



**Fundació del
Món Rural**

“És notícia el món rural? La pluralitat territorial als mitjans de comunicació”

Conclusions elaborades per Xènia Bussé i Pablo Santkovsky per a la Fundació del Món Rural (FMR) de la jornada del 18 de juny de 2008 “És notícia el món rural? La pluralitat territorial als mitjans” organitzada per la FMR, amb la col·laboració del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i el Col·legi de Periodistes de Catalunya.

1. Antecedents.....	3
2. És notícia el món rural? La pluralitat territorial als mitjans de comunicació.....	6
a) Què és el món rural?.....	7
b) El món rural està suficientment representat als mitjans de comunicació.....	8
c) El món rural necessita una estratègia de comunicació.....	9
d) El paper dels periodistes i dels mitjans de comunicació.....	11
3. Conclusions i línies de treball.....	13

És notícia el món rural? La pluralitat territorial als mitjans de comunicació. Conclusions de la jornada celebrada el 18 de juny de 2008 a la seu del Col·legi de Periodistes de Catalunya, organitzada per la Fundació del Món Rural i que compta amb el suport del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i del Col·legi de Periodistes de Catalunya

1. Antecedents

La Fundació del Món Rural (FMR) neix com a eina de suport organitzatiu i administratiu per la celebració del 1er Congrés del Món Rural (CMR) durant el 2005 i 2006, promogut per la Direcció General de Desenvolupament Rural del Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca (DARP), i que tenia entre els seus objectius la voluntat de "crear opinió" i que "se'n parlés de la realitat rural". En aquest congrés es va debatre en un dels Fòrums la presència del territori als **mitjans de comunicació i es va elaborar un Enquesta de percepció del món rural per conèixer de més a prop quina era la imatge que la societat catalana tenia d'aquest entorn.** L'Enquesta pretén avaluar la imatge i les percepcions que els catalans tenen del món rural. L'objectiu de l'estudi és examinar els coneixements i posicionaments dels catalans vers un conjunt de qüestions que són determinants en l'evolució futura de les zones rurals del nostre país. L'enquesta, a més, manifesta les mancances de l'àrea metropolitana de Barcelona d'accés a la informació sobre la resta del país

En el marc d'un Fòrum per al Diàleg a Vilafranca (el 5 d'abril de 2006) va tenir lloc un debat amb la intenció de buscar la implicació dels mitjans de comunicació i analitzar com els periodistes tracten els temes rurals. En aquest acte van participar una trentena de professionals de la comunicació, creadors d'opinió, defensors del lector i l'oïdor, i representants dels mitjans d'arreu de Catalunya que van apostar per reforçar el diàleg entre el sector agrari i els mitjans de comunicació. La taula rodona "El diàleg truncat entre el món rural i el món urbà: el paper dels *mass media*", que va tenir lloc el 6 de maig de 2006 a Barcelona, va aprofundir en la matèria durant la cloenda del Primer Congrés del Món Rural de Catalunya. Un dels temes posats llavors sobre la taula va ser la manca de

preparació tècnica de la majoria de periodistes a l'hora de tractar temes agraris, el centralisme dels grans mitjans de l'àrea metropolitana de Barcelona, el tractament sensacionalista i alarmista que alguns cops s'ha donat a certes informacions o la petició per part dels periodistes de major transparència de les fonts institucionals i que el propi sector generi més informació, etc.

En aquest sentit es va parlar de la necessitat de valorar més el territori com a patrimoni de tots els ciutadans i que el propi sector esdevingui font informativa a través de gabinets de premsa especialitzats perquè "les notícies tinguin, efectivament, gust de notícia". El gremi periodístic va fer, també, autocrítica al reconèixer que cal "assumir que tenim una mirada limitada i fragmentada de la realitat" i que "és possible canviar l'agenda temàtica per acostar-nos més a les persones i gestionar els coneixements amb responsabilitat".

Un cop acabat el Congrés, la missió de la Fundació és establir mecanismes facilitadors de la reflexió sobre els problemes específics i/o diferencials del món rural i aportar elements perquè Catalunya sigui conscient del seu valor estratègic en el desenvolupament sostenible del país. I que això es tradueixi en una "ruralització" de l'activitat legislativa i de la presa de decisions polítiques, així com en una major transcendència en l'opinió pública de tot allò que concerneix a la quotidianitat i al progrés del món rural català.

