

Treball de Fi de Grau

Títol

L'anàlisi dels telenotícies vespre de TV3 sobre les onades de calor dels anys 2009, 2012, 2015 i 2022 a Catalunya

Autoria

Elisenda Forés i Català

Professorat tutor

Frederic Pahisa Fontanals

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	
Comunicació Interactiva	
Comunicació de les Organitzacions	

Tipus de TFG

Projecte	
Recerca	X

Data

1 de juny de 2023	X
28 de juliol de 2023	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

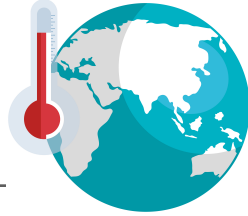
Català:	L'anàlisi dels telenotícies vespre de TV3 sobre les onades de calor dels anys 2009, 2012, 2015 i 2022 a Catalunya			
Castellà:	El análisis de los telenoticias noche de TV3 sobre las olas de calor de los años 2009, 2012, 2015, 2022 en Cataluña			
Anglès:	The analysis of TV3's evening news on the heat waves of the years 2009, 2012, 2015, 2022 in Catalonia			
Autoria:	Elisenda Forés i Català			
Professorat tutor:	Frederic Pahisa Fontanals			
Curs:	2022/23	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	X
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Onada de calor, praxi informativa, TV3, crisi climàtica
Castellà:	Ola de calor, praxis informativa, TV3, crisis climática
Anglès:	Heat weaves, information praxis, TV3, climate crisis

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	L'objectiu del treball és analitzar la praxi informativa de TV3 en la producció i narració de peces informatives durant els episodis d'onades de calor els anys 2009, 2012, 2015 i 2022. A partir de les conclusions de l'anàlisi, la recerca teòrica i les entrevistes amb experts, es pretén concloure amb un seguit de recomanacions de caràcter deontològic per tal que les cadenes públiques catalanes tinguin unes pautes per poder elaborar de forma científica, rigorosa i imparcial les notícies vinculades a la temàtica ambiental, tenint en compte l'actual situació de crisi climàtica.
Castellà:	El objetivo del trabajo es analizar la praxis informativa de TV3 en la producción y narración de piezas informativas durante los episodios de olas de calor en los años 2009, 2012, 2015 y 2022. A partir de las conclusiones del análisis, la investigación teórica y las entrevistas con expertos, se pretende concluir con una serie de recomendaciones de carácter deontológico para que las cadenas públicas catalanas tengan unas pautas para poder elaborar de forma científica, rigurosa e imparcial las noticias vinculadas a la temática ambiental, teniendo en cuenta la actual situación de crisis climática.
Anglès:	The objective of the work is to analyze the informative praxis of TV3 in the production and narration of informative pieces during episodes of heat waves in 2009, 2012, 2015 and 2022. Based on the conclusions of the analysis, the theoretical research and the interviews with experts, it is intended to conclude with a series of recommendations of a deontological nature so that Catalan public TV have a guidelines to be able to elaborate in a scientific, rigorous and impartial way the news related to the environmental issue, taking into account the current situation of climate crisis.



L'anàlisi dels telenotícies vespre de TV3 sobre les onades de calor dels anys 2009, 2012, 2015 i 2022 a Catalunya

Recomanacions sobre com explicar en els mitjans públics catalans l'augment de temperatura en un context de crisi climàtica global

TFG Periodisme

Autora: Elisenda Forés i Català

Tutor: Frederic Pahisa Fontanals

Universitat Autònoma de Barcelona

*Els sàpiens van perdre la simbiosi íntima
amb la natura i es van precipitar
cap a la cobdícia i l'alienació*

- Yuval Noah Harari

SUMARI

1. INTRODUCCIÓ	7
2. MARC TEÒRIC.....	10
2.1 Contextualització.....	10
2.1.1 Panorama a Catalunya	10
2.1.2 Comunicació ambiental	12
2.2 Referents previs	13
2.2.1 El Codi Deontològic	13
2.2.2 Reuters Institute: Informe sobre notícies digitals, 2022	15
2.2.3 Guia d'estil de The Guardian.....	18
2.3 Teories de la comunicació	19
2.3.1 Com utilitzen els mitjans de comunicació el poder?	19
2.3.2 Teoria crítica	20
2.3.3 Agenda setting	23
3. METODOLOGIA	25
3.1 Objecte d'estudi.....	25
3.2 Objectius.....	26
3.2.1 Preguntes de cerca	27
3.3 Procediment.....	27
3.1 Mostra d'estudi.....	28
3.2 L'extracció de dades	29
4. ANÀLISI DE RESULTATS	32
4. 1 L'onada de calor de 2009	32
4.2 L'onada de calor de 2012:	34
4.3 L'onada de calor de 2015:	36
4.4 L'onada de calor de 2022:	40
5. CONCLUSIONS.....	45
6. RECOMANACIONS DEONTOLÒGIQUES PEL TRACTAMENT INFORMATIU DE LA CRISI CLIMÀTICA	50

7. ANNEX:	52
7.1 Entrevista a Gabriel Borràs, Responsable de l'Àrea Adaptació en Oficina Catalana del Canvi Climàtic.....	52
7.2 Entrevista a Josep Carles Rius, president del Consell de la Informació de Catalunya ..	60
7.3 Gràfics i taules	67
8. BIBLIOGRAFIA	75

1. INTRODUCCIÓ

Els telenotícies vespre han jugat al llarg de la meua vida un nus indissociable a la meua connexió amb el món exterior, però també amb la vida dins de casa. Tant és així, que la fascinació per explicar i descabdellar la realitat em va fer decidir, sent encara molt petita, que voldria dedicar-me en el món del periodisme. L'impacte que em generava nodrir-me de les notícies que escoltàvem amb la família a l'hora de sopar m'han impactat de forma profunda. No només pel contingut, que generava converses, debats i, de vegades, també confrontacions, sinó també pel fet que els informatius són, per mi i per gran part de la població, una finestra per veure el món. Però des de fa força temps sento que mentre tot canvia i la majoria de les narracions s'adapten a les necessitats del moment, les notícies relacionades amb la crisi climàtica i el medi ambient continuen estancades a un discurs superficial i immobilista tot i l'evident estat de col·lisió de la nostra moral com a reflex del món exterior.

Paral·lelament, des de petita he estat vinculada a l'entorn rural i he pogut veure de primera mà els canvis climàtics del territori. Les alteracions, fruit de la crisi climàtica, són menys visibles per aquells que viuen en entorns urbans i desvinculats dels processos productius agrícoles, que en el cas de Catalunya és el 80% de la població. Sovint, el fet que faci més o menys calor, o que plougi més o menys, per gran part de la població, no té cap incidència més que calcular quan podran sortir de cap de setmana o a prendre alguna cosa al bar. Per aquest motiu, és indispensable que les narracions donin espai a tots els actors vinculats, de forma descentralitzada i acurada. Si no, serà impossible que la societat prengui consciència de les conseqüències directes de la crisi climàtica en el nostre territori.

Expressions del tipus «*arriba el bon temps*» referint-se que pujaran les temperatures o bé «*que bé que arriba la calor!*» Estan lluny de considerar-se com una correcta praxi informativa tenint en compte el context de crisi climàtica i on l'augment de temperatures té un origen antropogènic a causa de la nostra explotació desmesurada de recursos naturals. Els mitjans de comunicació han de ser models de referència i motors de reflexió. Així doncs, el tractament informatiu respecte la temàtica ambiental és clau perquè la població assoleixi una alfabetització mediàtica i tingui les eines per comprendre la gravetat de la situació en la qual ens enfrontem.

1.1. Justificació

L'IPCC, el grup intergovernamental sobre Crisi Climàtica de l'ONU, deia en el seu últim informe publicat que la finestra d'oportunitat per assegurar una vida habitable i sostenible per a tothom «*s'està tancant ràpidament*» (IPCC, 2023). De fet, aquest març la prestigiosa revista Nature, anunciava que ja hem traspassat set dels vuit límits planetaris que fan de la Terra un lloc «*just*» per l'ésser humà (Nature, 2023). Ningú se n'escapa. No queda cap racó poblat del planeta que no hagi rebut l'impacte de l'escalfament global, el desglaç, l'augment del nivell del mar o les conseqüències de fenòmens meteorològics extrems (IPCC, 2021).

Així i tot, encara som a temps. Per arribar fins aquí hem recorregut durant anys un llarg camí de demagògia, escepticisme i inacció per part de les institucions i amb el blanquejament dels mitjans de comunicació, mentre els científics clamaven per la necessitat d'una acció urgent. Tant és així, que la primera persona a alertar sobre canvis en els comportaments atmosfèrics a causa de les emissions industrials va ser el Nobel de Física, Svante Arrhenius, i ho va fer a finals del segle XIX. Des de llavors, nombrosos científics d'arreu del món han continuat investigant i publicant en revistes científiques, *papers* i tesis l'evolució del clima i l'ecosistema de forma incessant.

Però no ha estat fins fa relativament poc que aquesta problemàtica global ha aconseguit penetrar dins del sistema de la comunicació de masses i, per tant, començar existir més enllà de la comunitat científica. Tard, però ha arribat. Concretament, hi ha qui situa l'inici de la cobertura mediambiental amb la publicació del segon informe de l'IPCC l'any 1995, d'altres l'emmarquen dins del controvertit email de la Unitat de Recerca Climàtica o la conferència de l'ONU de Canvi Climàtic. Si més no, va haver de passar un segle perquè les alertes ambientals entressin dins del circuit mediàtic.

