

# Saborear la propaganda del SCRATS

escrito por Hidra | martes, 18 de julio de 2017

El SCRATS ha anunciado su campaña «[saborea el agua que nos une](#)». Entre el 28 de julio y el 22 de agosto van a recorrer las playas del sureste ofreciendo frutas y hortalizas, y adoctrinando sobre el trasvase Tajo-Segura. Los desprevenidos veraneantes serán obsequiados y agasajados, posiblemente con sabores difíciles de encontrar en nuestros mercados y supermercados, con el fin de que vuelvan de vacaciones infundidos con la fe trasvasista, a la vez que son ajenos y desconocedores de los problemas reales del agua.

Veraneantes atraídos por el agua. Algo de lo que actualmente carecen los municipios ribereños de los embalses de Entrepeñas y Buendía, precisamente por la gestión del trasvase Tajo-Segura. El pujante desarrollo de su industria turística de los años 60-70 del siglo XX ha desaparecido por el vaciado continuo de los embalses. El simbolismo de la afrenta de esta campaña es doble para los ribereños, pues el destrozo de sus embalses se ha realizado para enriquecer a los «generosos donantes», mientras que se les impide ofrecer ocio y turismo ligado al agua a los veraneantes objetivo de la campaña.

¿Cuál es el coste de esta campaña? Se podría argumentar que es algo interno, privado, que no nos incumbe. O que está justificada ante la dramática situación. Pero el negocio del trasvase Tajo-Segura se encuentra fuertemente subvencionado (véase «[Las trece subvenciones encubiertas del Trasvase Tajo-Segura y un epílogo imposible](#)»). Además, causa serias afecciones económicas, sociales y ambientales, que existen aunque se intentan ignorar y ocultar. A esto, hay que añadir los decretos de sequía realizados en los últimos años, con importantes subvenciones y prebendas para calmar el espíritu pedigüeño del SCRATS. Es decir, que mientras el SCRATS recibe

fuertes subvenciones –directas e indirectas–, se gasta dinero en costosas campañas publicitarias.

En definitiva, se trata de una campaña propia de la catadura moral del SCRATS. Un intento de compra de voluntades o simpatías ofreciendo tomates, lechugas y otros, mientras que cuenta la historia a su manera a un público que en su mayoría es indiferente a los problemas del agua. Más o menos, como la ministra del MAPAMA o la Directora General del Agua.

Frente a la manipulación, información. Pero mientras que la primera está sustentada por intereses creados y un *lobby* que muestran «su» realidad, la Administración se empeña en ocultar información. Para poder entender adecuadamente el Trasvase, no hay que ver únicamente unos supuestos beneficios de un grupo privilegiado de usuarios, sino también los daños y perjuicios causados a terceros y al medio ambiente.

Para «saborear» adecuadamente el agua que une a SCRATS y afines y hunde a Castilla, se pueden visitar los embalses de Entrepeñas y Buendía, o en su defecto ver fotografías y vídeos que se están subiendo en páginas web y redes sociales: el antiguo puente de Durón aflorando, ovejas pastando plácidamente por el fondo del embalse, campos de girasoles donde otrora había una columna de 30 metros de agua, etc. Un paisaje desolador, que el visitante verá compensado por el atractivo y sabores de los municipios de la zona; ¿cómo estarían si el Trasvase no les estuviera limitando su desarrollo desde hace más de 30 años?