

El Conflicto “Info-ambiental”: El Caso de *Huelva Información* (Agosto de 1983-Diciembre de 1992)

Dr. José Manuel Tellechea Rodríguez

Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación. Periodista

RESUMEN

Los medios de comunicación están limitados por la presión, materializada en múltiples formas y métodos, que ejercen los poderes políticos, económicos y culturales protagonistas de las complejas interrelaciones sociales, más aún en esta época donde el control de la información es dominio de pensamientos y conciencias. Esta presión se hace cada vez más evidente cuando observamos que detrás de cada empresa mediática existe un objetivo que persigue las máximas cotas de beneficio económico y de difusión de sus principios ideológicos. En el periodo analizado nos encontramos un periódico local, Huelva Información, controlado por un accionariado integrado, en su mayoría, por empresarios provinciales. A esto se une la relación, implícita y explícita, de este colectivo con la Asociación de Industrias Químicas, mantenedoras, en gran medida, de los parámetros sociales y económicos de Huelva y su provincia. La tercera parte del puzzle es la contaminación generada en el hábitat por esas industrias químicas. Una contaminación de la que había que informar, pero que no siempre fue de igual manera. Los responsables del periódico trataban de conjugar los intereses del accionariado, el poder fáctico que representaban las industrias químicas y el deterioro medioambiental por el efecto contaminador, con la información veraz a la que todo ciudadano tiene derecho, según recoge la Constitución española. A ello, se unía la presión ejercida por el notable nivel de publicidad que las industrias químicas volcaban en Huelva Información, lo cual condicionaba las actitudes informativas. La libertad expresiva estaba delimitada, autocensurada, y subordinada a presiones internas y externas.

ABSTRACT

The mass media are limited by the pressure, materialized in multiple shapes and methods, that exert the political, economic powers and cultural protagonists of the complex social, interrelations even more in this time where the control of the information is a control of thoughts and consciences. This pressure is more obvious when we observe that behind of every mass media company exists an aim that prosecutes the maximum levels of economic benefit and of diffusion of its ideological principles. In the analyzed period we find a local newspaper, Huelva Information, controlled by an shareholder integrated in the majority by businessmen provincials. To this we can add the implicit and explicit relation of this group with the association of chemical industries that are keeping mainly, the social and economic parameters of Huelva and province. The third part of the puzzle is the pollution generated in the habitat by these chemical industries. Pollution of which we should let you know, but that not always was of equal way. The responsible of the newspaper tried to bring together the shareholder's interests, the factual power that were representing the chemical industries and the environmental deterioration for the contaminating effect, with the veracious information to which everything citizen has right, as gathers the

Spanish constitution. To it we could add the pressure exerted by the noticeable level of advertising that the chemical industries were overturning in Huelva Información, which was determining the informative attitudes. The expressive freedom was delimited, autocensored, and subordinated to internal and external pressures.

Palabras claves: Presión/Poderes/Empresa/Contaminación/Publicidad/Autocensura.

Key words: Pressure/Political powers/Company/Pollution/Advertising/Autocensored.

El ciudadano, inmerso en profundos y continuos cambios sociales, quiere satisfacer su curiosidad material y espiritual. No sólo busca respuestas a su necesidad de conocer el máximo de acontecimientos en una sociedad marcada por las interdependencias mundiales, sino que también persigue saber de su universo más cercano. Los medios de comunicación locales son el instrumento eficaz para saciar esta demanda de respuesta a las incertidumbres más próximas y se convierten en el baluarte idóneo para defender los principios y valores de la comunidad en la que participa. MC QUAIL(1991:66) define esta comunicación local como *cotidiana*. Los periodistas contamos e interpretamos la realidad, y para ello necesitamos *manipularla* (en el sentido más noble). MARTÍNEZ ALBERTOS (1978:75) dice que la mejor interpretación de la realidad nace del sentido de comprenderla correctamente, de lo contrario se corre el riesgo de caer en una mala muestra informativa. GOMIS (1992:37) sitúa al medio como intérprete que “ percibe mensajes diversos, los decodifica, los elabora, los combina, los transforma y, finalmente, emite nuevos mensajes”. No obstante, surgen cuestiones como hasta qué punto esa actitud manipuladora pierde contacto con la realidad y deja de ser no sólo necesaria, sino legítima; en qué medida la capacidad manipuladora distorsiona la realidad social en beneficio de otros fines; o qué estrategias emplea para alcanzar los objetivos ideológicos-empresariales de los propietarios del medio de comunicación. Es preciso, por tanto, saber quién maneja la estructura empresarial del medio para comprender el *qué*, el *por qué*, el *cómo*, el *cuándo* y el *dónde* de la noticia. REIG (1992:12) precisa que “ la información y la comunicación están estrechamente ligadas a estrategias concretas de influencia social y de conservación de poder“. Por tanto, se trata de no limitar el estudio del mensaje a su presentación o como género periodístico, sino comprobar qué hay detrás de él, ya que quien controla el medio distribuye los mensajes y condiciona el contenido para cubrir sus objetivos. Tomando como referencia el diario *Huelva Información*, cuyo primer número vio la luz el 3/8/83, nos encontramos con un periódico sujeto a los dictados de un accionariado dominado por la **Federación Onubense de Empresarios** e influenciado por el poder fáctico que es la **Asociación de Industrias Químicas y Básicas de Huelva**. El empresario-propietario del medio establece una serie de normas de comportamien-

to con el fin de influir en la opinión pública y para mantener su papel de *lobby* social y político. Un hecho que CASTELL (1995:13) bautiza como *mediocracia*, (“un sistema en el que los poderes financieros, religiosos y políticos puedan decidir de manera decisiva en el Poder a través de su peso en los medios de comunicación”). ROMANO(1977:49) advierte que el estudio de los medios es inseparable de la investigación de los emisores, de quienes comunican a través de ellos y, especialmente, de quienes los poseen, manejan y controlan. Aunque defendamos la máxima de que los medios de comunicación social, son el baluarte del modelo democrático de opinión pública, hay que tener en cuenta que detrás de cada mensaje hay un *por qué* escrupulosamente diseñado, no fruto del azar ni de pautas asépticas. En cada medio de información hay un código interno “asumido” por el periodista que puede o no ser opuesto al que éste defiende, y que le fuerzan a determinados niveles de autocensura y a no descuidar la atormentada necesidad de mantener la estabilidad laboral a costa de aletargar algunos de sus principios morales.

Las fuentes informativas permiten determinar el nivel de credibilidad de la noticia. Fuentes, medios y audiencia coexisten en el sistema comunicativo y se necesitan, aunque pueda haber desconfianza en sus relaciones: Las fuentes por desconocer cómo será tratada la noticia de la que son origen. Los medios porque pueden creer que están involucrados en un proceso interesado ajeno a la realidad social. Y la audiencia porque sabe que existen intereses ideológicos en el sistema informativo. “Cada uno va a lo suyo “, asevera acertadamente GOMIS(1992:64). Sin embargo, las fuentes cuentan con una mayor capacidad para determinar las variables de la noticia cediendo o no los datos que les interesan. En cierto manera, pueden establecer las pautas de los mensajes y su difusión. Asegura LÓPEZ ESCOBAR (1987) que la materia prima de la información no está inicialmente en manos de los periodistas, sino que éstos dependen de unas fuentes que tienen el poder de dar contenidos, de seguir dando y de dejar de darlos. BORRAT (2000:129) entiende que el tratamiento que se da en el texto a las fuentes y a los personajes permitirá saber si se realiza o no el equilibrio informativo exigido en toda noticia.