Amb la irrupció d'un discurs basat en idees de decreixement, regulació i limitació de l'explotació de recursos natural va aparèixer un col·lectiu que renegava de les evidències científiques sobre el canvi climàtic. Un dels actors amb més repercussió pública i mediàtica va ser l'expresident dels Estats Units, Donald Trump, amb declaracions com: «*Faré retallades a*

l'Agència de Protecció Ambiental (EPA) perquè és ridícula, cada dia treuen noves normes», «la meua filosofia és fer diners, i si per això haig de perforar, és el que faré» o bé lacòniques frases com *«no m'ho crec»* després de rebre l'informe del seu propi govern on s'assegurava que les altes emissions de carboni li causarien pèrdues milionàries.

Tot això és una petita porció del que els mitjans de comunicació han hagut d'explicar, de vegades sense els recursos necessaris, ni l'especialització científica que es requeria. Tot i així, les seccions mediambientals als diaris, televisions, ràdios i plataformes comunicatives en general s'han fet un lloc dins de l'estructura clàssica dels informatius, amb la responsabilitat d'haver-se d'adaptar a l'arribada de noves dades i descobriments i amb la responsabilitat de fer-los comprensibles al públic general.

Però per revertir l'actual emergència climàtica cal anar molt més enllà. L'IPCC diu que tenim *«els coneixements i la tecnologia per fer-ho»*, afegiria que també tenim els mitjans per comunicar-ho. Però no només cal fer-ho, sinó que cal fer-ho bé. En el si d'una societat mediatitzada, els mitjans de comunicació són els creadors del nostre marc mental, els descabdelladors de la realitat. És en ells a qui s'ha d'exigir la responsabilitat de construir relats emancipadors en el contingut i respectuosos amb la forma.

A Catalunya, qui construeix els fonaments dels mitjans públics de comunicació és el Codi Deontològic. És el marc de referència que vetlla per la bona praxi periodística i adapta les recomanacions adaptant-se a la societat canviant en la qual vivim. És per això que és indispensable l'existència d'una guia que on s'assentin les bases per l'elaboració de relats ambientals científics i que estiguin a l'altura de les circumstàncies actuals. A partir de *«l'enfortiment del diàleg social i de la comunicació dels mitjans de comunicació»* (UNESCO, 2018). Cal que la societat catalana rebi una alfabetització mediàtica en termes de crisi climàtica per produir informacions emancipadores i lluny dels interessos que suscita un tema que obliga a replantejar l'actual model polític, social i econòmic.

2. MARC TEÒRIC

2.1 Contextualització

2.1.1 Panorama a Catalunya

Tot i que l'escalfament global és conseqüència de la concentració dels gasos d'efecte hivernacle a l'atmosfera, no a tot arreu actua de la mateixa manera. En el cas de la zona Mediterrània, caracteritzada per ser entre un clima humit en les costes orientals i el sec dels deserts litorals tropicals (Enciclopèdia Catalana), és una de les zones considerades com a «*punts calents*» per les seves característiques ambientals i geogràfiques (IPCC, 2022). Una etiqueta preocupant en termes climàtics, motiu pel qual l'Informe del Panell de Canvi Climàtic publicat el 2022 dedica el capítol 15.4 a parlar exclusivament de les dades obtingudes de l'àrea mediterrània.

En l'àmbit de Catalunya, l'augment de temperatura a Catalunya ha estat de 1,8 °C respecte al període 1950-2020 (SMC, 2021) i si ho comparem amb les dades 1914-2020 de l'observatori Fabra de Barcelona la pujada encara és més acusada, arribant als 2 °C (Martón-Vide, 2021). Unes dades alarmants que s'eleva a un ritme superior en comparació a la velocitat d'escala global, es calcula que el planeta ha augmentat 1,2 °C respecte l'època preindustrial, segons el Servei de Canvi Climàtic Copernicus.

Tant en el cas de la zona Mediterrània com a escala planetària, les dades avancen de forma paral·lela a la concentració de CO₂ a l'atmosfera. Ja que si ens fixem en les dades de l'any passat, s'ha assolit els 417,2 ppm (partícules de CO₂ en parts de milió a l'atmosfera) mentre que a mitjan segle XX era de 315ppm (Martín-Vide, 2021). Una concentració de gasos d'efecte hivernacle que són provocats principalment per la crema de combustibles fòssils. Així doncs, de forma inequívoca es pot afirmar que l'augment de temperatura, a més de les altres conseqüències de la crisi climàtica, tenen un origen antropogènic, és a dir causat per l'acció humana.

Tot i que els episodis meteorològics extrems com les onades de calor i de fred, sequeres, precipitacions torrencials, entre d'altres, sempre han existit i formen part del sistema físic, es

pot afirmar que actualment molts d'aquests fenòmens, especialment les onades de calor, són més freqüents, més intenses i més duradores (IPCC, 2021). Un fet que es pot relacionar amb el canvi climàtic (Martín Vide, 2021).

De fet, a partir de l'anàlisi del comportament de les estacions a Catalunya, es poden apreciar un avançament de les condicions estiuenques al final de la primavera i, sobretot, un allargament de l'inici de la tardor. Aquesta situació no són prediccions futures, sinó la certesa de l'anàlisi del comportament meteorològic dels últims anys. Unes dades que porten a preveure que l'increment de temperatura mitjana el 2050 podria rodar els +3,5 °C al conjunt de Catalunya segons l'RCP8.5 (escenari d'emissions més intensiu). Aquest augment de temperatura seria especialment destacable a la zona del Pirineu, on l'augment seria superior als +4.0 °C. Aquest augment de temperatura suposaria un increment de 50 dies anuals del que es considera Dies de Calor¹, un augment de 15 dies de Dies Tòrrids² i 40 jornades més de Dies Lliures de Glaçades³ (ECACC30, 2020).

Cal tenir present que els augments de temperatura acaben incidint de forma directa a la nostra salut. Concretament, *«fallen els mecanismes de termoregulació i en conseqüència la temperatura corporal no deixa de pujar, excedint els 40 °C. Aquesta és una condició molt greu la qual, si no s'actua amb rapidesa, pot conduir a la mort o a deixar seqüeles permanents»* (ISGlobal, 2018) a més de provocar un augment de l'estrès, deshidratació, augment de probabilitat de patir afectacions respiratòries, cardíaques i renals de forma crònica. Unes conseqüències que ja impacten de forma real en el nostre entorn, causant 15.000 morts a Europa durant l'any 2022 (Diari ARA, 2022) i, en el cas de Catalunya provocant la mort de més de 300 persones cada any (Tercer Informe sobre el Canvi Climàtic, 2016)

¹DC: nombre anual de dies de calor (dies amb una TX ≥ 30 °C)

²DT: nombre anual de dies tòrrids (dies amb una TX ≥ 35 °C)

³ DLG: nombre anual de dies lliures de glaçada (dies amb una TN ≥ 2 °C)

2.1.2 Comunicació ambiental

La percepció del canvi climàtic és un fenomen multidimensional, és a dir, que depèn de diferents contextos. Els mitjans de comunicació en són un, però també la ideologia política, la percepció d'acord científic o, inclús l'experiència personal d'anomalies climàtiques que sovint tenen molta incidència (Tercer Informe de Canvi Climàtic a Catalunya, 2016).

Tot i que en general la cobertura mundial dels mitjans de comunicació respecte al canvi climàtic ha anat augmentant al llarg del temps, amb pics d'interès coincidint amb les *Conference of the Parties (COP)* o publicacions d'informes de l'IPCC, també es detecta l'anomenada *fatiga climàtica*. És un patró que es repeteix de forma general a tots als mitjans de comunicació (Fernández-Reyes et al., 2015). Paral·lelament, els psicòlegs han demostrat que l'excés d'alertes produeix l'efecte contrari al desitjat d'autoprotecció de l'individu. Ja que una sobre alerta fa baixar la guàrdia entre els ciutadans (Martín Vide, 2021).

Així doncs, és la lectura única i difusió d'un missatge alarmant i negatiu de forma constant el que produeix la fatiga climàtica. Moltes vegades el que porta a aquest tipus d'avaluacions ambientals no són els pròpis mitjans de comunicació, sinó els polítics per una falta de coneixement científic disponible sobre canvi ambiental i, de l'altra els investigadors per produir un coneixement que no és directament utilitzable pels responsables polítics ni el públic general (Weichselgartner et al., 2010) més enllà d'un sentiment i idea general de *catàstrofe*.

Per evitar la fatiga climàtica i com s'ha esmentat prèviament, la comunicació de la crisi climàtica ha de ser polièdrica en tots els sentits. Per això també és necessari tenir en compte tota la diversitat d'agents en la creació de coneixement científic sobre la matèria, que parteixin de rerefons culturals i normatius molt diversos (Tàbara, 2016). Ja que no és un procés que es basi en omplir buits de coneixements, sinó de interrelacionar-los, ja que només així s'estarà més a prop d'un coneixement real.