Dins de la seva missió, la Fundació del Món Rural ha de promoure la valoració per part de la societat catalana del seu món rural i fer-lo més presents els problemes de l'entorn rural i ressaltar les externalitats positives que generen les activitats rurals tradicionals. **En aquest context s'emmarca la preocupació de la FMR per assolir un tractament adequat del món rural als mitjans de comunicació d'abast nacional.**

L'última enquesta de percepció del món rural realitzada per la Fundació mostra algunes "desconnexions" entre la societat catalana en el seu conjunt i el món rural. Tot i mostrar que la societat catalana té en alta consideració alguns aspectes del món rural, com per exemple la importància per al país de que l'agricultura sigui un sector potent, l'informe 2008 de l'enquesta reforça la

tendència provinent dels informes anteriors, i que evidencia un fort desconeixement del món rural, per part del conjunt de la societat catalana.

Resultats 2008

- **Un 53,8% dels enquestats pensa que l'explotació de la fusta és una activitat dolenta o molt dolenta per al bosc. Només un 24,7% la percep com una activitat positiva. La majoria de la població no coneix el paper que juga l'explotació forestal per la conservació i protecció del territori, com a eina de gestió dels ecosistemes forestals i mètode efectiu de prevenció d'incendis.**
- **A pesar de que aquest any el tema de l'aigua ha estat un tema central de l'actualitat, continua havent-hi un elevat desconeixement. Es continua pensant que és la indústria qui utilitza més aigua (49,9%), quan és l'agricultura.**
- **Un 77,8% de la població catalana creu que els mitjans de comunicació no informen suficientment sobre allò que afecta a les zones rurals.**

Resultats 2007

- **Hi ha també un important desconeixement sobre que són els purins (41.43%). Sobre aquests, entre les persones que han dit conèixer el que són, tampoc hi ha un suficient coneixement sobre l'abast real d'aquest producte, doncs només la meitat dels enquestats ho identifica com un fertilitzant o com un possible contaminant dependent de l'ús que se'n faci, mentre que hi ha un percentatge força elevat (29%) dels enquestats que diuen saber que són els purins, que només els perceben com a agents contaminants.**

Per la seva banda, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) va elaborar en 2007 un informe sobre pluralisme territorial als mitjans públics i privats d'abast nacional que conclouïa que el territori català no apareix als mitjans de manera proporcionada al seu pes poblacional o geogràfic. Un 60% de les informacions fan referència al Barcelonès, comarca on viu una tercera part de la

població catalana i que només representa un 0,42% del territori. El centralisme informatiu és palès. Per tant, tot el que podem anomenar com a món rural o món no metropolità no apareix als telenotícies i informatius nacionals. El "silenci informatiu" arriba a ser total, segons l'informe del CAC, en el cas de les comarques de l'Alta Ribagorça i la Terra Alta, que no apareixen en cap programa emès pels mitjans analitzats durant els 3 mesos de termini de l'anàlisi.

2. És notícia el món rural? La pluralitat territorial als mitjans de comunicació.

El 18 de juny va tenir lloc a la seu de Barcelona del Col·legi de Periodistes de Catalunya la jornada *És notícia el món rural? La pluralitat territorial als mitjans de comunicació* que va reunir a representants de la professió periodística, membres de l'administració pública, acadèmics i agents diversos del món rural. L'acte va estar impulsat i organitzat per la Fundació del Món Rural, amb la col·laboració del CAC i del Col·legi de Periodistes de Catalunya amb l'objectiu d'elaborar unes conclusions consensuades, prèvia exposició pública i participació dels agents actius del sector i dels professionals dels mitjans, que permetin la redacció d'unes recomanacions sobre el tractament informatiu del món rural.

Tant l'informe del CAC com l'Enquesta de percepció del Món Rural impulsada per la FMR com les aportacions dels participants a la jornada són les fonts per extreure'n unes conclusions que serviran de base per a l'edició d'unes recomanacions sobre el tractament informatiu del món rural que elaborarà el CAC a petició de la FMR.