Los contenidos y su tratamiento informativo están sujetos a la presión que ejerce la **publicidad**. BUSTAMANTE (1982:75) sostiene que nunca como ahora la publicidad ha dominado tanto a la prensa, ya que se trata de la vida o la muerte para el propio periódico. REIG (1992: 24-25) matiza que no es la existencia de la publicidad donde está el problema sino su forma de concretarse. La publicidad, no podemos llevarnos a engaño, es un instrumento utilizado por determinados grupos para participar en el control de los contenidos informativos. Así, es preciso analizar el papel que la Asociación de Industrias Químicas y Básicas de Huelva protagoniza en los contenidos y tratamiento periodístico de *Huelva Información* sobre noticias relacionadas con el complejo fabril. No solo por ser cliente que aporta una importante inyección económica vía inversión publicitaria, sino también por la determi-

nante influencia de esas industrias en la sociedad onubense. El primer director, Fernando MERCHÁN, reconoce que *Huelva Información* ha servido de correa transmisora del sector químico con una carga importante de servidumbre.

“...hemos favorecido por una presión que nos hacían los accionistas del periódico...Nosotros sabíamos dónde nos teníamos que poner y, por tanto, nos movíamos dentro de ese esquema. No era cuestión de decir: ‘No se publique tal cosa, no se publique lo otro...’ Nosotros nos autocensurábamos o autofrenábamos en cualquier planteamiento que quisiéramos hacer de investigación o informativo o empresarial porque sabíamos que no podíamos pasarnos determinados límites”

“Los patrocinios que ellos (AIQB) han ido introduciendo durante algunos años no era lo que frenaba al periódico. Lo que ocurre es que el empresariado estaba entrando en el accionariado (que aglutinaba también a la industria química) y si nosotros tratamos un tema informativo determinado los teléfonos sonaban por la vía de la FOE no de la AIQB”

Antonio CHECA (segundo director) asegura que no recibió presiones para condicionar determinados contenidos, aunque sí suavizó críticas que recibían las industrias químicas.

“Respecto al Consejo de Administración las presiones eran puntuales con alguno de sus miembros pero no en cuanto grupo. No presiones para silenciar una noticia, porque además la política en ese aspecto del Consejo me mostraba bastante comprensión en líneas generales...El Consejo lo único que día era no crear alarmismo”

Tampoco recuerda, el tercer director, Antonio PEINAZO, que haya podido “caerse” una noticia por motivos extraperiodísticos, aunque sí casos en los que se “cuidó” el tratamiento de determinados temas relacionados con el Polo Químico.

“Ha habido una época en la que dependiendo de las relaciones que había con el Polo o las cosas se han dado muy estruendosamente o más moderadamente... Los empresarios de Huelva fueron los propietarios y eso ha influido. Eran empresarios muy particulares”.

El redactor Ángel SERRADILLA comenta que su trabajo profesional en asuntos relacionados con las empresas y la contaminación ha estado condicionado *indirectamente* por la influencia que ejercía la Asociación de Industrias Químicas y Básicas. Otra redactora, Belén SÁNCHEZ OLTRA, recuerda una actividad periodística sobre el Polo y sus múltiples referencias sometida a presiones desde el Consejo de Administración del periódico y empresas del Polo Químico.

“Había una lucha del accionariado, la mayoría empresarios, que pegaban toques al Consejo de Administración y entonces no es que no se sacara la noticia, porque entonces no vendías y el negocio se venía abajo, pero influía en cierto modo para no dar la noticia tan grande... Los empresarios locales en cuanto podían llamaban la atención. Los empresarios del periódico vendían favores y todo estaba en función de intereses económicos y la cosa se disfrazaba un poquito. Los accionistas fuertes eran tocados por el Polo para intentar parar esa noticia” .

El papel de la publicidad en la prensa ha sido y sigue siendo objeto de un debate con opiniones encontradas. Desde verla en una relación incestuosa que deforma la función social de los medios de comunicación o aquellas que la entienden como un poder supremo que condiciona la vida y la muerte de los periódicos. Antonio CHECA, incluso, unifica ambas apreciaciones:

“Tú comprenderás que si el Polo te da publicidad, como institución o individualmente... Claro, si te viene una información en la que una empresa va a construir una cosa o vamos a exportar tanto o estamos trabajando en una línea de investigación... Entonces esa información no vas a negarla y le das cierta trascendencia”

JACQUARD (1988:95) esgrime que otro impacto en la economía de los *medias* es el impacto financiero que para los propietarios representan los anunciantes. Esto puede producir conflictos entre el genio creador o investigador del periodista y los intereses de los financiadores. José María MONTERO (1994) entiende, en este caso, que la publicidad erosiona determinados contenidos y el principio de honestidad e independencia del periodista, lo que lleva a los servilismos de las empresas informativas. A juicio de REIG (1998: 221) decir que los medios privados son independientes del poder gracias a la publicidad es de dudosa solidez ya que se puede ser independiente de un poder, el político, pero dependiente de otros poderes varios, como el que se deriva de la publicidad“. VÁZQUEZ MOLTALBÁN (1971:85) es muy crítico con el papel de la publicidad ya que ésta “ utiliza los medios informativos como medios de presión sobre la opinión pública y se convierte, por su aportación económica, en un factor de presión sobre la información“. La capacidad de **mecenazgo** puede ejercer un rol de características cuantitativas y cualitativas similares a la publicidad. El mecenazgo es una de las fórmulas más empleadas por las industrias químicas en las páginas de *Huelva Información* para ratificar el interés supremo que tienen por significar su esfuerzo de integración en todo aquello que interesa y preocupa a la sociedad onubense, pero, como dice BONSÓN (2001:19), siempre esperando la contrapartida del beneficio de la inversión económica. A esto añadimos, también, el criterio del periódico que traducía como informaciones las actitudes de mecenazgo de la AIQB. En 1989 comenzaron los primeros encuentros regulares entre la industria química y distintos sectores de la pobla-

ción onubense representativos de la opinión pública (profesores y periodistas, principalmente). El clima social sobre las industrias era lo suficientemente crispado como para que el programa de comunicación no se sostuviera sólo con una política de información y acercamiento. Así, se planificó un programa de mecenazgo y *Huelva Información* se convirtió en portavoz de las intenciones de las industrias con la divulgación de los numerosos convenios en esta línea con colectivos sociales de la ciudad. Desde la AIQB se consideraba el mecenazgo una obligación moral con la sociedad, ajena a cualquier “lavado de imagen”, según opinaba el primer responsable del Gabinete de Comunicación, Manuel ALMENDROS.

“El mecenazgo de la AIQB, que en aquellos momentos fue sustancial, no significaba otra cosa que una justa reciprocidad entre el Polo y la ciudad. Era lógico. Si allí se generaba riqueza, Huelva tenía derecho a recibir una mínima cobertura económica para atender su cultura, sus costumbres, sus celebraciones, etc.”...