En alguns estudis es desenvolupava justament la idea que una «*avaluació no és simplement un informe (...), sinó que consisteix en tot el procés social per mitjà del qual s'organitza, s'avalua, s'integra i es presenta el coneixement expert per tal d'informar la presa de*

decisions» (Jäger et al., 2006). Així doncs, els autors posen l'èmfasi en la necessitat de (Tàbara,2016):

- Concretar-se en el procés i no solament en la producció de l'informe
- Tenir en compte sobretot aspectes com la rellevància, la legitimitat i la credibilitat
- Considerar diferents audiències
- Implicar les parts interessades i connectar-les amb les xarxes d'actors existent
- Desenvolupar una capacitat d'influència al llarg del temps

Un seguit d'aspectes que els mitjans de comunicació haurien de ser els primers interessats a tenir en compte per formar part activa en la producció d'un discurs ètic i proporcionat de què és una crisi climàtica sense precedents. En cas contrari, la correcta praxi informativa quedarà rellevada per una producció buida de contingut i, per tant, sense l'esperit descabdellador de la realitat que qualsevol mitjà públic hauria de tenir.

2.2 Referents previs

2.2.1 El Codi Deontològic

El Codi Deontològic dels periodistes a Catalunya va ser instaurat l'1 de novembre de 1992. Al document se sintetitzen els principis bàsics que els professionals de la informació han de tenir en compte pel desenvolupament de la seva feina, perquè els mitjans de comunicació siguin *«lliures i responsables en el marc d'una societat plural i democràtica»* (CPC, 2016).

Actualment, consta de 12 criteris i 6 annexes on es recullen els grans principis de l'ètica periodística per a tots els mitjans i suports, així com en tots els àmbits de la informació. Per mantenir el Codi Deontològic actualitzat amb l'adveniment de nous reptes que presenta la societat, s'afegeixen i modifiquen reformes al Codi Deontològic o, com diu el president del Consell de la Informació de Catalunya, Josep Carles Rius, *«s'adjunten nous criteris que no formen part del cos inicial del Codi Deontològic»*. La darrera modificació va ser l'11 de

novembre de 2016 en motiu del VI Congrés de Periodistes de Catalunya, en aquesta última ocasió es van modificar aspectes per adaptar-lo al panorama actual d'internet (CIC, 2016).

Així doncs, paral·lelament a la publicació del Codi Deontològic, es va crear el 1997 el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) per vetllar pel compliment del Codi Deontològic. És una entitat sense afany de lucre que es va construir a proposta mateixa dels membres del Col·legi de Periodistes de Catalunya. El seu motiu de ser és l'autoregulació de la professió a partir d'un «òrgan d'arbitratge privat i independent» (CIC, 2016). La constitució del CIC consta de tres branques principals, tal com explica el seu president, Josep Carles Rius:

«Per una banda, hi ha el Col·legi, que és la professió; el CIC, que és qui vetlla pel compliment del Codi Deontològic de Catalunya i en el que hi ha present la societat civil a partir de membres del Consell que són del col·legi d'advocats, de metges o del síndic de greuges; i la tercera branca que són les universitats» (Rius, 2023).

El nombre de mitjans de comunicació i entitats adherides a la Fundació del Consell de la Informació de Catalunya, és d'aproximadament 100 inscrits que, consegüentment, fan constar el seu compromís amb els principis del Codi Deontològic.

El Consell de la Informació de Catalunya no té un caràcter coercitiu, sinó que «és una eina d'autoregulació» (Rius, 2023) a partir de resolucions i recomanacions de caràcter moral. Són els ponents, consellers, aportacions acadèmiques o queixes de la societat civil que es pren la iniciativa de fer modificacions al Codi Deontològic. Les raons que justifiquen una modificació són generalment dos: els aspectes presentats es tractaven només de passada o bé s'evidenciava un fet que no s'havia considerat. Així doncs, «una de les funcions més transcendents i profitoses del Consell pot ser precisament l'actualització i ampliació del Codi Deontològic» (CIC, 2016).

Segons explica Rius, actualment s'està treballant amb la incorporació de «la intel·ligència artificial, els nous criteris sobre el suïcidi, el click bait i el tema de les xarxes» a partir d'una sèrie de reflexions que serveixen de base per les properes reformes. Tot i que les modificacions sovint «venen donades per l'evolució de la societat» (Rius, 2023) en el pròxim

Congrés de Periodistes que se celebrarà l'any 2025 no es té programada la incorporació de criteris sobre la crisi climàtica, tampoc mai abans s'ha fet cap menció respecte al tractament d'aquesta temàtica des del CIC.

Tot i així, Rius, coincideix a assegurar que la crisi climàtica és un tema «*molt greu i que afecta directament al periodisme*». De fet localitza dos principals problemes: el negacionisme i el silenci o invisibilitat, i considera que «*des d'un punt de vista ètic ens ha de preocupar les dues coses*». Així doncs, el president del Consell de la Informació de Catalunya, Josep Carles Rius, va afirmar a l'entrevista realitzada per aquest treball que coincidia a valorar la crisi climàtica com «*un dels temes que s'haurien d'incorporar en la propera reunió de 2025*» en les modificacions del Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes.

2.2.2 Reuters Institute: Informe sobre notícies digitals, 2022

Reuters, com cada any, presenta l'Informe sobre notícies digitals on s'avalua les tendències tant dels mitjans com de l'audiència a través de variables generals i també analitzant les temàtiques concretes que han sigut de més interès durant l'any analitzat. Tot i que l'estudi incideix en els mitjans digitals i aquest treball se centra en la praxi informativa d'un mitjà tradicional com és la televisió, l'estudi és útil en termes de les dinàmiques informatives que s'originen i, en concret, del tema mediambiental.

El Resum executiu de l'últim informe publicat, de l'any 2022, consta de sis apartats: *Cobertura a Ucraïna, Hi ha més polarització?, Què volen els joves?, L'augment dels butlletins, Periodista vs. Mitjà i Cobertura Climàtica*. Ja en una primera instància és rellevant el fet que Reuters dediqui un apartat sencer a avaluar les dinàmiques periodístiques de l'àmbit mediambiental.

La introducció evidencia un clar posicionament envers la problemàtica global: «*El canvi climàtic és un dels temes que defineixen la nostra època... si no és el tema que el defineix*». Tot i així, el capítol avalua les evidents dificultats que tenen els mitjans per atreure l'atenció del públic, per la tendència al pessimisme i la complexitat dels termes, a més de la politització i conseqüent polarització de l'audiència (Reuters, 2022). Principalment, s'analitzen les

variables de l'edat, el territori, l'impacte que aquest país té davant esdeveniments climàtics o la tendència ideològica que també influencien la percepció i interès del públic.

En primer lloc, cal tenir en compte que, segons l'Informe sobre notícies digitals de Reuters, les persones interessades sobre informació de canvi climàtic tendeixen a tenir majors ingressos i educació i, pel contrari del que popularment es podria pensar, tenen una edat elevada. L'enquesta elaborada per la University of Oxford en col·laboració amb Reuters Institute exposa que el 44% de les persones majors de 35 anys diuen estar interessades sobre notícies sobre *Medi ambient i Canvi climàtic* respecte el 37% dels menors de 35 anys que diuen sentir aquest interès. Per altra banda, és el col·lectiu més jove el que defensa que els mitjans han d'adoptar una posició clara a favor del canvi climàtic, mentre que els més grans opten per una cobertura més imparcial (Reuters, 2022).

Respecte a la variable territorial, existeixen fortes diferències regionals, però amb una explicació comuna. Tal com es pot observar a la Taula 1, les audiències que es troben a Sud-Amèrica, el sud d'Europa i a diferents zones del pacífic, mostren un interès superior respecte les notícies sobre canvi climàtic. Tal com s'observa a la Taula 1, Grècia i Portugal són els dos països que lideren el rànquing, justament dos dels països que han patit més les conseqüències de la crisi climàtica, una variable que s'avaluarà més endavant. Mentre que l'Estat Espanyol se situa a l'últim d'aquest rànquing amb un 39% d'interès. Paral·lelament, països com Xile, Portugal i Filipines, que també es troben a les zones esmentades on més interès mostren respecte a la crisi climàtica, són els països on tenen més clar que els mitjans han de tenir un posicionament clar per fer front a la crisi climàtica, amb un 58%, 48% i 42%, respectivament.

Per altra banda, i com s'observa a la Taula 1.1, zones com el nord i centre d'Europa, i els Estats Units, estan lleugerament menys d'acord amb aquesta afirmació. L'opció majoritària de la població d'aquests països és la imparcialitat. Al voltant d'un 40% de la població de països com Alemanya, Noruega o els Estats Units prefereixen que els mitjans «*reflecteixin una gamma de punts de vista i deixar que la gent decideixi*» (Reuters, 2022).

Tal com s'apuntava en els paràgrafs anteriors, un dels motius que explicaria aquest fenomen d'una manera més clara és el fet que aquells territoris on els efectes negatius impacten amb més intensitat o freqüència, també són els que presten més atenció a les informacions de crisi climàtica. Per exemple, casos com Grècia i Portugal, on hi ha hagut grans incendis forestals en els últims anys, ha fet que la població visqués un impacte real i de grans magnituds que podria afectar a la seva estructura vital o destruir el seu entorn. Aquest exemple també és extrapolable a Catalunya, quan amb el fenomen del temporal Glòria, el gener del 2020, el mar va empassar-se les banyes del Delta de l'Ebre, va inundar 3.941 hectàrees d'arrossars i destruir les plataformes de les muscleres (Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya, 2020).

