

MÉS ENLLÀ DELS TRACTORS

Com s'aproximen els periodistes al món rural?

TEXT LAURA SAULA

Durant molt de temps, el món rural i la pagesia han estat tractats de manera més aviat superficial en els mitjans de comunicació generalistes, que sempre acabaven caient en els tòpics associats a aquest entorn. Una situació que, en els darrers anys, ha anat evolucionant amb el sorgiment de noves publicacions que donen valor i que situen en primera línia tant la vida al camp com les seves històries més personals. En les pàgines següents, responsables de mitjans que aposten pel món rural expliquen què els ha portat a prendre aquesta decisió.



Els pagesos estan marcats pels tòpics. A la fotografia, un ramader d'ovelles de la localitat de Biure (Girona) té cura del seu ramat. Foto: Robin Townsend (Alamy)

Engueguem la televisió, obrim un diari o posem la ràdio i podem escoltar fàcilment l'opinió d'experts, com ara un metge, un advocat o un futbolista. Però, tenim cap “bon pagès” de referència? Aquesta és una de les preguntes que es fan molts habitants del món rural que no es veuen reflectits en els mitjans de comunicació. “Només es parla dels pagesos quan fan una “tractorada” o quan hi ha destrosses o ventades. Tota la resta sembla que no existeixi”, explica Jesús Riverola, director de RNE Lleida i director, a més de presentador del programa *Món Rural* a la mateixa emissora.

Gràcies a la seva xarxa de col·laboradors arreu de Catalunya, en el programa s'intenta reflectir el dia a dia de la feina al camp. “Persones anònimes, però que, sense elles, no funcionaria absolutament res”, remarca Riverola. Així doncs, el repte periodístic del programa és intentar no focalitzar només l'atenció quan passen coses, sinó reafirmar que el món rural existeix cadascun dels 365 dies de l'any.

En aquest cas el programa radiofònic, en antena des del 2011, incideix sobretot en el territori de Lleida, “on la gent s'ha sentit oblidada històricament i on té el sentiment de ser la “Ventafocs de Catalunya”, ja que només se'n recorden quan hi ha campanyes electorals”, es lamenta Riverola.

"NOMÉS ES PARLA DELS PAGESOS QUAN FAN UNA 'TRACTORADA' O QUAN HI HA DESTROSSES O VENTADES" Jesús Riverola, RNE

El programa setmanal també vol fer reflexionar sobre qüestions que sovint s'obliden en els àmbits més urbans: “Tothom està content amb el *fruiturisme* i per venir a veure els arbres florits del Segrià, encara que després, si algú es pregunta a quin preu paguen al

pagès els fruits que surten d'aquells arbres i que, més endavant, es compren a un preu desorbitat perquè hi ha uns intermediaris pel mig que continuen tallant el bacallà?”, es demana el responsable de *Món Rural*. Altres temàtiques que aborden *Món Rural* són els problemes amb les infraestructures, sobretot a les comarques de muntanya, així com les dificultats d'accés a les telecomunicacions des dels pobles més remots. “Són coses que provoquen molts inconvenients per als negocis locals i en el dia a dia dels habitants”, conclou Riverola.

VALORAR EL TERRITORI

Un altre programa radiofònic que ha apostat des del principi per donar valor al món rural és *Meteomauri*, conduït per Francesc Mauri, meteoròleg i presentador de televisió. “La idea era fer un programa enfocat cap a la meteorologia, però sempre amb el

EL TELENOTÍCIES COMARQUES DE TV3 ÉS UN DELS INFORMATIUS MÉS BEN VALORATS EN LES ENQUESTES DE SATISFACCIÓ

concepte del *territori català*, de proximitat i d'entorn geogràfic, social i cultural”, explica Mauri. Concretament, el programa, que s'emet setmanalment a Catalunya Ràdio des del 2012, compta amb la secció *Meteoterra*, en què es parla del món agrícola, ramader i marítim. “Hi ha molts desequilibris entre les àrees urbanes i les rurals, i és trist que encara no es conegui prou que el nostre món rural és molt potent”, explica el meteoròleg.

Així doncs, la idea principal del programa és intentar ajudar a donar més identitat al territori rural, a fixar la població i a fer que l'audiència sigui conscient que sectors com l'agroalimentari a Catalunya “són més importants que la indústria automobilística”. “Es diu que el sector dels porcs a Catalunya és l'equivalent a tres fàbriques SEAT, sense descomptar tot el que significa el consorci agroalimentari de la cooperativa de bonÀrea de Guissona. No hi ha prou espai als mitjans de comunicació per fer-se'n ressò”, remarca Mauri, que considera que la premsa comarcal dóna més cabuda a totes aquestes qüestions.



El món rural té diferents vessants que no sempre apareixen als mitjans. A la imatge, una parada d'un mercat orgànic celebrat a Sant Cugat del Vallès. Foto: Alamy

El *Telenotícies Comarques* de tv3 també és un altre espai que intenta retratar el món rural des de diferents perspectives. “S’ha vist en enquestes que és un dels telenotícies que més bones valoracions té, i això posa sobre la taula que hi ha una necessitat d’informació, de saber, de poder veure tota aquesta realitat més rural, més comarcal i més lluny de les ciutats i dels centres de decisió”, explica Mauri.

Un dels objectius de *Meteomauri* és posar en relleu que a Catalunya es viu en un territori molt ric “que ho pot donar tot, sense haver d’anar a buscar els productes a quatre mil quilòmetres”. I tot això fet des de la ruralitat i l’equilibri amb la natura. “Al final és l’empremta de la humanització”, conclou Mauri.