Más de 1/3 de la publicidad en *Huelva Información* procedente de las industrias químicas estaba avalada por la Asociación. La publicidad que insertaba el periódico en la primera mitad de los años 80 estaba participada, principalmente, por el pequeño comercio e instituciones locales. A partir de la segunda mitad se apreció una presencia más intensa de las empresas químicas. Esta publicidad estuvo siempre diferenciada del resto de contenidos. Había una publicidad encubierta en contenidos informativos de los suplementos especiales sobre el sector industrial y que en los números diarios no siempre era comercial, toda vez que se insertaban mensajes como si de un contenido de información general más se tratara. Entre Agosto de 1983 y Diciembre de 1992 fueron publicados siete suplementos sobre la industria onubense en general, pero con protagonismo del Polo Químico. Sus contenidos eran generosos para las industrias químicas evitando argumentos polémicos y contaban con entrevistas a directores y técnicos de las fábricas, además de numerosos artículos de colaboración. Esencialmente, eran una herramienta notable del periódico para sumar ingresos publicitarios, ya que cada uno reservaba amplios espacios contratados por las industrias del Polo. Antonio CHECA reconoce que la publicidad del Polo era un pilar muy importante para la economía del periódico, incluso se acudía a él con la seguridad de una respuesta publicitaria, aunque supusiera una contraprestación informativa.

“Para un periódico como *Huelva Información* el Polo es un referente importante desde el punto de vista económico a través de los recursos publicitarios. Cuando el periódico necesitaba algo de publicidad se recurría con mucha frecuencia al Polo. Qué ocurría por parte del Polo?. Pues que en alguna medida se veía eso, si no como un chantaje revolucionario, sí como una connivencia con el medio sabiendo que si se le daba publicidad el periódico iba a tener una excesiva actitud de respeto a los problemas medioambientales”.

No se llegó al extremo de silenciar contenidos, aunque Antonio PEINAZO reconoce que no hubo noticias que “se han caído” por motivos extraperiodísticos, aunque el tratamiento de algunas fue minimizado o maximizado, según “las relaciones que había con el Polo”. Belén SÁNCHEZ OLTRA dice que “en ciertos momentos alguna empresa estaba metiendo mucha publicidad y, no es que se haya caído la noticia, pero sí que se haya sacado disfrazadita”. Una reflexión: La empresa periodística puede desechar ingresos por publicidad o aceptar las condiciones del poder publicitario a cambio de contrapartidas. Si un medio accede a las exigencias impuestas por el poder publicitario está en peligro de perder credibilidad.

“Me anuncio si me tratas bien, si vas a controlar determinadas informaciones conflictivas”, alcanzan a manifestar quienes desprecian la misión de un periódico, centrada en favorecer la libertad de expresión, respetar la pluralidad de opiniones y en hacer viable una información veraz, clara, amplia y responsable para sus confiadlos lectores”

(MERCHÁN:1994:102).

La especialización periodística nace como respuesta a la parcelación del conocimiento y por la abundancia de hechos noticiables susceptibles de un trato particular. ORIVE y FAGOAGA (1974:69) subrayan que favorece la riqueza del conocimiento, el espíritu reflexivo del receptor y sirve para formar a sus lectores una conciencia crítica. El público no quiere sólo información, sino también orientaciones cualificadas y creíbles que sean útiles para adoptar decisiones. Pero la especialización tiene el problema de su uso excesivo. CALVO HERNANDO (1992:50) advierte de que demasiada especialización puede acotar el área de trabajo, de ahí que abogue por periodistas que “deben pensar como especialistas y actuar como generalistas”. Y es que en el periodismo especializado existe la posibilidad de que determinados argumentos ocupan un nivel inaccesible para el receptor general, aunque tengan un extremo interés.

El periodismo ambiental es un área del periodismo especializado cuyos comienzos están vinculados a la causa del ecologismo militante. MONTAÑO (1998:49-50) lo define como una disciplina que se mueve casi siempre a largo plazo, en el que no son inmediatas las soluciones de los problemas que aborda y a veces ni siquiera su detección, explicación y diagnóstico. Ahora apuesta por un compromiso divulgativo e intenta generar en la opinión pública una reacción de concienciación. “Si además de la exactitud y rigor que se exigen, el periodista logra transmitir la información con concisión y claridad, el resultado será un lector bien informado, capaz de comprender y valorar la complejidad de cualquier realidad” (CRENES y MÉNDEZ 1994: 64- 65). Pero será preciso mostrar códigos que no sean ajenos a los habitualmente empleados por el receptor medio, aunque su naturaleza motive un lenguaje especializado. DRAGÓ (1985:11) propone que “un buen

comunicador social debe emitir mensajes comprensibles para niños de 13 años, personas que tienen desarrollada totalmente su capacidad de comprensión, pero que todavía deben completar su información. Y hay que tener presente que un niño de 13 años dista mucho de ser un especialista”. De ahí que los conceptos científicos en los medios generalistas deban traducirse habilidosamente para la comprensión del común conocimiento. No ocurre, como es el caso, en el siguiente texto:

“El sensor de la Delegación Provincial de Salud y Consumo medirá los parámetros de SO₂ volumétrico diario, la materia sedimentaria y el NOX volumétrico diario; el sensor en Proquiber medirá el SO₂ volumétrico diario y el NOX, y también el SO₂ estará controlado en el Ayuntamiento”

(*Huelva Información* 1/7/85:3)

Hay una contradicción en nuestra sociedad integrada por una opinión pública que exige el máximo de contenidos medioambientales pero que tiene escasa presencia de periodistas especializados. José María MONTERO (1997) habla de este déficit que intenta cubrirse con expertos científicos y técnicos pero sin la necesaria sensibilidad periodística para mantener un criterio profesional en el tratamiento de la noticia y en los requisitos para su divulgación. Déficit que más se acusa en la prensa local (*Huelva Información*) por la notable limitación del cuerpo redaccional, lo que condiciona notablemente la tarea del periodista. Es un periódico que tiene lo que MORENO ESPINOSA (1998:53) define como *periodistas todoterreno*. Fernando MERCHÁN, reconoce que la carencia de un/a periodista especializado/a en información ambiental ha dificultado “bastante” el tratamiento informativo de los temas relacionados con la contaminación y el Polo Químico.

“La falta de especialización no te deja investigar correctamente. Se trata de una redacción local limitada en personal que tiene que tocar todos los ámbitos”. En aquella época la F.O.E. y las industrias químicas querían interlocutores concretos, no para formarlos en temas medioambientales sino por tener una relación más próxima a ellos, más contacto humano, más familiaridad”.

Antonio CHECA recuerda este problema por la escasez de plantilla.

“El problema, nos dice, era publicar durante los siete días de la semana y que cada trabajador tiene dos días de descanso. Tener una persona especializada en Medio Ambiente o en temas del Polo supone que dos días a la semana no va a estar esa persona y debe ser sustituida por otra, lo que supone que en la práctica tienes que tener más de una persona. Y eso para un periódico local es muy difícil . Era una especialización temporal, más por necesidad de organización que por vocación”.

Antonio PEINAZO se lamenta en parecidos términos. “...No hay personal, todo el mundo tiene que hacer de todo. Hay que ser correccaminos de todo”.

Los redactores que más abordaron contenidos sobre el Polo Químico, coinciden en los argumentos expuestos por los tres directores del periódico. Ángel SERRADILLA reconoce que esta limitación impedía la dedicación exclusiva y profundizar en los temas.

“No dedicarte exclusivamente a una temática concreta te impide tener una perspectiva global. Sí que influye, claro, negativamente. La falta de tiempo, la imposibilidad de contactar con cierta gente u organismo de primer nivel, la imposibilidad de elaborar un trabajo concreto...”.

También, Belén SÁNCHEZ OLTRA se explica en similares términos.

“En una redacción local nunca hay nadie disponible para un tema nada más. Era imposible hacer una información que te haya gustado como ha quedado. Desde luego no tan bien como quien emplee todo el día para hacer un tema”.