«La tempesta Glòria va provocar que per primera vegada de la història del país, uns quants ajuntaments de la zona litoral que tenien uns passejos marítims, que van quedar destrossats, posats damunt d'un sistema natural dinàmic com és la platja miressin què és el que estava passant a l'ecosistema» (Borràs, 2023)

Aquest fet, va provocar que la població s'adonés, no només de l'impacte real i de la certesa que amb el canvi climàtic els temporals extrems són més comuns, sinó que també que l'augment del nivell del mar pot provocar el final de nombroses activitats econòmiques del territori i de la vida en general. Fruit d'aquest esdeveniment, es va tornar a reprendre el debat de la necessitat de l'adaptació a la crisi climàtica als mitjans.

Un altre dels factors que també incideix a l'interès sobre temes informatius és la ideologia política. L'estudi afirma que la gent d'una tendència política orientada a les esquerres té més voluntat d'estar informada respecte temes climàtics. De fet, a tots als països on University of Oxford i Reuters Institute han fet l'enquesta on s'avalua la variable ideològica, juntament amb l'interès per notícies climàtiques s'ha evidenciat aquesta diferència d'interès. A més a més, quan aquesta dicotomia entre població marcadament de dretes i d'esquerres existia dins d'un mateix país, és a dir la ideologia política es trobava altament polaritzada, l'interès pel Canvi climàtic era més baix:

«Per exemple, als Estats Units la diferència és de 41 punts percentuals entre qui se situen a l'esquerra i a la dreta. L'escàs interès de la població de Dreta feia reduir la xifra de l'interès general. (...) Sobretot quan els conservadors veuen que el canvi

climàtic és un tema de l'esquerra i desaproven l'adopció d'aquesta postura» (Reuters, 2022).

2.2.3 Guia d'estil de *The Guardian*

El diari britànic *The Guardian*, situat amb posicions ideològiques de centreesquerra, va actualitzar el maig del 2019 el llibre d'estil per introduir termes que descriuen més acuradament la crisi mediambiental que estem vivint. De fet, ja el 2018, la BBC va reconèixer que la cobertura de la crisi climàtica «es fa malament massa sovint» i afirmava que «*no cal donar veu a negacionistes de la crisi climàtica per raons d'equilibrar el debat*» (BBC, 2016). De fet, el director d'informatius, Fran Unsworth, encara feia un pas més enllà i subratllat que:

«Per arribar a la imparcialitat, no hi ha necessitat d'incloure a les cobertures de la BBC als que neguen obertament el canvi climàtic, de la mateixa manera que no hi ha ningú negant que el Manchester United va guanyar 2-0 el passat dissabte. L'àrbitre ha parlat» (The Guardian, 2018).

A part de les maneres explícites d'informar sobre la crisi climàtica, també existeix l'assertivitat implícita. Sovint hi ha paraules que pel fet de ser sinònimes o referir-se a fets similars, sembla innocent l'elecció d'unes o altres. Ara bé, és important entendre que l'acció d'escollir els termes pot fer implícit una determinada connotació, to o ideologia. Per aquest motiu, i sent el contrastat diari *The Guardian* coneixedor d'aquesta realitat, l'editorial va decidir que fer referència a la situació de col·lapse ambiental i humà que s'està vivint actualment era preferible l'ús de termes com *emergència climàtica*, *crisi climàtica* en lloc de *canvi climàtic*. Així ho motiva el mateix diari:

«La frase canvi climàtic, per exemple, sona més aviat passiva i amable quan els científics estan parlant del que és una catàstrofe per la Humanitat» (The Guardian, 2019).

Altres termes que també han considerat per ser substituïts és la denominació de les persones que rebutgen les teories científiques de la crisi climàtica, els *negacionistes de la crisi climàtica*, enlloc d'anomenar-los com *escèptics amb la crisi climàtica*.

Fa anys que la problemàtica ambiental és un tema que The Guardian hi aposta, tal com s'explica des de l'editorial «*si el canvi climàtic i la destrucció de la biodiversitat són els desafiaments més grans que s'enfronta la humanitat, hem d'estar a l'altura*» (The Guardian, 2019). De fet, el 2008 la rotativa va redoblar la plantilla amb la incorporació d'un redactor en camp especialitzat en aquesta branca periodística i va augmentar de dos a cinc el nombre de cronistes de l'àmbit. A més de tenir present que les informacions d'aquest tipus havien de permeabilitzar a les altres seccions, ja que és una crisi que impacte a la política, l'economia, la societat i la cultura. Aquestes innovacions en el llibre d'estil i l'organització del diari, van fer mereixedor a The Guardian del Premi Biophilia de Comunicació Ambiental l'any 2020 (Biophilia, 2020).

2.3 Teories de la comunicació

2.3.1 Com utilitzen els mitjans de comunicació el poder?

Els mitjans de comunicació construeixen el nostre model mental de l'entorn on creixem, interactuem i performem d'acord amb els nostres referents, produïts també en el si d'una societat mediatitzada. Aquesta construcció de realitat és feta pels Circuits Culturals de manera omniscient i simbòlica, pel fet que la seva presència va molt més enllà dels titulars d'una premsa escrita, moltes vegades relegada a les capçaleres digitals, així com els mitjans web presents a les xarxes, a més de les estructures tradicionals de comunicació com són la ràdio i la televisió. Les plataformes per les quals ens informem, passen a ser gairebé un fet circumstancial quan parlem del poder que els mitjans de comunicació ocupen. Un poder que com s'ha esmentat anteriorment, no és per menys tot i la certa passivitat en la qual actua si tenim en compte que tenen la possibilitat de controlar en major o menor mesura l'imaginari dels consumidors (Teun A. van Dijk, 1993: 12). Aquest poder és cobejat per diferents àmbits com l'empresarial i el polític, entre d'altres. Però és evident que la constitució dels mitjans de comunicació en comparació a altres poders no és el mateix.

Aquesta estructura d'influència, de difícil tangibilitat i observació, és sovint anomenada com a *softpower*. Segons el creador del concepte és la capacitat d'aconseguir el que vols a través de l'atracció en lloc de la coacció o pagaments. La diferència entre el *softpower* i el seu contrari,

hardpower, és que el segon té capacitat de coerció com a partir de sancions, en forma de polítiques o acomiadaments com podria ser en el cas dels governs i les empreses, esmentades anteriorment. Les capacitats d'aquest *softpower* són difícils d'especificar i varien en graus d'intensitat segons el mitjà, l'espai i el temps, però en termes generals giren al voltant de la capacitat de persuadir. Més concretament i en l'àmbit dels mitjans de comunicació, es poden distingir tres comportaments que fan que del denominat quart poder sigui un element clau per entendre els circuits d'interessos actuals. Aquests són l'establiment d'agendes polítiques, la proposició de debats i la capacitat de fer actuar als estats nació (Nye, 2004).

Ara bé, tot aquest procés tendeix a ser de caràcter simbòlic i de manera omnipresent pel fet que en l'àmbit teòric existeix una alta diversitat de fonts d'informació que dilueix els discursos homogeneïtzadors i assegura una diversitat de visions que assegurin la independència dels receptors. Per tant, és evident que les estructures de poder com poden ser la política i l'econòmica, amb forma d'*hardpower*, i l'estructura comunicativa, en forma de *softpower* = *EXEMPLE CODI DEONTOLÒGIC*, la seva naturalesa de relació és la de confrontació. Una confrontació en cap cas de caràcter violent, sinó com a forma de revulsiu i fiscalització. Una actuació d'un quart poder que no se situa de costat amb els altres poders sinó, a l'extrem oposat per garantir un estat democràtic de transparència.

En el cas que aquests requisits no es complissin i les estructures informatives estessin subrogades a entitats que sí que tenen poders de coerció, la mateixa funció dels mitjans de comunicació seria transformada per una de propaganda. Ja que el poder, entenent aquest concepte com a «*l'accés especial a recursos socials valorats*» (Teun A. van Dijk, 1993), s'estarien desenvolupant els mitjans de comunicació com a estructures de poder, no només amb les capacitats d'influència inherents dels *softpowers* sinó que també passarien a posseir facultats coartives. Anul·lant d'aquesta manera, qualsevol propòsit democràtic fonamental dels mitjans per reduir-los a eines inertes de les elits.

2.3.2 Teoria crítica

És justament aquesta visió utilitarista dels mitjans de comunicació a favor d'interessos aliens al cultiu de la racionalitat i el coneixement profund la que defensen com a existent els teòrics

de l'Escola de Frankfurt. Theodor Adorno i Max Horkheimer són dos dels pares de la Teoria Crítica nascuda a entre els anys vint i trenta a Alemanya, una teoria que rebria més tard la contra resposta d'Habermas i que inspiraria altres variants de visions Marxistes al començament, i de les noves esquerres anys més tard.

Tot i que les realitats de llavors i les d'ara són radicalment diferents en molts aspectes, hi ha constants històriques que continuen latents tot i els seus canvis de forma. La dicotomia de Marx entre burgesos i proletaris es pot veure actualment entre empreses i treballadors, immobiliàries i llogaters, multinacionals tecnològiques i miners de liti, petrolieres i defensors de l'ecosistema. Un seguit de relacions de poder que conformen un univers contemporani en desequilibri permanent. Aquesta naturalesa, com apuntaven els dos teòrics de l'Escola de Frankfurt, es reforça en gran manera amb l'adveniment de la Societat de Consum descrita per l'Enciclopèdia Catalana com a *«l'estat i l'etapa actuals del desenvolupament capitalista de la societat, basats en la creació de necessitats fictícies per superar la saturació de la producció»*.