Al debat, es parteix de la base que a Catalunya els mitjans públics han de ser plurals per llei; i els mitjans privats, tot i que no n'estan obligats de la mateixa manera, com a servei públic que són haurien de reflectir els interessos i territoris de tots els seus públics si volen continuar anomenant-se mitjans d'abast nacional. La jornada es va plantejar com un ingredient qualitatiu essencial que d'alguna manera pogués sintetitzar i posar sobre la taula allò que tots els indicadors quantitius estaven mostrant: la imatge del món rural en la societat està desenfocada i esbiaixada, i tant els mitjans de comunicació en general, com els

agents del món rural, tenen un repte al davant que els crida a millorar aquesta situació. Així doncs, podem parlar de l'aflorament d'una sèrie de constatacions al llarg de la jornada, que es van anar presentant en diferents moments i intensitats, aquí en presentem les principals per després sintetitzar-les en un format final de conclusions i línies de treball.

a) Què és el món rural?

A l'inici de les jornades de seguida va sorgir un *leitmotiv* que s'aniria repetint: el món rural està configurat per una transversalitat de realitats com el territori, la producció d'aliments, el comerç, els pagesos, els ramaders, la indústria, els serveis, la identitat cultural, el patrimoni, la natura, el paisatge... Per tant, un discurs al voltant del món rural és un discurs que la societat ha de poder fer seu en el seu conjunt i en aquest sentit els tòpics i estereotips que encara existeixen no hi ajuden. Amb tot, es va constatar que resulta **necessari redefinir què entenem i què volem que sigui anomenat com a "món rural"**. Juan Cal, director del diari Segre, va assenyalar que, malgrat els tòpics de ciutat pagesa, a Lleida només un 7% de la població viu de directament de l'agricultura. Inclús faria falta posar de relleu que entre àmbit rural i àmbit metropolità existeix tota una xarxa de ciutats mitjanes que també generen dinamisme.

En aquest sentit, Carles Pastor, cap d'Opinió d'*El Periódico*, va fer notar una diferència de criteri a l'hora de delimitar què s'entén per món rural, que ell havia vinculat prèviament al món de la pagesia i l'agricultura. A la jornada, segons va remarcar Pastor, s'estava parlant de temes (com ara la sequera, els incendis o les crisis alimentàries) que ell considerava d'abast nacional. En aquest sentit, la cap de premsa del Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural, Gina Pol, va remarcar també la transversalitat del món rural a l'hora de fer-ne difusió informativa la qual cosa és una potencialitat, però, alhora, una dificultat, "molts cops no sabem a quina secció adreçar-nos" perquè pot variar segons l'enfocament. Per exemple, "algunes informacions en què hem fet protagonistes als cuiners poden acabar sortint a una secció com la de *Gent d'El Periódico*", indica Pol.

b) El món rural està suficientment representat als mitjans de comunicació

Un dels grans eixos entorn dels quals van girar diversos arguments de la jornada va ser si la presència del món rural als mitjans de comunicació era o no suficient. Participants com Carles Pastor, Ramón Anglés, cap del TN Comarques de TV3, i Joan Cal, els tres periodistes provinents de grans mitjans de comunicació que hi va haver a la taula de la jornada, van coincidir en què és normal que els grans mitjans de Barcelona informin més sobre l'àrea metropolitana de Barcelona que sobre el món rural. Es tracta d'una qüestió demogràfica i de mercat, com també ho va apuntar el professor de Periodisme Local de la UAB, Vicenç Rabadan. Una altra constatació al respecte és que un 80% dels lectors habituals d'*El Periódico* són habitants de l'àrea metropolitana la qual cosa porta que determinades informacions sobre el territori no siguin publicades perquè "no interessa als nostres lectors", segons Pastor.

En aquest sentit, **el criteri de noticiabilitat basat en l'interès general fa que predominin aquelles informacions que afecten al màxim de gent possible i fa que el món rural, que està poc poblat, sigui dels darrers punts d'interès informatiu, la qual cosa explica, en part, l'escassa presència en els mitjans de comunicació d'abast nacional. El criteri demogràfic hauria de ser matisat, segons alguns participants a la jornada, pel principi d'equilibri territorial que com a servei públic també han de complir tots els mitjans.** A més, Pastor reconeix que els temes transversals, que afecten a món rural i urbà (com ara la gestió de l'aigua, els incendis, etc) s'haurien de tractar de forma més acurada i amb més pluralitat de fonts que incloguin la perspectiva del territori.