Al déficit de profesionales especializados en Medio Ambiente y su referencia a las industrias químicas se une la noticia fácil que forma parte de la rutina por falta de tiempo del periodista para investigar y que responde con contenidos de fuentes interesadas. José María MONTERO (1997:9) advierte que “algunos ven en la generosidad y facilidades del poder para informar una nueva formación de censura, en la que al periodista se le ahorra el esfuerzo de investigar”. El 75% de las noticias de *Huelva Información* sobre Medio Ambiente se referían, directa o indirectamente, a la contaminación de las industrias químicas.

Huelva, antes de las industrias químicas, era una ciudad de 60.000 habitantes, capital de una provincia “olvidada de la mano de Dios” y subdesarrollada en su economía. Sufría un alto índice de analfabetismo, especialmente en el medio rural, con un paro superior a la media nacional y que ocupaba el puesto 39 en renta per cápita. En el editorial del 20/1/91, “*Un futuro para la industria onubense*”, *Huelva Información* describía aquel estado vital.

“La (Huelva) de antes, por muy chiquita, marinera y entrañable que la recordemos, no dejaba de ser una Huelva pre - industrial , de agricultura atrasada, emigrante y sin futuro”

El 20/2/63 el Gobernador Civil de la provincia, Hernán PÉREZ CUBILLAS, recibió una carta del Ministro de Industria, Laureano LÓPEZ RODÓ, comunicán-

dole la decisión del Gobierno de instalar en terrenos cercanos al Puerto de Huelva un Polo de Promoción Industrial. Por encima de las razones oficiales, el argumento para instalar el complejo químico y metalúrgico derivado del cobre fue la existencia en la provincia de las principales minas de pirita del mundo y la presencia de la Compañía Española de Minas de Río Tinto, cuyos principales accionistas estaban estrechamente ligados al Gobierno. La capital cambió radicalmente social, laboral y económicamente con la implantación de las industrias. Desde entonces, ha vivido entre el empleo y riqueza que generan y la contaminación de su proceso productivo. FOURNEAU y MONTEAGUDO LÓPEZ - MENCHERO describen una ciudad con una importante corriente migratoria, sobre todo del medio rural provincial, para construir las infraestructuras del Polo, pero que luego se vio abocada al desempleo tras la conclusión de las obras. La bonanza económica de los años iniciales dio paso, en la década de los setenta, a la pérdida de empleo. Sin embargo, la instalación del Polo permitió sacar a Huelva del aislamiento. Dos décadas después, *Huelva información* lo interpretaba en sus páginas.

“Hoy, veinte años después, vivimos una coyuntura bien distinta, la agricultura ha mejorado estructuras y conseguido sensibles avances , y , sobre todo , ha crecido el sector terciario, el comercio a la informática, pasando por el turismo”

(20/1/91 :14)

En los 15 años siguientes a la instalación del Polo, apenas hubo reflejo informativo de reivindicaciones o críticas públicas sobre el deterioro medioambiental. Cualquier efecto contaminante se minimizaba en *Huelva Información* con el discurso de que las fábricas generaban riqueza y empleo, y su influencia en otros sectores económicos-productivos de la ciudad y provincia. La Memoria Anual de la Fiscalía del Tribunal Supremo, correspondiente a 1975, reflejaba esta situación.

“Huelva debe muchísimo al Polo de Desarrollo Industrial; nadie lo pone en duda. Las industrias que en el mismo se han asentado han multiplicado los puestos de trabajo, han inducido un crecimiento espectacular en otros sectores productivos de la ciudad, han colocado a ésta en un destacable puesto dentro de la clasificación nacional”...“Pero Huelva es también una ciudad insalubre”

Cada día se vertían a la ría 30 toneladas de ácidos y 25 de metales pesados. Ese deterioro, en la segunda mitad de la década de los años ochenta, llevó a la Agencia de Medio Ambiente a ejecutar el denominado *Plan Corrector de Vertidos Líquidos al Litoral* también llamado *Plan de Medidas Correctoras de Vertidos Industriales a la ría y al litoral onubense*, para activar una serie de actuaciones que frenaran la contaminación medioambiental. Empresas y Administración Pública concibieron el Plan como punto de inflexión ante la contaminación que histórica-

mente marcó a la ciudad. FOURNEAU (1983:182) decía que las industrias utilizaban el pretexto del alto índice de contaminación de los ríos Tinto y Odiel, por la actividad minera en la parte alta de su cauce, para excusarse respecto a su responsabilidad única en la contaminación por vertidos. Un informe del C.E.O.T.M.A. (Centro de Estudios de Ordenación del Territorio y Medio Ambiente), entre finales de los 70 y principios de los 80, detallaba la alta carga contaminante de las aguas y de los vertidos químicos. *Huelva Información* publicó, con el título *Un informe del CEOTMA recogía hace algunos años la concentración de metales pesados en la ría de Huelva*, el 11/2/87, una amplia información, a partir del informe elaborado por técnicos del sindicato Unión General de Trabajadores, sobre los efectos de los vertidos químicos industriales, teniendo la referencia del elaborado por el C.E.O.T.M.A. El informe significaba “el deterioro producido en las aguas de la ría de Huelva, desde que se inició la implantación de un conjunto importante de industrias pesadas cuyos efluentes han ido produciendo un grave impacto sobre la misma“. La A.I.Q.B. encargó un estudio sobre el Polo Industrial que publicó *Huelva Información* el 7/12/88 con el título *Los onubenses miden los efectos negativos del Polo apasionadamente*. Según interpretó *Huelva Información*, “hay un miedo vago al peligro potencial de los productos del Polo y existe la conciencia de que sólo sufren enfermedades leves“. La consultora Planimark realizó en noviembre de 1988 una encuesta encargada por la Agencia de Medio Ambiente para conocer la aceptación entre los onubenses del Plan Corrector de Vertidos. *Huelva Información* interpretó su contenido el 12/11/88 con el título *E l 78% de los onubenses se opone al cierre del Polo, aunque cree grave la contaminación*. El 29/12/91, el periódico publicó una encuesta encargada por la dirección cuando ya estaba en marcha el Plan Corrector de Vertidos. Titulaba que *Un 83,7% de onubenses pide más medidas contra la contaminación* y subtitulaba que *El 49,6% considera positivo el Polo para el desarrollo de Huelva*. El periódico destacaba dos conceptos que después de la instalación del Polo habían marcado el debate en la opinión pública: Los onubenses sufrían la contaminación pero creían positiva la contribución de la industria química a su desarrollo. Y añadía otra interpretación: Aunque en los últimos años se estaban acometiendo importantes actuaciones desde la Administración Pública, la muestra revelaba que la población no estaba satisfecha con las medidas correctoras.

Tras la aparición y desaparición, desde los últimos años de la década de los 70, de varias asociaciones empresariales relacionadas con el Polo, y con sus matices respecto al problema medioambiental, nace el 3/12/91 la **Asociación de Industrias Químicas y Básicas de Huelva**. La creación del Gabinete de Comunicación (Mayo 1986) fue para la Asociación una necesidad, no por un remedio vacuo y ni mucho menos como una pretendida cuestión de limpiar la imagen negativa del Polo. La A.I.Q.B. no podía obviar la realidad industrial de Huelva ni dejar de reconocer y contar los problemas que la implantación de las industrias había lle-

vado a la zona. Y nada más práctico y eficaz que canalizar ese propósito que un Gabinete de Comunicación que diera a conocer a la opinión pública el interior humano y tecnológico de las industrias, mostrar su “sincera” preocupación por el Medio Ambiente, contrarrestar las informaciones negativas y reivindicar el propósito de estrecha relación vital con la sociedad onubense. No en vano, el lema de la AIQB era *Comprometidos con Huelva*. Así las cosas, María José GARCÍA PRAT, desde su responsabilidad en el Gabinete de Comunicación, recibió la tarea de consolidar este mensaje, según reconoce:

“Entonces, una de las labores que me encomendaron fue la de hacer llegar a la población la información suficiente como para que las industrias fuesen cada vez más aceptadas” .