En aquest projecte hi juga un rol molt important la superpotència dels Estats Units, el bressol del capitalisme que vetlla per l'enriquiment i explotació il·limitada sota l'eslògan *American way of life*. Un estil de vida que probablement del qual hauríem deixat de parlar si no fos per l'impecable suport de mediàtic d'aquests ideals. Uns processos ideològics omniscients al nostre entorn i indissociables de la nostra consciència pel fet de relacionar-nos en una escala de valors construïda sobre les bases d'una societat consumista postindustrial (Blanca Muñoz, 2007). La perpetuació d'aquesta realitat no s'explicaria sense el suport dels Mitjans de Comunicació que més enllà de narrar aquesta realitat, s'hi entrellaça pel fet d'estar subrogada als circuits mediàtics-empresarials i als interessos d'aquests.

Aquesta és la realitat que relata el president del CIC, Josep Carles Rius, en l'entrevista realitzada per aquest treball: *«el sistema mediàtic posa l'accent, dedica més temps, omple les xarxes i el que busquen són clics a qualsevol preu, i fan contingut que està més a prop de l'entreteniment que de la informació»*. Sovint la visibilitat de les xarxes que donen els click, i per tant els beneficis que s'obtenen d'aquesta publicitat, passa per damunt de l'interès de

servei públic i fa que «els temes incòmodes desapareixen de les agendes mediàtiques» (Rius, 2023). Per tant, seguint la Teoria Crítica, tot el generat per les antigament anomenades Indústries Culturals es produirà per a favor de rebre el benefici d'aquelles entitats, econòmiques i empresarials principalment, que sustenten els mitjans. Així doncs, la finalitat dels mitjans de comunicació de subministrar eines emancipadores als ciutadans per tal d'assolir un ideari basat en el bé comú queda lluny de les rutines de producció comunicatives.

Tornant a l'epicentre de la corrent de producció capitalista, els Estats Units, es troba que quan es tracta de comunicar totes aquelles informacions que fan referència a la crisi climàtica hi ha una relació indiscutible entre els interessos empresarials i el contingut narrat. Segons l'estudi publicat a *Public Understanding of Science*, el 80% de les notícies estatunidenques que giren a l'entorn ambiental són inexactes i més d'un 10% estan descontextualitzades (Tien et al., 2015: 1016). Cal tenir en compte que els mitjans de comunicació tenen un rol vital en l'assumpció de la rellevància d'aquesta problemàtica d'abast mundial. Concretament, són la segona principal eina per la qual els ciutadans americans prenen consciència climàtica, per darrere de les activitats comunitàries i per davant de l'educació (Tien et al., 2015: 1016). Així doncs, es fa palès que les indústries culturals tenen un rol no només informatiu, sinó també didàctic, i així mateix ho demostra les dades de l'estudi.

Precisament per aquest motiu la independència i autonomia dels mitjans hauria de trobar-se blindada davant d'interessos externs. Però es fa difícil si es té en compte l'elevat nombre de diners que mou el sector petroler a aquest mateix país. Una vegada més la realitat s'explica en forma de cadena d'interconnexions d'interessos i de poder, tal com explica la teoria Crítica. Com hem esmentat anteriorment, el segon motiu de conscienciació dels nord-americans rau en els mitjans de comunicació i aquests destinen menys d'un 1% de les notícies en àmbits climàtics. Probablement, aquest baix percentatge està estretament relacionat amb el fet que una de les sis empreses més riques dels Estats Units, Exxon Mobil, es dedica a la indústria petrolera, generant un benefici de més de 285,640 milions de dòlars durant l'any 2022 (Diari ARA, 2023). Com és d'esperar aquest col·lectiu poderós de contingut ambigu, però d'influència innegable serà reticent a la publicació de notícies que perjudiquin la seva

imatge i que en conseqüència podrien arribar a derivar en portar les informacions publicades a debats polítics.

2.3.3 Agenda setting

El concepte de l'Agenda Setting apareix per primera vegada a la investigació feta el 1968 i publicada el 1972 per McCombs i Shaw amb relació a la capacitat dels mitjans de comunicació de fixar l'agenda pública, després que diferents teories i investigacions anteriors suggerien «*l'existència d'una forta influència dels mitjans massius de comunicació sobre l'audiència*» (Petroni, 2009). Són dos els principals estudis previs que van fonamentar les aportacions de McCombs i Shaw, per una banda, la publicació *Opinió Pública* de Walter Lippman de l'any 1922 en el seu primer capítol titulat *El món exterior i les imatges de la nostra ment* (McCombs, 2002: 1). En l'aportació de Lippman, i tal com el títol del seu primer capítol indica, es constata que la font primària de la imatge que tenim del món i dels afers públics és a partir de les notícies que rebem dels mitjans. Per tant, tot el que sabem, inclús de realitats que estan fora del nostre abast, és a partir del que els mitjans han decidit explicar-nos (McCombs, 2002: 3).

Per altra banda, també les aportacions de Cohen van ser decisives en la formulació de la Teoria de l'Agenda Setting en sustentar que els diaris «*la majoria de vegades poden no tenir èxit en comunicar als lectors què pensar, però són increïblement exitosos en comunicar-los en què han de pensar*» (Cohen, 1963 citat per McCombs i Shaw, 1972, pàg.177).

A partir d'aquests dos estudis McCombs i Shaw, van idear el concepte *agenda*, un terme que McCombs va voler recalcar en la seva publicació que està lliure d'una implicació pejorativa, si no que és purament descriptiva del fet que els mitjans tenen una agenda de temes (McCombs, 2002:2). Concretament l'agenda dels mitjans podria definir-se com la selecció de temes amb cobertura mediàtica, un exemple d'aquest tipus d'estudi és el que es presenta en aquestes pàgines que fa referència a la selecció d'un mitjà: TV3; i d'una temàtica com és la cobertura informativa de les onades de calor a Catalunya. Aquesta agenda mediàtica pot ser mesurada a partir de «*la freqüència i prominència de la cobertura mediàtica d'un tema, tenint en compte factors com l'ample d'una columna als diaris, o la quantitat de temps a la*

televisió, o per la posició del tema en un diari o programa» (Zhu i Blood, 2002, pàg. 100 citat per Petrone, 2009). Un exemple d'anàlisi que no difereix gaire del que s'ha volgut dur a terme en aquest treball d'investigació.

Ara bé, els mitjans de comunicació no són els únics actors que tenen una agenda, sinó que se'n diferencien dues més, l'agenda pública i l'agenda política.

Aquesta última, l'agenda política, pot ser definida com l'allista d'assumptes que els polítics consideren importants (Petrone, 2009). Dos exemples mostren molt clarament que fa menys de deu anys que la crisi climàtica ha entrat dins de l'agenda política catalana. El primer exemple d'aquesta prioritització en l'escena institucional a Catalunya és la difusió de la primera nota de premsa l'any 2015 que feia referència a les condicions meteorològiques que havia patit el territori de Catalunya aquell any. Fins llavors i tot i l'evidència científica que ja existia, la Generalitat de Catalunya no s'havia fet ressò d'aquestes dades. Un segon exemple, tal com s'explica en l'entrevista realitzada en aquesta investigació al Responsable de l'Àrea Adaptació en Oficina Catalana del Canvi Climàtic, Gabriel Borràs: *«ha passat un fet principal des del punt de vista de les polítiques públiques del canvi climàtic que és que el juliol 2017, el Parlament va aprovar per quasi una unanimitat la llei de Canvi climàtic de Catalunya»* fins llavors.

La tercera agenda, la pública, és aquella que té a veure amb els temes que la societat considera rellevants. Per saber l'opinió general sovint es recorre a enquestes amb preguntes obertes o entrevistes (Aruguete, 2015). De fet, aquest primer mètode és el que va utilitzar la revista Reuters en el seu estudi que s'ha comentat anteriorment i on es conclouïa que gairebé el 40% de la població de l'Estat Espanyol deien l'any 2022 estar interessats en la temàtica de crisi climàtica. Una gran proporció de la població que sovint s'infrarepresenta pels mitjans per justificar la seva escassa cobertura mediàtica.

3. METODOLOGIA

3.1 Objecte d'estudi

L'objecte d'estudi escollit són els telenotícies vespre de TV3, concretament la cobertura informativa els dies d'onades de calor, els anys 2009, 2012, 2015 i 2022. El motiu pel qual he escollit aquesta cadena de televisió és per la gran notorietat pública, tant en l'àmbit d'audiència com de valoració social que té a Catalunya. Concretament, TV3 ha estat la cadena líder durant tretze anys consecutius, amb una quota del 14,1% en l'últim any natural 2022 i a una distància de 3,4 punts amb Antena3 com a segona cadena en el rànquing i seguit de Telecinco a una distància de 4,2 punts respecte a TV3. Les franges que més destaquen són el *day time*, és a dir des de les 8 del matí fins les 9 del vespre, i el *prime time*, les dues franges horàries de més consum tal com s'explica a les dades publicades per la CCMA citant l'estudi Kantar⁴.

