnica, concienciación social, o divulgación científica, sino política en los dos sentidos que diferencia la terminología norteamericana: como administración de un asunto público -las políticas hídricas- (*policies*) y como confrontación de posturas entre partidos -crítica al adversario- (*politics*).
- los fines no son los propios de una campaña institucional de interés general para los valencianos, sino que responden al interés del partido que gobierna en la autonomía. El anuncio sensibiliza al público a favor de los trasvases y en contra de la desalación, con el objetivo último de denostar y hacer daño al oponente político con argumentos maniqueos propios de la confrontación electoralista. El punto de partida está en una postura victimista (no nos dan el premio que merecemos) desde la que se ridiculiza al contrario (que permite que se pierda el agua en el mar y luego lo desala). Este mensaje contradice la lealtad institucional que por indicación legal han de respetar las campañas institucionales.
- se dan ciertas similitudes entre este anuncio y elementos de la campaña del PP para las elecciones de 2008, que se convocaron precisamente a los tres días de finalizar esta campaña publicitaria de la Fundación Agua y Progreso. Coinciden la mención al concepto de claridad del eslogan publicitario "claro como el agua" y el eslogan electoral del PP "las ideas claras"; también se percibe una coincidencia visual en la forma del círculo y el color azul en los logos de ambas campañas (las siglas del Partido popular van en dos círculos que se yuxtaponen y el eslogan "Claro como el agua" en un círculo).

La campaña pretendidamente institucional "Claro como el agua" difundía, en vísperas electorales, un mensaje demagógico que preparaba al público para que le pareciera más razonable y lógica la reivindicación del trasvase del Ebro que mantiene el PP valenciano, que la desalación que lleva a cabo el PSOE desde el gobierno estatal. Un planteamiento argumental y visual con el que indirectamente el discurso del PP en la Comunidad Valenciana aparecía también como la opción más "clara".