La relació entre món rural i mitjans de comunicació és polièdrica, té múltiples dimensions. Durant la jornada tot i que van predominar els missatges de "denúncia" d'una certa infrarepresentació, també s'hi van trobar veus conciliadores. D'una banda, existeix una noció bastant generalitzada que els mitjans no mantenen una mirada equilibrada sobre tot el territori català, amb especials mancances al món rural. Per una altra i com a contrapunt, tot i que sense ànim d'excusa, algunes declaracions com les de Ramón Anglés i Joan Cal anaven en sentit contrari. És a dir, també es deia que sí que se'n parla del món rural als mitjans i, ambdós, van reivindicar el paper dels mitjans locals i comarcals

on realment el món rural té molta més presència que en els mitjans d'abast nacional amb seu a Barcelona. Anglès va remarcar, en el marc de la televisió pública catalana, el paper del Telenotícies Comarques “del qual una part és desconexió a cada demarcació, però que té una altra que s'emet per a tot el país”, com a eina per a donar a conèixer la informació territorial d'arreu de Catalunya. “Si no existís el Telenotícies Comarques probablement els informatius de TV3 s'haurien de plantejar d'una altra manera per donar cabuda a les notícies de tot el país”, indicava Anglès que va demanar una revalorització d'aquest espai que manté redaccions repartides arreu del territori i compta amb una audiència mitjana entre els 300.000 i els 350.000 espectadors de tot el territori nacional.

c) El món rural necessita una estratègia de comunicació

Una de les constatacions de la jornada va ser la falta d'atractiu informatiu del món rural per a les empreses comunicatives privades pel seu escàs pes demogràfic. En aquest sentit, es va remarcar la importància de la premsa local i comarcal en la representació mediàtica del món rural i es va proposar la superació per part dels actors del món rural d'un discurs “victimista” a un que faci un discurs en positiu. Segons va recordar Gina Pol, segons dades del darrer Baròmetre de la Comunicació, els mitjans locals i comarcals tenen més d'un milió de seguidors. Josep Cabré, responsable de comunicació de la Comissió Permanent Nacional de la Unió de Pagesos de Catalunya, i Gina Pol van voler centrar l'interès en l'estratègia comunicativa que els diferents agents del món rural haurien de conduir. Cabré va ser felicitat per alguns membres del públic assistent a l'hora de presentar un missatge positiu envers la necessitat de millorar la imatge del món rural. A partir d'una actitud propositiva i d'oferiment de col·laboració amb els mitjans per tal de facilitar processos de comunicació, Cabré va assegurar que el territori és un gran desconegut. Cabré va exemplificar la creació d'un discurs positiu en les accions que ha portat a la Unió de Pagesos a fer tasts populars per promoure els productes agroalimentaris catalans, la qual cosa “ha tingut molt bona acollida per part dels mitjans” ressalta el pagès. Com a corol·lari, es va accentuar que la informació provinent del món rural hauria de proporcionar-se de manera captivadora i seductora per tal de que els mitjans puguin prestar-hi atenció, dins les limitacions de les seves necessitats d'audiència i rutines productives. Gina Pol

també va destacar que **fa falta un portal d'Internet generalista sobre el món rural**.

Cabré va subratllar que en xifres rodones, a Catalunya només hi ha 31.000 pagesos i que hi ha una forta professionalització i tecnificació de l'agricultura. Aquesta dada hauria d'ajudar a dimensionar la importància del sector, sobretot tenint en compte que durant la crisi de l'aigua del primer semestre de 2008, segons Cabré, mediàticament no es va informar apropiadament de que l'aigua que es feia servir al camp - la qual estava sota perill de restriccions - estava destinada a la producció d'aliments. En alguns moments havia donat la impressió de que es buscava un enfrontament entre el món rural i el món urbà pel que fa al tema de l'aigua, i que els mitjans *insuflaven* aquestes impressions. Per evitar aquestes mancances comunicatives, es van destacar dues vies bàsiques: major especialització i formació de periodistes sobre el món rural, segons va reconèixer el mateix Pastor i d'altra banda, estratègies comunicatives seductores dels agents socioeconòmics rurals .