Un lideratge sustentat amb el temps, tenint en compte que dels últims 156 mesos, és a dir, 13 anys, n'ha estat líder 132. A més, quan parlem de programes, el més vist de tots en un 96% dels dies ha estat el Telenotícies vespre l'any 2022 i si ho comparem amb informatius d'altres cadenes, obté una puntuació destacada respecte a les consecutives.

En termes qualitius, TV3 també és la cadena generalista més ben valorada durant els últims 13 anys, és a dir des del 2009, obtenint el passat any 2022 un índex de 8,4 punts. Els oients confien en la cadena pública per informar-se per la credibilitat, confiança i imparcialitat.

Perquè això sigui possible és indispensable que els telenotícies de TV3 i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals s'actualitzi a les necessitats de la població. Algun dels exemples que evidencien una renovació constant i sostinguda és l'aprovació del llibre d'estil de la CCMA el 2011 on s'establia el marc editorial i lingüístic així com les normes

⁴ Kantar, ind. 4 i + amb segones residències i convidats. Els programes que s'han emès en simultani per més d'una de les nostres cadenes i s'han vist per televisió apareixen al rànquing amb l'audiència total.

periodístiques, ètiques i professionals dels seus mitjans, un fet que marcaria les bases de praxi periodística i posaria els fonaments per un desenvolupament de televisió pública d'alta qualitat. Més endavant, el 2016, TV3 seria la primera televisió de l'Estat que amb el programa anomenat Etiquetats crearia i desenvoluparia un programa emès exclusivament per internet, a més d'afegir els continguts més habituals a la pàgina web. El 2018 TV3 i Catalunya Ràdio serien els mitjans capdavanters en dissenyar continguts en Català als serveis d'assistents de veu virtuals, concretament afegint el sumari del Telenotícies vespre. També el mateix any la CCMA firmen un conveni per reforçar l'educació i pedagogia amb l'objectiu de fomentar el feminisme.

Per tots aquests motius, he cregut convenient fer una anàlisi informativa d'aquesta televisió en concret perquè a part de ser referents en termes quantitativs i qualitativs, ha estat referència en el desenvolupament de la bona praxi informativa i l'alfabetització mediàtica (CCMA, 2022).

3.2 Objectius

L'objectiu principal del treball és aportar una proposta de tipus deontològic per tal que els mitjans públics catalans tinguin una guia per construir els relats informatius sobre la crisi climàtica.

Per poder assolir aquest objectiu, s'han marcat diferents objectius secundaris per fonamentar l'aportació final, també observables en l'apartat de Preguntes de Cerca que es troba a continuació. A partir de la anàlisi pràctica de les peces informatives vinculades a les anomenades onades de calor en els informatius de TV3 es pretén comprendre les dinàmiques informatives actuals. També l'evolució dels últims anys de la construcció del relat de notícies vinculades a la crisi climàtica i el conseqüent augment de temperatura global. Un dels altres objectius secundaris és l'avaluació del tractament visual en la construcció de relats en la cobertura d'onades de calor.

Per fer-ho s'ha analitzat els anys 2009, 2012, 2015 i 2022 en els períodes que el Servei Meteorològic de Catalunya ha quantificat que s'han produït les anomalies tèrmiques anuals més altes, tal com es pot veure a la Taula 2.

3.2.1 Preguntes de cerca

Per poder assolir l'objectiu principal esmentat anteriorment, s'han formulat les hipòtesis que apareixen a continuació. El motiu del seu plantejament és l'elaboració i fonamentació de la conclusió i aportació final. Com s'explica a l'apartat de Metodologia, hi ha una pregunta de cerca general que és la següent:

- Quin és el tractament informatiu dels telenotícies vespre de TV3 sobre les onades de calor?

Ara bé, per contestar a aquesta pregunta tan àmplia s'ha de desgranar la recerca per afinar en els matisos i aprofundir en el contingut. Per això també s'han formulat les següents:

- Quina evolució han seguit els informatius vespre de TV3 en la narració de les onades de calor en els últims anys?
- Els periodistes de TV3 donen veu o recorren a la comunitat científica per elaborar els telenotícies vespre?
- Qui són els narradors principals de les peces informatives?
- S'utilitza les imatges com una eina de discurs propi?
- Quina rellevància es dona a les notícies de les onades de calor, en tant que posició en l'informatiu i durada?

3.3 Procediment

El procediment per analitzar els informatius dels mitjans públics de televisió de TV3 i TVE s'ha formulat per tal de poder tenir una visió àmplia i profunda sobre el tractament de les notícies relacionades amb els augments de temperatura. La font per poder visualitzar els telenotícies vespres de TV3 dels anys 2009, 2012, 2015 ha estat l'hemeroteca digital de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuais. Tot i així, l'any 2009 i el telenotícies vespre del dia 21 d'agost de 2012 van haver-se de visualitzar a les oficines de TV3 de Sant Joan Despí, per fer-ho es va enviar la petició i es va fer una reserva de sala per la visualització.

Tal com s'ha esmentat en l'apartat d'Objectius, l'elecció dels anys analitzats està feta d'acord amb els períodes que es van registrar unes anomalies tèrmiques més elevades en l'àmbit territorial de Catalunya, tal com es mostra a la Taula 2. Les dades extretes provenen del Servei Meteorològic de Catalunya (SMC). Concretament, el 2009 es va registrar 1,4 °C més que la mitjana del període de referència de 1961-1990; el 2012 i 2015 va ser de 1,6 °C superiors; en canvi, el 2022 es registra un augment de 1,4 °C respecte a les dades de referència, que tot i ser una dada preocupant, és inferior a la que es registra en anys anteriors. El motiu de l'anàlisi de l'any 2022 es deu a la voluntat d'observar si es produeix un canvi de narrativa en els informatius i, per tant, si actualment es té en compte la realitat de crisi climàtica que estem vivint.

Amb les dades obtingudes i representades a les Taules 7.1, 7.2, 7.3, 7.4, 7.5 s'ha fet una valoració anual del tractament periodístic de TV3. Paral·lelament, a cada apartat anual del treball es complementa l'anàlisi informativa amb les dades científiques sobre la temperatura ambiental de l'any analitzat, una informació que aporta una referència precisa, concreta i objectiva de la dimensió de la problemàtica ambiental. Així doncs, la valoració de proporcionalitat entre la informació retransmesa pels telenotícies vespres de TV3 i les dades meteorològiques exposades permeten fer una comparativa més acurada sobre la realitat científica i l'explicació dels fets als mitjans.

A partir de l'anàlisi i les posteriors conclusions extretes, s'aporta una proposta en forma de recomanacions de llibre d'estil dirigida a la producció de notícies relacionades amb la crisi climàtica per tots els mitjans públics catalans.

3.1 Mostra d'estudi

La mostra d'aquest estudi són els informatius de telenotícies vespre de TV3, ja que com s'ha esmentat anteriorment, és l'informatiu i la franja horària on s'acumula més audiència. Es va valorar la possibilitat d'analitzar el tractament informatiu de la secció del temps, però justament és la necessitat d'un relat multidisciplinari, profund i amb presència als informatius com una informació de primer nivell la que seria coherent per una problemàtica global, amb

greus afectacions presents i reals. A més, la secció del temps és l'última de tot l'informatiu del telenotícies vespre de TV3 i es fa posteriorment a una pausa publicitària. Llavors l'audiència pot haver-se perdut o desconnectat, per tant, no es podria vincular a una informació de gran impacte i abast general i aquesta mostra d'anàlisi es va descartar.

El que sí que s'ha inclòs en l'anàlisi són les dades més rellevants dels butlletins anuals del Servei Meteorològic de Catalunya (SMC) dels anys 2009, 2012, 2015 i 2022 així com els dies exactes en els quals es van produir les onades de calor dels diferents anys.

A més a més, a partir del 2015 el Govern de la Generalitat publica notes de premsa amb la retrospectiva climàtica anual de Catalunya, en col·laboració amb el SMC. Per aquest motiu els anys 2015 i 2022 s'ha vist pertinent considerar, també, aquestes notes de premsa per avaluar el discurs institucional del qual es nodreixen els mitjans, també TV3.

En el cas del 2009 aquest fenomen té lloc entre el dia 16 d'agost i el 20 d'agost. El següent any analitzat, el 2012, el butlletí anual del Servei Meteorològic de Catalunya informa que l'onada de calor va ser del 17 al 23 d'agost. L'any 2015, el primer any que el mateix Govern estudia la meteorologia de Catalunya amb col·laboració amb el SMC, es registra una llarga onada de calor que va del 26 al 8 de juliol. Finalment, l'any 2022, s'arriba al nombre més alt de dies amb onada de calor i també està repartit en dues tongades: del 15 al 18 de juny i de l'11 al 25 de juliol.

Per tant, en total hi ha 44 dies d'onades de calor i també és el nombre d'informatius que s'han visualitzat per poder fer l'anàlisi de la investigació. De tots aquests dies, són 20 els que TV3 va emetre informació relacionada amb les onades de calor i, com a resultat, aquest és el nombre d'informatius que s'ha pogut fer una anàlisi de tipus narratiu i visual tal com es mostra a les Taules 7.1, 7.2, 7.3, 7.4, 7.5.

3.2 L'extracció de dades

La matriu d'extracció de dades s'ha fet tenint en compte tant el discurs oral com la narrativa visual. Per poder elaborar l'anàlisi s'ha consultat l'hemeroteca digital de TV3 en els dies que

el Butlletí dels anys 2009, 2012, 2015 i 2022 del Servei Meteorològic de Catalunya indicava que hi havia hagut una onada de calor.