Un informe interno de la Asociación elaborado por GARCÍA PRAT, MARTÍ RUIZ, y VELASCO NEVADO (1993:27) advertía que el futuro de la industria química iba más allá de generar riqueza, empleo y tener políticas de seguridad y medioambientales. Subrayaba que el complejo industrial necesitaba que la opinión pública se sintiera próxima a su realidad.

“La industria necesita ser socialmente aceptada y eso sólo se consigue con un programa de comunicación riguroso y continuo en el tiempo”.

Lo que si se estaba claro era que EL SILENCIO NO ES RENTABLE y fueron numerosas sus incursiones en el periódico con informaciones puntuales, entrevistas a directivos de las fábricas y colaboraciones de éstos donde se reconoce que la comunicación con la sociedad onubense debe mantenerse al máximo nivel. El Gabinete de Comunicación aprovechó el trampolín difusor de mensajes que es *Huelva Información* para facilitar contenidos y conocimientos que crearan una mentalidad social moldeada en torno a un valor favorable a su actividad y propósitos, según la segunda responsable, Inés ROMERO.

“Había mucha desinformación y de la desinformación surge el miedo, y el miedo de la gente en aquel momento era lo desconocido ... Era absolutamente necesaria la transparencia, que no sólo no ofendía a la industria sino que la beneficiaba”.

La transparencia informativa debía ser la clave del mensaje, lo que DE PABLOS (1998:29) define como *glassnot* comunicativa. Sin embargo, la mayoría de las empresas no respondía individualmente a la premisa de máxima comunicación con *Huelva Información*, cuando éste requería cuestiones concretas, no existía la “puerta abierta por la que acceder”. Cuando la demanda estaba en un contexto

conflictivo o comprometido para los intereses de las industrias, el silencio era, mayoritariamente, el obstáculo comunmente establecido. La norma de comportamiento informativo era la nota de prensa respondiendo a una crítica, para aportar la versión oficial del colectivo industrial o de una fábrica en particular. La Asociación se preocupaba, especialmente, en la faceta mediática, por hacer frente a los mensajes negativos que definía en el contexto de la *desinformación*. *Huelva Información* publicó 87 comunicados elaborados por el Gabinete referidos a la asociación como colectivo y 22 sobre una empresa específica. En 10 ocasiones fueron sobre acontecimientos negativos para los intereses de las industrias. Con cariz positivo, de especial referencia a inversiones anticontaminantes son 59. De denuncia, protesta o respuesta a críticas externas son 28. En líneas generales, los comunicados tienen estos tres tipos de textos y, salvo los relativos a inversiones específicas que acometían las empresas para reducir la contaminación o mejorar los procesos productivos, la mayoría se elaboraba tras una información publicada en el periódico que en nada o poco beneficiaba a los intereses de las industrias. Las ruedas de prensa son una posibilidad informativa escasamente utilizada por la AIQB. En Octubre de 1991, la Asociación comenzó la edición de la revista *AIQB* “para mostrar por dentro las empresas químicas”.

Desde la puesta en marcha el Polo Químico cualquier referencia que repercutiera a su proceso industrial adquiriría una notable relevancia en *Huelva Información*. En los primeros meses del periódico las informaciones relacionados con el complejo fabril revelaban contenidos que evitaban abordar, como argumento específico, los efectos negativos de la contaminación. En todo caso, si existía una “obligación informativa” de abordarlos, se hacía en un contexto relativo a mensajes conceptualmente positivos. Existía seria preocupación por la vida del Polo y necesidad de que no sufriera desequilibrios. Los esfuerzos descontaminantes dominaban los mensajes, y ante cualquier demora la voz crítica se dirigía, especialmente, hacia la Junta de Andalucía.

Entre agosto de 1983 y diciembre de 1992 hubo dos fases diferenciadas en el conflicto medioambiental creado por las industrias químicas: En el primero, entre agosto de 1983 y diciembre de 1987, la sociedad onubense se debatía entre los vertidos de las industrias, las manifestaciones ciudadanas contra la contaminación, el esfuerzo de la Administración por emprender acciones correctoras y de las empresas químicas por mostrar a la opinión pública onubense su interés para reducir la carga contaminante de los procesos productivos. En este periodo *Huelva Información* mantuvo una actitud tibia respecto al conflicto medioambiental. La segunda etapa, desde enero de 1988 hasta diciembre de 1992, se desarrolló con la aplicación del Plan Corrector de Vertidos Líquidos al Litoral, elaborado por la Agencia del Medio Ambiente, y con la intensificación del empeño de las industrias

para reducir su carga contaminante. La reivindicación por un Medio Ambiente equilibrado era expresada sin limitaciones por *Huelva Información*. Paralelamente surgieron el 'Conflicto de Gibraleón' y la 'Mesa de la Descontaminación', impulsada por la Federación Onubense de Empresarios.

Desde el 3 de Agosto de 1983 hasta Diciembre de 1987 el diario *Huelva Información* publicó 251 informaciones relacionadas, directa o indirectamente, con los conceptos CONTAMINACIÓN - DESCONTAMINACIÓN desde su referencia al Polo Químico. Excluimos suplementos especiales y ecologistas. De todas esas informaciones, 158 carecían de firma y las que sí la muestran estaban elaboradas por 26 redactores no especializados. En la primera página hubo 121 informaciones (82 de orientación positiva y 39 negativa) y en interiores 130 (69 positivas y 61negativas). Las primeras informaciones sobre la contaminación del Polo tuvieron tendencia positiva en el marco general negativo del perjuicio medioambiental. La mayoría de las noticias en portada relacionadas con la contaminación y las industrias químicas informaban sobre inversiones y negociaciones entre las empresas y la Administración Autonómica para reducir los niveles contaminantes. Incluso, no fueron pocas las ocasiones en las que en los textos se ejercitaba la comparación con años precedentes para mostrar la diferencia en los niveles de contaminación y en los avances medioambientales. Aunque en menor número, en páginas interiores, pero sin referencia en portada, también se incluyeron informaciones positivas para dar fe de inversiones descontaminantes y tener activa la conciencia ciudadana sobre el compromiso que empresas y Administración compartían. Son noticias cuyo contenido no variaba su estructura y desarrollo, respecto al resto de noticias, con la única diferencia de su ubicación en el periódico. *Huelva Información* priorizaba en titulares cualquier valoración positiva frente a la contaminación por encima de otros argumentos. Aunque había titulares negativos aparecieron argumentos que contrarrestaban el lado oscuro de la noticia. También, cuando se hacía eco de manifestaciones en contra de la contaminación y para exigir medidas correctoras, se incluían el día siguiente del acontecimiento, o en jornadas próximas, declaraciones o comunicados de las industrias o de alguno de sus representantes subrayando la especial preocupación por conseguir un Medio Ambiente habitable, al igual que las actuaciones desde la Administración con este fin.