Respecte les estratègies d'actuació provinents del món rural, es va dir en diverses ocasions que s'havia de millorar la manera com el món rural comunicava la seva realitat. En aquesta línia, Gina Pol va fer palesa la necessitat de fer més pedagogia, creant més espais per debatre les problemàtiques del territori i impulsant plataformes de col·laboració entre l'administració i el món rural per millorar la comunicació. Segons la cap de premsa del DAR, sovint costa identificar els interlocutors del territori, apreciació que connecta amb la de Josep Cabré que va comentar que fins i tot falta trobar polítics amb la sensibilitat i formació suficients que entenguin i puguin tractar temes vinculats al món rural.

Diverses intervencions de Carles Pastor, Joan Cal, Josep Cabré i inclús el mateix Lluís Foix van voler posar un toc d'atenció en la bateria de tòpics i estereotips que impregnen les informacions sobre el món rural als mitjans. Sovint, aquestes informacions fan referència a una sèrie de temes bàsics com: qüestions sobre reserva d'aigua, crisis alimentàries, incendis forestals, talls de carretera, accidents energètics, turisme, plataformes "anti"... i per altra banda, diversos temes essencials són oblidats. **En resum, falta que s'elabori una informació acurada, contrastada i que tingui en compte la perspectiva del món rural**. Un dels punts que es va repetir molt en la jornada va ser que es considerava una

manca greu el fet que hi hagués llocs en els que la banda ampla no hagués arribat. També es va destacar que manquen infraestructures de tipus sanitari, de comunicacions terrestres, etc., i que precisament aquestes necessitats han estat ignorades pels mitjans de comunicació. Aquests problemes no són focalitzats de la mateixa manera si afecten l'àrea metropolitana de Barcelona o si afecten el món rural.

d) El paper dels periodistes i dels mitjans de comunicació

Amb tot, durant les jornades es va posar èmfasi en què els mitjans de comunicació tenien una responsabilitat innegable pel que fa a la necessitat d'afavorir la cohesió territorial, i per tant, de donar una imatge de totes les realitats territorials del país, començant pel món rural. L'informe sobre Pluralisme Territorial del CAC ofereix unes dades força alarmants en alguns aspectes. Com ja s'ha comentat en l'apartat d'antecedents d'aquest document, l'informe exposa les mancances de pluralitat informativa territorial en un estudi sobre TV3, TVE a Catalunya, 8tv, Barcelona TV i TV l'Hospitalet. Les televisions locals, evidentment, centren la seva atenció informativa en els seus municipis d'actuació principal i Catalunya en general. Ara bé, seguint els criteris exposats pel conseller del CAC, Rafel Jorba, la llei diu que l'equilibri territorial és quelcom que s'ha de fer prevaldre, i això també és aplicable a les missions de servei públic de ràdios i televisions. L'informe del CAC també dona un repàs als temes continguts en els temps d'informació quantificats, i realment hi és escassa la qüestió de les infraestructures, però diversos dels participants i especialment algunes intervencions del públic assistent de la jornada van posar èmfasi en la necessitat de millorar la comunicació provinent del món rural de manera qualitativa i no només quantitativa.

En aquest marc, el conseller Jorba també va citar que fa uns mesos, un informe del BBC Trust, un organisme que vetlla pels interessos dels televidents de la Gran Bretanya afirmava la deficient cobertura que la cadena pública fa de les notícies que afecten Escòcia, Gal·les i el Nord d'Irlanda. La conclusió de l'informe era clara: la BBC és marcadament centralista. Des d'Escòcia, Alex Salmond, el líder nacionalista escocès, va subratllar que en concret, un 45% de la població escocesa creu que els informatius de la BBC "no són rellevants per al territori on

viuen". Per a Salmond, "Els informatius de la BBC semblen desconèixer que hi ha altres àrees i nacions fora de Londres i Anglaterra". Conegut l'abast de l'estudi del BBC Trust, la cadena pública britànica va engegar un pla per rectificar els desequilibris geogràfics que a través dels seus informatius perpetuaven una visió esbiaixada de la realitat.