L'anàlisi dels informatius s'ha fet seguint les qüestions formulades a l'apartat Preguntes de Cerca observables i també observables a les Taules 7.1, 7.2, 7.3, 7.4, 7.5 dels Annexos, els aspectes concrets a analitzar s'han ideat tenint en compte els objectius i les preguntes del treball esmentades anteriorment. Paral·lelament, també s'ha tingut com a referència les aportacions fetes sobre l'anàlisi que s'inclouen en la Teoria de l'Agenda Setting (Zhu i Blood, 2002, pàg. 100 citat per Petrone, 2009) que apareixen citades en el Marc Teòric.

Com es pot observar a les taules esmentades anteriorment, l'anàlisi s'ha organitzat de forma cronològica per poder veure gràficament l'evolució tant quantitativa com qualitativa de la praxi informativa. D'aquesta manera també ha facilitat saber si es donava el cas de dies sense cobertura d'aquesta problemàtica, ja que l'absència d'informació també és un indicador del grau d'importància que es dona a aquest tema.

Les qüestions o preguntes d'anàlisi estan organitzades per àrees:

- La titulació de la notícia.
- L'àrea d'edició: recull els aspectes que fan referència a l'anàlisi teòrica de l'Agenda Setting, ja que contempla la durada de la peça, la situació dins de l'informatiu i el format.
- L'àrea de descripció física: s'analitza aspectes no narratius de la notícia, com és la durada, el format i la situació dins de l'informatiu.
- L'àrea de contingut: és la més extensa i té en compte el lèxic, les persones a qui es dona veu i també si s'aporten solucions o alternatives per mitigar i fer front a les conseqüències.
- L'àrea visual: és el segon apartat més extens, ja que s'ha demostrat que és un aspecte imprescindible per la conscienciació ambiental de la ciutadania. En aquesta àrea es té en compte la concordança entre text i imatge, el subjecte de la imatge, la utilització de recursos gràfics com els mapes o la comparativa amb imatges anteriors, així com la comprensió general del discurs visual.

Amb l'anàlisi del discurs realitzada es pretén saber si l'elaboració de les peces es deu a una praxi informativa d'acord als criteris deontològics de proporcionalitat, imparcialitat i objectivitat, així com una elaboració precisa i científica en termes mediambientals. Perquè això sigui possible s'avalua si els narradors desenvolupen en el seu discurs les causes i les conseqüències de la crisi climàtica i, concretament s'esmenta l'augment de temperatures extrem, les anomenades onades de calor.

4. ANÀLISI DE RESULTATS

4.1 L'onada de calor de 2009

De forma concisa i contundent, el Servei Meteorològic de Catalunya va concloure al butlletí anual de dades climàtiques de 2009 que la temperatura mitjana es va incrementar «a tots els indrets analitzats de manera significativa des de 1950 fins llavors». En l'informe d'aquell any s'apreciava un increment entre +0,19 °C per dècada a +0,24 °C per dècada «de forma homogènia a tot el territori Català» i sense «comportaments diferenciats o fàcilment regionalitzables»⁵. Si s'amplia la dimensió temporal, s'observa que: «L'any 2009 ha estat un any càlid amb una anomalia de +1,05 °C respecte a la mitjana climàtica i se situa com el tercer any més càlid des de 1950» (SMC, 2010)

En termes estacionals, sí que s'aprecia un augment diferenciat a l'estiu, concretament d'entre +0,30 °C/dècada i +0,40 °C/dècada. A més a més, l'informe també adverteix sobre «la influència de l'illa de calor urbana barcelonina» un concepte no gaire popular aquells anys.

Pel que fa a les onades de calor d'aquell any, el 2009 se'n va viure una, del 16 al 20 d'agost. Tot i que es van registrar temperatures similars a les del mes de juliol del mateix any, al voltant de 35 °C, la prolongació de les elevades temperatures al llarg de les jornades va portar a concloure aquest fenomen com a onada de calor.

Ara bé, tot i la informació detallada anteriorment, és rellevant considerar que en el mateix informe hi ha redactat el següent:

«Així doncs, de l'anàlisi de la tendència de la temperatura per a la totalitat del període 1950- 2009 es constata una inqüestionable tendència cap a l'increment tèrmic. Malgrat tot, un estudi més detallat permet comprovar que aquesta evolució

⁵ A partir de l'informe ECACC30 2020, esmentat a l'apartat Panorama a Catalunya, es pot constatar que l'afirmació que feia l'any 2009 el SMC no és certa, ja que: «l'augment de temperatura seria especialment destacable a la zona del Pirineu, on l'augment seria superior als +4.0°C» (ECACC30, 2020)

tèrmica no presenta un comportament monòton o progressiu, sinó que presenta períodes de pausa i, fins i tot, de decreixement». (SMC, 2010)

Així doncs, es constata que la institució meteorològica de referència de Catalunya, el SMC, el 2009 no tenia un discurs clar sobre la mateixa existència de crisi climàtica o, com s'esmenta a l'informe, la situació de *«tendència cap a l'increment tèrmic»*. Aquesta falta de consens probablement també va influir en l'escassa cobertura informativa que es va fer d'aquest esdeveniment. De fet, en aquesta mateixa línia el Responsable de l'Àrea Adaptació en Oficina Catalana del Canvi Climàtic, Gabriel Borràs, entrevistat per aquesta investigació, explica que no és fins al 2017 que es genera un punt d'inflexió amb les dades científiques a Catalunya amb la publicació del *«Tercer Informe de Canvi Climàtic de Catalunya, el 2010 se n'havia publicat un, però jo crec que era incomplet»*

El dia 16 d'agost, el primer dia de l'onada de calor, va coincidir amb un incendi a Montferri, a aquesta notícia va tenir una introducció a l'inici de l'informatiu, però no va tornar a esmentar-se fins a l'apartat del Temps. A més, no es pot considerar com un inici de cobertura de l'onada de calor, perquè en cap moment s'esmenta cap relació de les altes temperatures amb l'incendi de forma clara. El dia 17 tampoc es fa cap notícia sobre l'onada de calor que s'estava vivint a Catalunya aquells dies i és només a la secció del Temps que s'esmenta que *«diverses localitats espanyoles seran a l'ordre del dia (...) aguantant la calor com es pugui fregant als 40 °C»*. És rellevant esmentar que la resposta del presentador de TV3 a les imatges i a les declaracions del meteoròleg és la següent: *«És el que té l'estiu»*. Evidentment, a part del desconeixement del periodista de l'episodi d'altres temperatures provocades per la crisi climàtica, denota una certa irrellevància i frivolitat respecte a l'estat ambiental i meteorològic.

El dia 18 d'agost, el segon dia d'onada de calor, és el primer dia que es dedica una notícia a l'onada de calor, de fet, se situa com a segona notícia, encara que només s'hi dediquen dos minuts. El tractament informatiu és totalment institucional, un fet que va en consonància a les imatges, que són majoritàriament a l'interior de les oficines dels ADF. Les declaracions són de l'inspector en cap d'agents rurals que vincula les altes temperatures com a variable que incentiva la creació d'incendis.

Amb aquesta única notícia s'acaba la cobertura informativa de l'onada de calor, que va durar cinc dies. El dia 19 l'informatiu és especialment curt i tardà, dura un total de 6 minuts, probablement per algun fet destacable. El dia 20 d'agost tampoc es va donar cap informació al respecte de la temàtica analitzada, l'informatiu va estar majoritàriament dedicat a la cobertura de la jornada electoral de l'Afganistan.

4.2 L'onada de calor de 2012:

Climatològicament, l'any 2012 es van donar diferents episodis d'altres temperatures. Des de llavors, només el juliol de 2006 i l'agost de 2003 són comparables en termes de períodes de calor tan intenses, extenses i persistents a Catalunya. Tot i que no s'esmenta com a onada de calor de forma literal, del 9 a l'11 d'agost es va donar un episodi de calor que va ser fins i tot més càlida que la pròpia onada de calor que es va donar uns dies més tard, però no s'arriba a denominar com a onada de calor, per la poca quantitat de jornades que es van registrar aquestes temperatures. Tot i així, aquest episodi de calorada no s'analitzarà perquè com està descrit a l'apartat metodològic, s'avaluen els episodis d'altres temperatures categoritzades com a onades de calor. Així doncs, el Butlletí del Servei Meteorològic de Catalunya de l'any 2012 sí que certifica que els dies del 17 al 23 d'agost es va patir una intensa onada de calor que, literalment *«ha estat la més important dels últims 6 anys»*⁶. Concretament, els dies 20 i 21 d'agost es van superar els 40 °C en algunes zones de l'interior i prelitoral, però el més alarmant van ser les temperatures que es van registrar el 18 d'agost a l'àrea de l'alta muntanya, la temperatura màxima (TX) *«va ser la més elevada de la sèrie a totes les estacions de més de 1800 metres d'altitud al Pirineu occidental i central»*. L'estació de la Bonaigua⁷ mai abans havia registrat un dia tan càlid com aquest (Meteocat, 2012).