Como hemos indicado, la mayoría de las noticias negativas, en esta primera etapa, aparecieron en páginas interiores (5 en la portada y 21 en páginas interiores). El primer conocimiento que *Huelva Información* tenía de las noticias relacionadas con incidentes medioambientales llegaba, habitualmente, de colectivos ecologistas, Administración o llamadas ciudadanas. El desarrollo establecía un proceso inalterable: Cronología de los hechos, efecto negativo (posible o confirmado) en el Medio Ambiente, apertura de la investigación oficial para esclarecer las causas, las medidas de choque si eran necesarias, las reacciones de agentes sociales, y respuesta (si

la hay) de las industrias químicas en la que de forma reiterada resaltaban el esfuerzo inversor para reducir los contaminantes. La noticia se prolongaba en el tiempo en función de los comunicados o declaraciones de las partes protagonistas de este tipo de sucesos. No había un seguimiento informativo generado desde el propio periódico como reflejo de un trabajo de investigación. Las alertas por posibles escapes, que en ocasiones no eran desmentidos o confirmados, aportaban pocos datos y sobre los que no se investigaba, además también generaban informaciones con ambigüedad y anonimato en las fuentes. En este periodo, *Huelva Información* se hizo eco de cinco manifestaciones convocadas por colectivos ecologistas y otros agentes sociales en protesta por la contaminación y para exigir medidas de choque que la redujesen (Información previa de la convocatoria y sus motivos, y el día siguiente la referencia al desarrollo de la manifestación, número de participantes, gritos pronunciados, esloganes de pancartas y manifiesto final de cada marcha). *Huelva Información* no publicó en esta primera etapa ningún editorial sobre el problema de la contaminación de las industrias químicas. Sin embargo, hubo un espacio habitualmente diario, durante la dirección de Fernando MERCHÁN, titulado PEQUEÑOS SECRETOS y próximo al editorial que sí abordó este conflicto puntualmente.

Entre enero de 1988 y diciembre de 1992 *Huelva Información* se hace eco de 18 incidentes medioambientales cuya estructura era similar al periodo anterior, aunque con una significativa modificación respecto a la ubicación en el periódico. Las noticias en portada (14) superan notablemente a las de páginas interiores (4). El denominado **Plan Corrector de Vertidos Líquidos al Litoral** redactado por la Agencia de Medio Ambiente determinó el conjunto de actuaciones para recuperar el entorno industrial y reducir los elevados índices de contaminación. Treinta y cuatro periodistas firmaron sobre este concepto y sus variables. En ese tiempo aparecieron 769 informaciones, de las que 327 carecían de firma. Belén SÁNCHEZ OLTRA fue la periodista que más contenidos redactó con 159, seguida de Ángel SERRADILLA con 58. El resto correspondió a periodistas varios o con la firma de REDACCIÓN. El concepto *Plan Corrector de Vertidos Líquidos al Litoral* estuvo presente directa o indirectamente en todas las informaciones de *Huelva Información* que hacían referencia a las medidas que se aplicarían para reducir la contaminación. 39 textos reflejaron expresamente en sus titulares el Plan Corrector como sujeto principal definido, de las que 21 estaban localizadas en la primera página.

El Plan Corrector de Vertidos Líquidos al Litoral fue un proyecto por el que apostaron activamente la Asociación de Industrias Químicas y Básicas y la Federación Onubense de Empresarios. Los textos que aparecieron en *Huelva Información* subrayaban, en su mayoría, la importancia del proyecto, las inversiones de cada empresa, y reiteradas referencias a sus características y beneficios medioambientales, a partir de hechos noticiables seleccionados por el periódico o en declaraciones

públicas de protagonistas. No en vano, desde que comenzó a tomar cuerpo el interés de la Administración andaluza y de las industrias químicas por compartir el compromiso del Plan Corrector, el periódico adoptó un comportamiento favorable en todos sus límites, sin ningún tipo de fisuras, hacia el proyecto medioambiental. Una de las preocupaciones en los textos de *Huelva Información* era la exigencia a la Administración Andaluza del cumplimiento de los plazos de ejecución comprometidos por el Plan. En este sentido, aparecieron informaciones con amplitud de espacio en las páginas y ubicación preferente que recordaban la existencia de un programa de actuaciones que debía llevarse a cabo dentro de los límites temporales pactados. Tengamos en cuenta que esa demanda era uno de los principales argumentos de la FOE. y de la A.I.Q.B. *Huelva Información* publicaba noticias que mantuvieran viva la conciencia de la opinión ciudadana de que existía un ambicioso Plan para reducir la contaminación y reivindicativas para que se cumpliera ese objetivo. Las informaciones partían, en su mayoría, de la AIQB, de la FOE o de la Administración Andaluza. Los textos, a excepción de hechos puntuales novedosos que servían para iniciar la redacción de la noticia, reiteraban el mismo mensaje que se limitaba a repetir la validez del proyecto, las actuaciones tecnológicas que exigía, su estructura operativa y las inversiones públicas y privadas comprometidas. Las pocas referencias negativas en el periódico tenían como sujeto destinatario a la Junta de Andalucía y mínimamente a alguna industria químicas. La demora de empresas en los plazos no era noticia especialmente destacada, salvo hechos excepcionales. Cuando aparecía algún incidente medioambiental *Huelva Información*, incluía una explicación de las industrias, ya fuera en el mismo texto o al día siguiente, evitando el desamparo informativo de la Asociación de Industrias Químicas. La puesta en marcha del Plan Corrector eliminó notablemente los episodios contaminantes, lo que redujo, obviamente, este tipo de noticias. El periódico no tenía una sección específica de Medio Ambiente o Ecología y las informaciones relacionadas con esa materia se incluían en las páginas de Local, Provincia o Sucesos.

Huelva Información publicó, entre Enero de 1988 y Diciembre de 1992, treinta y tres editoriales relacionados con el contencioso medioambiental, de los que sólo cuatro tuvieron explícitamente como argumento al Plan Corrector de Vertidos entendido como concepto global exclusivo. Sin embargo, este término estaba implícito en la mayoría de los editoriales que hacían referencia a la contaminación derivada de la actividad de las industrias del Polo Químico. El resto se referían a dos hechos concretos que surgieron de la aplicación del Plan Corrector : El conflicto social de Gibraleón y la denominada “Mesa de la Descontaminación”.

La ejecución del Plan Corrector de Vertidos Líquidos el Litoral establecía entre sus actuaciones incuestionables la construcción de una planta de tratamiento y almacenamiento de los residuos contaminantes procedentes de las industrias del Polo para su inertización. La Agencia de Medio Ambiente determinó, tras estudiar varias propuestas, ubicar la citada Planta en la finca Belmonte, del municipio de Gibraleón.