La força centrífuga mediàtica de Barcelona també afecta als corrents de cobertura informativa que haurien de prestar atenció a les zones menys poblades del Principat. Tot i això, el conseller del CAC, Rafel Jorba també va posar de manifest que aquest "efecte de capitalitat" que té Barcelona en els mitjans també es produeix en les respectives demarcacions on les capitals (Lleida, Girona i Tarragona) acaparen el major interès informatiu segons dades de l'informe sectorial trimestral sobre Pluralisme Territorial del CAC (abril-juny 2007). Gina Pol, cap de premsa del Departament d'Agricultura va comentar que un dels entrebancs per poder sortir als mitjans d'abast nacional és que tenen la seva seu central a Barcelona i difícilment es traslladaran al territori a cobrir determinats actes o informacions. En molts casos, quan compten amb corresponsals aquests han de cobrir importants àrees geogràfiques, la qual cosa els impedeix arribar a totes les informacions. En aquest sentit **caldria reivindicar el paper del corresposal en informar del territori, i la necessitat de reforçar aquesta peça del sistema comunicatiu.** Amb tot, no van ser pocs els discursos que van raonar que els dèficits informatius respecte el món rural s'expliquen per la llei de l'oferta i la demanda a l'hora de parlar dels mitjans de comunicació privats. En Carles Pastor va recordar, a tall d'exemple, que l'experiment d'obrir edicions provincials per part de diaris com *La Vanguardia* no havia tingut èxit d'audiència.

Els mitjans de comunicació local es va considerar que són els que realment tenen un coneixement prou acurat del territori i funcionen de manera equilibrada en el tractament del món rural. Quan el periodista està en contacte amb el territori i pot disposar d'una delegació propera al seu àmbit geogràfic de treball, la informació és molt més acurada. Quan hi ha desconeixement del territori, es llauren el desenteniment i els greuges, segons Jorba.

La manca de formació dels periodistes a l'hora de tractar temes del món rural també va estar present en la jornada. En el primer torn obert de paraules de la sessió, ja es va alertar de la sensació de fort desconeixement del món rural que

existeix en general. Aquesta observació es va traslladar a l'àmbit de la formació professional dels periodistes ràpidament, i a partir d'aquí es va començar a desvetllar una impressió generalitzada de que la manca de representació del món rural als mitjans començava per un dèficit de formació i coneixements d'aquest per part dels periodistes. En aquest sentit van sortir **propostes de preparació de cursos d'especialització específics per als informadors**. D'altra banda, Gina Pol va ressaltar la **manca de referents, d'interlocutors vàlids i la dificultat de trobar fonts que puguin servir per als periodistes a l'hora d'incloure la perspectiva del món rural en les informacions publicades als mitjans**. En aquest sentit, va indicar que la Fundació podria tenir un paper destacat com a referent per aglutinar les diferents fonts d'informació que ara estan disperses.

Així doncs, la major visibilitat als mitjans, responen la pregunta que titulava la jornada, depèn tant del foment de la responsabilitat envers la identitat territorial per part dels mitjans de comunicació, tal i com apuntaven Rafael Jorba, Joan Cal i Vicenç Rabadan, com d'una major intensitat en les estratègies comunicatives provinents del món rural, que col·laborin en la combinació d'una major formació dels periodistes al respecte i un plantejament de les informacions més atractives pels mitjans de comunicació en general.

3. Conclusions i línies de treball

A continuació es presenten les principals conclusions de la jornada, com a síntesi del que s'ha apuntat anteriorment i procurant transcriure les línies de treball que es va considerar que s'havien de dibuixar a partir de les recomanacions dels assistents. Les conclusions van ser les següents:

- 1. És necessari redefinir què entenem i què volem que sigui anomenat com a "món rural"**. En el debat es va posar de manifest que el concepte de món rural necessita una clara delimitació ja que afecta tant a temes més estrictament territorial com a temes més transversals d'abast nacional.
- 2. Es va percebre un desconeixement general del territori per part tant de l'àrea metropolitana envers el món rural, com entre territoris en general**. A tall d'exemple, Carles Pastor va argumentar que quan la premsa de Barcelona s'apropa a temes del món rural, ho fa amb desconeixement,

poc criteri i manca de coneixements tècnics. El conseller del CAC, Rafael Jorba, també va lamentar aquesta evidència; mentre que Ramon Anglés va aprofitar per apuntar que tot i així, no tota la responsabilitat de la imatge del món rural que trobem present a la societat la tenen els mitjans de comunicació.

