

Mitjans de comunicació i natura a Catalunya

Àlex Casademunt (president del CST)

Gener de 2024

Catalunya té una població estable que frega els vuit milions d'habitants (7,9 milions el 2023) i rep anualment més de 16 milions de turistes (16,9 milions el 2023) fet que comporta una pressió molt forta sobre el seu medi natural. A més a més, la seva ubicació geogràfica li permet tenir un mosaic d'ecosistemes molt ric i divers, però alhora molt fràgil i vulnerable. Això fa que el patrimoni natural de Catalunya sigui un dels més "tensionats" d'Europa, amb el risc de pèrdua de biodiversitat que això comporta.

Semblaria raonable que, davant d'una situació tan excepcional, l'Administració, no solament dediqués recursos a la protecció d'aquest patrimoni, sinó també (i molt especialment) a fer possible que els ciutadans prenguin consciència del seu estat, divulgant coneixements sobre flora i fauna de Catalunya.

La realitat, però, ens diu exactament el contrari: l'atenció que han rebut aquests temes per part dels mitjans de comunicació públics catalans ha estat gairebé nul·la.

És raonable que Catalunya Ràdio dediqui vint hores a la setmana (dues hores de dilluns a divendres amb el programa *Tot Costa* i cinc hores dissabtes i diumenges amb el programa *Tot gira*) a parlar d'esports (bàsicament de futbol) i cap ni una a parlar de natura a Catalunya?

I el que passa a la ràdio també passa a TV3: el darrer programa sobre natura —a Catalunya— va ser *Natura sàvia* que es va emetre els dilluns a la nit des del 22 d'octubre de 2018 fins l'11 de febrer de 2019 i va constar de 12 capítols. Des de llavors no se n'ha emès cap més. Més lluny queden encara les emissions del programa *Xarxa natura* del 2012, que consistien en petites píndoles de cinc minuts sobre la Xarxa Natura 2000 a Catalunya.

Aquest buit mediàtic és sorprenent si tenim en compte l'existència a Catalunya d'una llarga tradició associativa (entitats excursionistes i conservacionistes, escoltisme, esplais...) que ha vinculat els valors naturals i paisatgístics amb els identitaris. Però és que aquesta negligència encara és més preocupant quan per altra banda, els mitjans de comunicació promouen tota mena d'activitats de lleure en espais naturals, que tenen un fort impacte sobre el medi (travesses i curses de muntanya, concursos d'orientació, etc.). Semblaria sensat, si més no, que aquestes activitats de lleure anessin acompanyades d'una formació que permetés als participants saber el que trepitgen i el que veuen. En aquesta tasca formativa els mitjans de comunicació podrien tenir un paper molt rellevant.

Ben al contrari, la natura és tractada pels mitjans de comunicació catalans de manera frívola (programes sobre mascotes), de manera instrumental (per a promoure el turisme rural o la gastronomia) o té un paper purament accessori. Un bon exemple d'això és el programa recentment emès a TV3, *La travessa. Expedició Pirineus*, etiquetat per la mateixa productora com a "docureality d'excursionistes" en el qual el que compta és la competició entre els concursants i no pas la descripció dels espais per on transcorre.

Els responsables d'aquesta flagrant omissió (la Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació de Catalunya) segurament adduirien que aquests temes no interessin a l'audiència. Però aquest és un argument, no només fal·laç sinó deliberadament trampós. En l'actual context econòmic i

polític, els poders públics i privats saben perfectament que l'oferta pot crear demanda i això és especialment vàlid pel que fa el mercat informatiu.

Si, com és ben sabut, “conèixer és estimar”, llavors els mitjans de comunicació —amb llur tasca de divulgació— tenen el poder de determinar quins continguts ha de rebre l'atenció del públic (i per tant també estima). Així, per exemple, a Catalunya, semblaria que els catalans haurien de tenir molt interès (i sentir molta estima) pel futbol, el motor, les sèries televisives, el safareig dels “famosos” i, en canvi, a jutjar per la rellevància mediàtica, el patrimoni natural o la biodiversitat, no mereixerien cap interès (i per tant cap estima) del públic.

I és que aquesta discriminació (o simplement política mediàtica) ni és casual ni és innòcua: serveix a determinats interessos econòmics i polítics. A qui podria interessar que els ciutadans desconeguin el veritable estat de la natura a Catalunya? Doncs molt probablement als responsables principals del seu estat deplorable: el sector de l'oci, de la construcció, del motor, del turisme, del consum massiu... I qui hi ha darrera dels mitjans de comunicació, encara que siguin de titularitat pública?

Si els ciutadans desconeixen l'estat en el qual es troba el patrimoni natural tampoc no estaran gaire predisposats a tenir-ne cura i a denunciar el mal tracte que rep. Així, per exemple, no ens hem d'estranyar que els mitjans de comunicació s'hagin preocupat molt per la possibilitat que els clients dels gimnasos s'hagin de dutxar a casa, i en canvi no hagin dit ni piu de les dramàtiques conseqüències que tindrà sobre la biodiversitat la reducció del cabal ecològic dels rius... I potser aquests mitjans es defensarien dient: “és que als ciutadans els interessa més que parlem de les dutxes dels gimnasos que del cabal dels rius”. Com ja he assenyalat, aquest és un argument trampós: com els pot interessar el cabal dels rius si mai n'han sentit a parlar?

I no es tracta de cap teoria de la conspiració ni de ser especialment rebuscat. Als anys 70, Michel Foucault plantejava —amb el concepte d'*episteme*— que la tria i inclusió d'objectes d'estudi, de conceptes o de teories en la ciència “oficial” responia bàsicament als interessos de determinats poders econòmics i/o polítics del moment. El mateix podem dir de la tria i la inclusió de les temàtiques tractades pels mitjans de comunicació.

Arribaríem a conclusions similars apel·lant enfocaments més culturalistes dels anys 60: els mitjans de comunicació públics, com a agents de socialització, tenen un paper fonamental en la conformació d'una cultura que prioritza determinats objectes d'atenció (cognitiva i afectiva); així, en la cultura dels catalans i les catalanes, tindrien un paper destacat els esports, les sèries televisives o els famosos (no podíem ser menys que la resta de l'Estat!) i no tant la literatura, la història o les ciències naturals (i encara hi ha qui no entén això del fracàs escolar, però això donaria per a un altre article).

M'he centrat en els mitjans de comunicació públics per la raó evident de que hi ha uns responsables polítics que haurien de vetllar pels continguts, i perquè és entre tots que paguem aquesta discriminació. Òbviament, la manca d'atenció mediàtica que rep la natura a Catalunya és també molt evident —i encara amb més raó—als mitjans de comunicació privats.

És indignant observar com un país, amb institucions tan prestigioses com la Institució Catalana d'Història Natural i amb una tradició naturalística tan acreditada, utilitza els seus mitjans públics de comunicació per maltractar, informativament parlant, al seu patrimoni natural; i és molt trist constatar-ho en un context de crisi climàtica i ecològica que el pot fer desaparèixer en molt poques generacions.