Esta elección fue rechazada por todos los partidos políticos de su Ayuntamiento (a excepción del PSOE que, entonces, gobernaba la Corporación Municipal) y de buena parte de la población de esa localidad. El conflicto sobrepasó los límites del contencioso medioambiental, hasta llegar a desórdenes públicos, tribunales y crisis política. **El conflicto de Gibraleón** apareció en las páginas de *Huelva Información* en 244 textos. En portada con sentido positivo y enfocados a moderar la tensión generada o incentivar el proceso descontaminador con el Plan Corrector de Vertidos fueron 42. Los que mostraban un cariz negativo fueron 29. En páginas interiores las noticias en positivo fueron 35 y en negativo 29. El clima social y político de Gibraleón, nada más conocerse que el proyecto de la planta de residuos inertes era elegido para ese municipio, se caracterizó por continuos altercados y desórdenes públicos. Una situación sobre la que *Huelva Información* mantuvo una reiterada atención periodística dando a conocer cualquier circunstancia en torno a esa crispado clima. Las informaciones en portada sobre esos acontecimientos fueron 56. Las noticias de la misma naturaleza en páginas interiores fueron 53. *Huelva Información* abordó el conflicto de Gibraleón desde todos los protagonistas y vertientes que conformaron aquel contencioso: La oposición de los vecinos agrupados en la Coordinadora Antivertedero, la crisis política en el Ayuntamiento, los debates entre partidos políticos, los desórdenes públicos, y los juicios y condenas. El periódico asumió el conflicto desde una posición favorable a la instalación de la Planta de Inertes en Gibraleón, tal como reivindicaban la FOE y la AIQB. La línea editorial distaba notablemente del Partido Socialista (que sostenía al Gobierno de la Junta de Andalucía, promotora del vertedero), pero coincidió con esta formación en la defensa de la planta. De ahí que no escatimaba espacio para publicar las declaraciones o comunicados del PSOE que reivindicaban la importancia de la planta. Aunque *Huelva Información* publicó cualquier iniciativa de la Coordinadora, paradójicamente no entrevistó a alguno de sus miembros. Por el contrario, hubo entrevistas a representantes de las industrias, empresarios, del PSOE o de la Junta de Andalucía desde donde sólo había referencias defensoras de la planta de inertes. A partir de mayo de 1989, una vez paralizado el proyecto de construcción de la planta de inertes en Gibraleón, el conflicto social y político redujo su intensidad, lo cual se reflejó en el periódico con menor profusión de textos.

Once editoriales tuvieron como núcleo el conflicto de Gibraleón. El periódico adoptó un compromiso activo a partir de tres argumentos sobresalientes: Defensa del consenso socio-político para buscar una solución aceptable por todas las partes implicadas; rechazo de la violencia enquistada; y máximo apoyo a la planta proyectada. Los argumentos coincidían en todos sus extremos con las declaraciones o comunicados de la AIQB y de la FOE. La demanda de consenso, con intencionada advertencia a agentes sociales y políticos, era subrayada en los editoriales pero sin referencia explícita a las industrias o a la FOE que también eran partes del contencioso. Este conflicto fue el tema que más problemas ocasionó a los dos

directores de *Huelva Información* durante el contencioso. Ambos coinciden en que unas de sus máximas fue reivindicar el diálogo y la moderación, y repudiar la violencia y la exaltación de argumentos que podrían generar enfrentamientos nada deseables. Así lo expone Fernando MERCHÁN :

“La actitud que adoptó el periódico, proponiendo el diálogo, y un foro de debate, se demostró que era la correcta. Incluso, todo el mundo tomó conciencia que Huelva era una ciudad industrial, para bien y para mal, pero había que asumir esa circunstancia”.

En la misma línea nos manifiesta CHECA:

“Veías a Gibraleón que era un pueblo alzado contra un proyecto. A veces, en esos movimientos hay un poco de irracionalidad y yo intentaba poner los pros y los contras de cada posición. La actitud del periódico era intentar serenar los ánimos en el sentido de que lo que se quería instalar en Gibraleón era positivo para la sociedad onubense, puesto que si había unos residuos que era necesario reciclarlos se aseguraba que la instalación no tendría efectos nocivos para la ciudadanía”.

Huelva Información publicó 124 informaciones sobre la ‘**Mesa de la Descontaminación**’, de las que 46 estaban en portada, con contenidos sobre las reuniones, divergencias de sus integrantes y avances. En significativas ocasiones ocupaban poco espacio, pero el suficiente para mantener viva su existencia. Los comunicados de la F.O.E. tuvieron amplio respaldo informativo, incluso priorizando la referencia a la ‘Mesa’ por encima de otros asuntos generales o sectoriales en los textos. Este foro de debate estuvo integrado por las fuerzas políticas, empresariales y sindicales más significativas de la provincia, a excepción del Partido Popular que, si bien participó en su primera fase, optó por abandonar. El acuerdo de la ‘Mesa’ de elegir el municipio de Palos de la Frontera para construir una planta de inertización como la instalada en la ciudad italiana de Módena (con un proceso más avanzado y seguro que el previsto inicialmente) causó desconfianza en ese Ayuntamiento al temer que el proyecto era similar al rechazado en Gibraleón. *Huelva Información* inició una “batalla informativa” para clarificar el proyecto y aportar todo tipo de datos, y sobre todo por el miedo de que se repitiera el conflicto, al igual que reiteraban la F.O.E. y la A.I Q.B. *Huelva Información* publicó dieciocho editoriales sobre la ‘Mesa’ con dos argumentos sustanciales del mensaje: La validez de este foro para resolver los problemas medioambientales, y su ejemplo para la defensa del diálogo y el consenso como herramientas en la búsqueda de los objetivos. Siete de estos editoriales compartieron texto con los incidentes en Gibraleón.

Los medios de comunicación tienen en el **movimiento ecologista** un cómplice en la recepción de noticias y como fuente de contraste informativo. A su vez, los ecologistas tienen en los medios de comunicación un instrumento fundamental

para transmitir sus mensajes. Los problemas de contaminación por las industrias químicas fue la chispa que encendió la rebeldía de la opinión pública contra un estado medioambiental desequilibrado y castigado. En ese periodo aparecieron y desaparecieron varios grupos que tenían en Huelva su marco geográfico de referencia, fundamentalmente. Entre Agosto de 1983 y Diciembre de 1992 aparecieron en *Huelva Información* textos generados por nueve asociaciones ecologistas, cuya vía de transmisión habitual eran los comunicados de prensa, siendo publicados en 73 ocasiones. En 21 días publicó noticias sobre acciones de protesta y 15 textos estuvieron generados por ruedas de prensa convocadas por alguna de esas asociaciones. En 16 días ocuparon la primera página. *Huelva Información* incluyó en 327 días textos relacionados con la contaminación de las industrias químicas en los que participaba alguno de estos colectivos, pero sin especificar el nombre, tan sólo se definían como “los ecologistas”. El periódico no se prodigó en acudir a los portavoces ecologistas para recabar opinión, a diferencia de los directivos de las industrias o de responsables de la Administración. Incluso, en las entrevistas a responsables del Polo se les favoreció para emitir respuestas críticas sobre determinadas actuaciones de estos colectivos o en contestación a denuncias. Las relaciones entre *Huelva Información* y los ecologistas distaban mucho de la simbiosis deseada por ambos. Los ecologistas veían al periódico como el instrumento más eficaz para difundir sus mensajes y *Huelva Información* entendía a ese colectivo como fuente de información que, incluso, permitía alcanzar contenidos de difícil accesibilidad. Ambos establecieron una relación de necesidad mutua pero, paradójicamente, marcada por la desconfianza. El periódico estableció restricciones respecto a los mensajes ecologistas, según coincidieran o no con los postulados de la FOE o de la AIQB. Por el contrario, el movimiento ecologista aseguraba que la presión de ambas instituciones condicionó los mensajes de *Huelva Información*. Fernando MERCHÁN cuenta que tenía desconfianza en los ecologistas, aunque reconoce que eran fuentes informativas nada desdeñables. Antonio CHECA, recuerda que, aunque hubo notables diferencias en las relaciones, este colectivo era agente de referencia informativa. Antonio PEINAZO delimita la relación con los ecologistas, según el trazado de los intereses editoriales de *Huelva Información*. La redactora Belén SÁNCHEZ OLTRA evita generalizar en su análisis y matiza que en ese colectivo existían voces que califica de válidas, y otras que no ofrecían credibilidad. Ángel SERRADILLA muestra una inclinación favorable respecto al protagonismo de los ecologistas, a quienes otorga un nivel similar al de otras fuentes. Los ecologistas acusaban a *Huelva Información* de ser portavoz de los intereses del Polo por presiones mercantilistas y de mediatizar a la opinión pública con su enfrentamiento ideológico, relegando sus mensajes a un segundo plano, especialmente aquellos que ponían en duda la actuación de las industrias químicas. Uno de los portavoces más cualificados del movimiento ecologista local, Juan ROMERO utiliza para rubricar este pensamiento conceptos como “manipulación” o “subordinación a intereses económicos”.