RETRATS PERSONALS

Precisament, és el factor més humà el que s’ha buscat transmetre des d’un principi al magazín digital de no actualitat *La Mira*, nascut el 2018. “Volem explicar un país que no està explicat. Fins ara

parlàvem de fets, els titulars eren: “El preu de la fruita puja o cau un 30%”, en canvi, no parlàvem amb el pagès. Ens havíem oblidat de les persones”, explica Francesc Canosa, director de *La Mira*, que assenyala com a part de la culpa el fet que el periodisme, especialment l’urbà, “té un desconeixement absolut de la realitat

“AMB LA PANDÈMIA, HEM VIST QUE LA PILOTA DE MESSI NO SERVEIX PER MENJAR, PERÒ LA FRUITA D’UN PAGÈS SÍ” Francesc Canosa, *La Mira*

i la geografia del país: hi ha periodistes que no saben situar els pobles als mapes”.

I pel camí, apunta Canosa, les persones s’han trobat, sobretot arran de la pandèmia, “que la pilota de Messi no serveix per menjar, per contra, la fruita d’un pagès sí”. Fins i tot s’han adonat que “un tomàquet suca”, afegeix. Tot un sector que fins ara no

ha estat ben comunicat, quan resulta que en el món rural “hi ha persones que estan contribuint a l'equilibri territorial, que obren cellers o que recuperen les terres dels avis, i tot això són històries per explicar”. Històries i persones que Canosa considera “globals i internacionals”.

L'ÈXIT D'EL FORASTER (TV3), RURALITAS (LA 2) O ENTRE OVEJAS (LA 1) FAN PALESA LA NECESSITAT DE RECONNECTAR AMB ELS ORÍGENS RURALS

Per aquest periodista de Balaguer, el vi és el primer producte de la terra que ha estat “comunicat”. Són moltes les revistes i els periodistes especialitzats en vins. Què fa pensar que no pot passar el mateix amb altres productes de la terra? “Els vins, els arbres fruiters, tot això ja hi era abans, no ens ho hem inventat, no és artificial”, afegeix Canosa. Tan sols faltava comunicar-ho. “Tota la zona de Lleida és la taca fruitera més gran d'Europa, i ens n'havíem oblidat”, afirma Canosa, que defineix aquesta zona del país com la “Califòrnia catalana”, “el rebost de Catalunya”. I no és la primera vegada que llança la reflexió a la facultat de Comunicació de la Universitat de Lleida sobre la importància d'especialitzar-se en periodisme agroalimentari.

Trencar els tòpics i els esquemes mentals també és un altre dels objectius de *La Mira*. “Ens hem oblidat que els pagesos viuen a casa seva, miren Netflix, viatgen i són a Twitter i Instagram. Ells mateixos ho estan comunicant, perquè fins ara no estaven *comunicats*”, matisa. “Mediàticament, no s'havia parlat mai *de tu a tu* amb aquesta gent, a diferència d'altres sectors, quan fan la cosa més important del món, que és oferir-nos el menjar”, conclou.

TORNADA ALS ORÍGENS

L'èxit de programes com *El Foraster* a tv3, *Ruralitas* a La 2 o *El Paisano* i *Entre ovejas* a La 1 fan palesa la necessitat de l'espectador de reconnectar amb els orígens rurals que, d'una manera o altra, formen part de llurs històries personals. Uns orígens pels quals també han apostat des de la cooperativa Som* amb el projecte multiplataforma *Arrels, el món que torna*. Es tracta d'un mitjà que engloba una revista en paper i un entorn digital amb un web, una ràdio per Internet i un mercat virtual de productes de proximitat. De fet, els subscriptors són alhora els socis de la cooperativa: d'una banda, són els mateixos pagesos que vénen els productes de proximitat i expliquen llurs històries i, d'una altra, els lectors que també poden fer llurs comandes.

Encara que el projecte ja estava en procés de gestació, va ser arran del confinament que se'n va accelerar el llançament, explica Josep Sucarrats, director d'*Arrels*. “Feia temps que detectàvem com s'estava generant un cert moviment social no organitzat, un

canvi generacional a través dels mitjans i de les xarxes socials en què es veia com la societat cada vegada tenia més consciència que necessitem el món rural, i que el món rural ha de ser i pot ser un entorn amb moltes possibilitats”, explica.

Conscient que, a banda de totes les oportunitats, en el món rural també hi ha la seva part de duresa i molts projectes que es queden a mig camí, Sucarrats considera que és important posar èmfasi a explicar i a difondre el que des del projecte defineixen com “el món que torna”. Què és el món que torna? “No és un món on no hi ha rentadores ni Internet, sinó que és més aviat una qüestió de valors, d'organització social, de prioritats. Un món on les coses tenen un sentit de fer més enllà del consum pel consum, sinó de posar la vida al centre”, explica el director d'*Arrels*.

Un món que, d'altra banda, és explicat amb les últimes tecnologies, però que no funciona ni es llegeix “als ritmes de Twitter”. Conceptes com el dels cicles de la vida i la natura, la sostenibilitat, la creació cultural o l'autosuficiència són alguns dels valors pels

ARRELS, EL MÓN QUE TORNA ENGLOBALA UNA REVISTA EN PAPER, UN WEB, UNA RÀDIO PER INTERNET I UN MERCAT VIRTUAL DE PRODUCTES DE PROXIMITAT

quals aposta el projecte. Tot i que la revista en paper es ven en diverses plataformes en línia, Sucarrats considera que, en aquest món que torna, els quioscos a peu de carrer també acabaran tornant amb força. Això sí, hauran de tornar completament reinventats. **Ç**