3. **A la vegada, es va destacar que aquest desconeixement territorial es dóna de la mateixa manera en el sí dels professionals del periodisme i la comunicació.** Josep Cabré va subratllar especialment quelcom que diversos ponents van insinuar: falten formació interna i específica sobre el món rural i desplegaments territorials acurats en el maneig informatiu dels mitjans de comunicació generalistes. I els privats que també, per professionalitat, haurien d'incloure un tractament plural dels temes transversals.
4. **Els mitjans de comunicació públics tenen una missió que consisteix a contribuir a l'equilibri territorial, cosa que actualment, tot i els esforços que es fan, no és suficient,** segons va assenyalar el conseller del CAC Rafel Jorba. Així ho evidenciava l'informe preparat pel CAC en sintonia amb el que es venia suggerint en els resultats de l'anterior enquesta de percepció del món rural (2007), la tendència de la qual es confirmaria en la l'informe de l'edició d'enguany de la mateixa enquesta.
5. **Els mitjans de comunicació han de tenir la capacitat de tractar alguns dels temes que poden tenir interès per un públic ampli i que s'originen al món rural (ja siguin d'interès humà, econòmic, cultural...) i de matisar el criteri numèric i demogràfic de noticiabilitat per un altre que tingui més en compte el territori.** Francesc Cribillers, director de la FMR, va destacar que els *mass mèdia* tenen una missió de lideratge polític, cultural i social, i no només han de seguir criteris d'audiència. No només s'ha d'esperar que hi hagi demanda d'aquesta informació, s'ha d'oferir d'entrada.
6. **Es va trobar a faltar un enfocament transversal a l'hora d'abordar grans temes nacionals o d'abast general com la sequera o alguna crisi alimentària.** Els mitjans, tant públics com privats, utilitzen criteris poc acurats a l'hora de cobrir el món rural i la diversitat d'elements i agents que

hi participen; la percepció des del món rural és que les notícies no es contrasten suficientment. Tot i reconèixer les limitacions a l'hora d'informar del món rural des dels mitjans de comunicació amb seu a Barcelona, també es va destacar **la importància de la inclusió de la perspectiva del món rural per potenciar un coneixement mutu. Una correcta informació del món rural als mitjans d'abast nacional** (a més de la lògica presència als mitjans locals i comarcals, que s'han de posar en valor) **garanteix una societat més cohesionada i ajudar a mantenir l'equilibri territorial.**

7. **La política dels mitjans privats d'abast nacional pel que fa a la cobertura del territori es recolza sobretot en els corresponsals, els quals no sempre mantenen un arrelament directe amb el territori.** Tot i que en alguns casos s'ha intentat tenir edicions territorials a través de pàgines "descentralitzades" per cadascuna de les zones geogràfiques, ha tingut un èxit desigual perquè sovint els objectius estaven determinats per el rendiment publicitari. Sobre el territori, els mitjans locals i comarcals són els que millor cobreixen determinades zones i gaudeixen d'una forta implantació entre el públic amb una audiència que supera el milió de persones. **Per tot això, cal revaloritzar el paper del corresposal.**
8. **Es constata que cal una estratègia conjunta i atractiva per part del món rural i els seus agents actius per a treballar amb els mitjans de comunicació.** Gina Pol va posar èmfasi en què els interlocutors del món rural en ocasions no són prou visibles, i que s'hauria de trobar ponts de comunicació que permetessin fer més pedagogia respecte les mancances que les jornades estaven evidenciant. En aquesta línia de l'anterior punt, es va parlar **d'impulsar una plataforma conjunta entre el Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural, la Fundació del Món Rural i els agents del sector per dinamitzar les connexions que haurien d'ajudar a que el món rural i els seus agents puguin construir una estratègia comunicativa seductora.** A la jornada es va concloure que els mitjans d'abast nacional, amb seu central a Barcelona, no poden tenir com a prioritat essencial les notícies que ocorren al món rural.
9. A més, també es va incidir en la necessitat **d'impulsar un discurs positiu del món rural que trenqui amb els tòpics** de cara als mitjans de

comunicació i a la societat catalana. El món rural ha d'enviar notícies vinculades a tot allò que aporta a la societat perquè aquesta en sigui conscient del seu paper fonamental.

10. La Fundació del Món Rural podria tenir un paper destacat com a referent per als mitjans de comunicació i els periodistes i per aglutinar les diferents fonts d'informació que ara estan disperses. Un dels problemes del món rural per accedir als mitjans de comunicació és la dispersió de fonts, a la jornada es va proposar que la FMR podria tenir un paper en recollir una base de dades amb experts i agents actius del món rural.