“*Huelva Información* es un medio privado y como tal depende del ingreso, de la necesidad económica que le mete cada sector. El Polo era uno de los sectores que más dinero le estaba metiendo y en su filosofía como periódico había un choque de intereses que le llevaba a minimizar las actuaciones del movimiento ecologista, e incluso yo me atrevería a decir: manipular. Había editoriales que rayaban en el escándalo. No hacían un análisis exhaustivo, objetivo, riguroso, de lo que decíamos sino juicios de valor para descalificar y minimizar nuestras actuaciones. No era un reflejo de la realidad, con objetividad e imparcialidad respecto del mensaje del movimiento ecologista”.

Otra voz ecologista, José VIDAL, reitera los mismos términos que su compañero de trinchera al describir a *Huelva Información* dominado bajo los intereses del Polo Químico.

“Sacaban una información absolutamente distinta a la que nosotros enviábamos. Salía algo que no tenía nada que ver con lo que expresábamos. Nos sentíamos convidados de piedra”...“Hemos tenido nuestras diferencias con ese medio de comunicación, no sólo por la cobertura informativa que realizaba de las informaciones que nosotros hemos generado. Hacía una información sesgada que desvirtuaba el contenido de lo que nosotros decíamos”.

Bibliografía:

- BONSÓN, M^a Coronada (Mayo 2001): “ Mecenazgo empresarial. El arte de fundar con lucro” , en *Nuestro Tiempo*, nº 563. Ed. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S. A. Pamplona.
- BORRAT, Héctor (Marzo 2000) : “ Hermenautas todos. El círculo del investigador “ , en *La Comunicación humana. Retos en los Umbrales del milenio*. Revista *Comunicar* nº 14. Ed. Grupo Comunicar. Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación. Huelva
- BUSTAMANTE, Enrique (1982) : *Los amos de la información en España*. Ed. AKAL/ Universitaria, Madrid
- CALVO HERNANDO, Antonio (1992) : *Periodismo científico*. 2^a edición, revisada y ampliada. Ed. Paraninfo. Madrid
- CASTELL, Manuel (1995) : “ La mediocracia “, en *EL PAÍS*, 24/1/95, pág. 13. Madrid
- CRENES, Susana y MÉNDEZ María Inés (1994): *Análisis periodístico de los análisis forestales en Andalucía*. Ed. Federación de Espacios Naturales y Protegidos de Andalucía, Sevilla
- DE PABLOS, José Manuel (1998): “ Es que vamos a una sociedad de la información”, en *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*. Ed. Grupo de In-

- vestigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación . Universidad de Sevilla y Asociación Universitaria Comunicación y Cultura. Sevilla
- DRAGÓ, Tito (1985): “ La información ambiental: Entre el catastrofismo y la intrascendencia “ en *Revista de Información Ambiental*, nº 5 Ed. M. O. P. U. . Madrid
 - FISCALÍA DEL TRIBUNAL SUPREMO (1976): *Memoria de 1975* Ed. Tribunal Supremo. Madrid
 - FOURNEAU, Francis (1983): *La provincia de Huelva y los problemas del desarrollo regional*. Ed. Excma. Diputación Provincial de Huelva
 - GARCÍA PRAT, María José; MARTÍ RUIZ, Jordi; VELASCO NEVADO, Jesús (1993): *Lo social en el desarrollo histórico de la Asociación de Industrias Químicas y Básicas de Huelva (De la Tecnocracia a la crisis post-92)* Documento interno de la AIQB sin editar. Huelva
 - GOMIS, Lorenzo (1992): *Teoría del Periodismo : Cómo se forma el presente* Ed. Paidós Comunicación, Barcelona
 - HUELVA INFORMACIÓN : Nº 0 a Nº 3.409
 - JACQUARD, Roland (1988): *La desinformación: Una manipulación del poder*. Ed. Espasa Calpe. Madrid
 - LÓPEZ ESCOBAR, Esteban (1987) : “ El informador profesional entre las fuentes y el público”, en II Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra. Pamplona
 - MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1978) : *La noticia y los comunicadores públicos*. Ed. Pirámide, Madrid
 - McQUAIL , Denis (1991): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Ed. Paidos, Barcelona
 - MERCHÁN, Fernando (1994): “ Huelva lo ha querido”, en *Huelva Información: X Aniversario 1983-1993*. Págs. 102 - 106 Ed. Huelva Información S. A.
 - MONTAÑO, Miguel (1998): *Periodismo Especializado en información ambiental en España y Andalucía: Una aproximación* (Trabajo de Investigación predoctorado). Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Ed. Miguel Montaña. Sevilla
 - MONTEAGUDO LÓPEZ-MENCHERO, Jesús(1986):*El entorno agroindustrial de Huelva. Una perspectiva geodemográfica*. Ed.Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Huelva
 - MONTEAGUDO LÓPEZ-MENCHERO, Jesús (1990): *La industria en la vertebración y organización del espacio urbano y periurbano de Huelva* . Ed. A. I. Q. B. Huelva
 - MONTERO, José M^a (Mayo 1994): ” Medios de Comunicación y Medio Ambiente”, en *Curso sobre Bases educativas para la Conservación del Patrimonio Natural y Cultural*. Ed. British Council/Universidad de Murcia.

- MONTERO, José M^a (Diciembre 1997): “ Las fuentes de la noticia ambiental”, en *II Congreso Internacional de Universidades por el Desarrollo Sostenible y el Medio Ambiente*. Ed. Universidad de Granada.
- MORENO ESPINOSA, Pastora: (1998): “ Fundamentos del lenguaje de los mass-medio “, en *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*. Ed. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (Universidad de Sevilla) y Asociación Universitaria Comunicación y Cultura. Sevilla
- REIG , Ramón (1992): *Sobre la comunicación como dominio. Seis paradigmas*. Ed. Fundamentos. Madrid
- REIG, Ramón (1998): *Medios de Comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial* Ed. Paidós Papeles de comunicación 21. Barcelona
- ROMANO, Vicente (1977): *Los intermediarios de la cultura* Pablo del Río Ed. Madrid
- II CONGRESO NACIONAL DE PERIODISMO AMBIENTAL (1997) Ed. Asociación de Periodistas de Información Ambiental. Madrid

P.D.- Las declaraciones de directores y redactores del diario Huelva Información están recogidas en Tellechea Rodríguez ,José Manuel (2002): *Las industrias del Polo Químico onubense y el conflicto medioambiental, en entorno local, a través de las informaciones y editoriales del diario Huelva Información (Agosto 1983-1992)*

(Recibido el 5-9-03, aceptado el 16-12-03)