⁶ Respecte a les dades que es tenien l'any 2012, per tant, fa referència al període 2006-2012

⁷ L'estació de la Bonaigua (2.266 m) té registres des de 06/11/1997, de dades meteorològiques anteriors no se'n té constància

De l'onada de calor dels dies 17, 18, 19, 20, 21, 22 i 23, s'elaboren un total de quatre informatius d'una durada mitjana de 4 minuts per peça. La primera notícia al respecte es fa un dia abans de que s'iniciï, segons les dades del Servei meteorològic de Catalunya, la pròpia onada de calor, així doncs el primer dia de la cobertura d'aquest fet és el dia 16 d'agost amb el títol «*nova onada de calor, més llarga*». Tot i aquesta titulació, el Meteocat mai va arribar a considerar que l'anterior episodi dels dies 9, 10 i 11, fos una onada de calor. A més a més, és el dia 21 que el telenotícies de TV3 produeix una notícia amb el títol «*últim dia d'onada de calor*» i amb aquesta peça informativa donen per tancada la cobertura de l'onada de calor, quan, realment, l'onada de calor s'acaba el dia 23. Per tant, la cobertura s'acaba dos dies abans del que s'anuncia i es cobreix.

Tant la denominació d'onada de calor a l'episodi dels dies 9, 10 i 11, quan els especialistes en la matèria no ho consideren, com el fet d'anunciar que l'onada de calor s'acaba dos dies abans del que realment s'acaba denota inexactitud i poca coordinació amb els científics especialitzats en aquesta temàtica.

Una vegada més es pot observar una corba d'interès informatiu, primer creixent i després decreixent, en la cobertura d'aquest episodi de calor. El dia 16 i 17, l'onada de calor se situa com a tercera notícia i la corba d'interès és creixent si tenim en compte el temps dedicat: 2 minuts el dia 16 i 4 minuts el dia 17. Ara bé, la profunditat de la notícia és baixa, es dona un missatge de caràcter institucional i amb un nul discurs mobilitzador, es dona veu al conseller d'Interior i a societat civil, en aquest cas la conseqüència principal de l'onada de calor són els incendis. El pic informatiu arriba el dia 20, el tercer dia de la cobertura i el quart d'onada de calor. Es dediquen 8 minuts i és la primera notícia dels informatius, es produeix una peça de tipus reportatge amb una cobertura a Manresa, Tremp i Gavà, però tot i l'ampliació del temps l'enfocament segueix sent el mateix, en aquest cas es dona veu al meteoròleg del temps i les imatges que es mostren són persones en el seu dia a dia com gent gran, turistes i infants, una narració d'un fet com si fos una alarma puntual i no un problema endèmic i amb conseqüències a tots els àmbits. L'últim dia de la cobertura, el 21 d'agost, l'interès va de baixada i es dedica un total de dos minuts, la notícia és a plató i a la platja de la Barceloneta i se situa com a tercera notícia a l'informatiu. També en aquest cas la cobertura se centra en

explicar com ho viuen diferents col·lectius ciutadans, en aquest cas l'equip de la creu roja de la Barceloneta i esportistes.

El discurs visual va acord amb el discurs oral i principalment es diferencien dues narratives: la relació d'aquesta problemàtica amb el tema rural i, per tant, diversos dies la cobertura es fa amb imatges d'entorns rurals, com és el cas del dia 8 d'agost i el 16 d'agost, justament els dos primers dies de cada període de calorada. Els altres cinc dies que es van fer peces informatives l'enfocament d'aquest fet es dirigia directament a l'experiència subjectiva i superficial de les persones al patir calor, així doncs, sortien imatges de ciutats, gent passejant pel carrer, infants i esportistes. Unes imatges que no van acord amb la rellevància d'una emergència climàtica d'impacte global. Per altra banda, es fa un ús considerable, amb l'utilització de mapes coroplètics a les notícies, ja que un 66% de les notícies en tenia. Normalment, es mostrava el risc de calor o les zones més afectades pel risc d'incendi, un element positiu a l'hora de situar a l'espectador i entendre la dimensió de les Onades de calor.

En Resum, dels set dies d'onada de calor, TV3 hi dedica un total de quatre dies a parlar-ne. Això suposa una cobertura del **57,14%**. Per acabar, cal posar de relleu que cap dels set dies que s'ha cobert les informacions de les onades de calor s'ha parlat de les causes de l'augment de temperatures, ni s'ha relacionat amb les emissions de Gasos d'Efecte Hivernacle (GEH), ni s'exposen mesures d'adaptació o de canvi del sistema productiu, tampoc es relaciona com un element que causa morts, ni interpel·la autoritats ni vincula la crisi climàtica amb la crisi alimentària.

4.3 L'onada de calor de 2015:

Segons el Butlletí climàtic de l'any 2015, l'única onada de calor que es va donar al territori català va ser entre els dies 26 de juny i 8 de juliol. Va ser especialment alta la temperatura entre el 4 i el 7 de juliol, ja que, per exemple, l'estació de radiosondatge de Barcelona -gestionada pel Servei Meteorològic de Catalunya- va registrar el segon valor més alt a 1500 metres d'altura dels últims 17 anys el dia 7 de juliol. Concretament, es va arribar a 27,4 °C, el que representa 10 °C superiors a la mitjana del període 1998-2015. Aquestes altes

temperatures també es van assolir a altres zones del país, de fet un terç de les estacions meteorològiques, on es va arribar als 40 °C. També a un 85% de les estacions meteorològiques es va superar el llindar que marca el SMC per calor com a mínim un dia. A més, a 89 de les 175 estacions meteorològiques, es va superar aquest límit com a mínim 3 dies consecutius, el que suposa una onada de calor molt intensa a gran part del territori català.

Tot i així, el dia 25 de juny, un dia abans de l'inici de l'onada de calor, no es va advertir de l'arribada d'aquestes altes temperatures més enllà de la secció del Temps. Un avís que sí que es va fer el 2012 tant en l'episodi de la calorada, com en la pròpia onada de calor. De fet, el 2015 tampoc es va dedicar cap notícia dins de l'informatiu en els dies 26 i 27. Així doncs, el primer dia que es dedica un espai dins l'informatiu del telenotícies vespre de TV3 és el dia 28, tal com es pot veure a la Taula 7.3. Ara bé, ho va fer com a cinquena notícia i va tenir una durada total de dos minuts. El contingut de la peça és força superficial, com és d'esperar en un període de dos minuts dedicat a aquesta notícia. El periodista, el narrador principal de la peça, descriu un dia d'onada de calor com: «*La calor dissuadeix passejos de la gent*». S'esmenten també les diferents eines per esquivar aquest fenomen meteorològic com protecció solar, paraigües i ventalls. En el petit reportatge fet a Manresa i Alguaire es dona veu a gent de la societat civil, especialment a infants.

Tampoc els dies següents canvia el to superficial i la baixa rellevància de l'onada de calor que es dona a l'informatiu. De fet, el dia 29, no s'emet cap notícia al respecte, tan sols a l'apartat del temps es comenten les altes temperatures. El dia 30, després de quatre dies d'onada de calor, torna a ser la cinquena notícia, concretament apareix al minut 24, i es dedica un total de tres minuts. El narrador principal és el periodista de TV3 i es fa un petit reportatge per les poblacions del Segrià, Tarragona i Girona. El contingut és pràcticament igual que el que es va fer el dia 28, apareix persones menjant gelats a l'ombra i l'única conseqüència que s'informa que tenen les onades de calor, són les dilatacions de les carreteres. Per altra banda, en aquesta ocasió sí que apareix es fa ús d'un mapa, on s'exposa l'abast i les temperatures al territori europeu.

La cobertura del dia 1 de juliol també segueix la mateixa tendència. Tot i així, amb motiu de l'incendi causat a Collserola, que apareix com a tercera notícia, s'esmenta que el foc ha ocorregut «*en un dia amb les temperatures més altes d'aquesta onada de calor*». A la quarta notícia, que concretament apareix al minut 23, també s'esmenta que «*incendis com el d'avui es veuen afavorits per les altres temperatures*» referint-se aquesta vegada a l'incendi de Torres de Segre. A part de vincular les altes temperatures amb la propagació d'incendis, també s'esmenten afectacions en altres àmbits, aquesta vegada a l'agricultura. La següent peça informativa explica que les altes temperatures poden portar problemes a les granges d'aviram, també en la situació de la gent que recull fruita a la zona del Segrià. Així doncs, en quatre minuts es relaciona superficialment les altes temperatures, en conseqüències en dos àmbits principals: els incendis i a l'agricultura. Un fet que no reflecteix la complexitat de la situació i que situa les altes temperatures com la causa de problemàtiques i no a conseqüència d'efectes antropològics pel model vital plantejat.

Els dies 2, 3, 4, 5 i 6 de juliol tampoc es fa cobertura cap cobertura a l'informatiu del telenotícies vespre de TV3, sí que s'esmenta a l'apartat del temps. La clara baixa rellevància amb la qual es valor aquest fet, pot veure's agrejat per la situació de context que es vivia en aquell moment, un fet que queda explicat a l'apartat del Marc teòric sobre la Teoria de l'Agenda Setting, concretament en l'agenda mediàtica. Un motiu totalment diferent al que es va donar el 2009, quan llavors el motiu de la manca de cobertura podria portar a pensar que és per la manca de consens en la comunitat científica i la inexistència d'un discurs clar. El 2015, en canvi, sí que ja hi havia un consens científic i la problemàtica climàtica havia entrat en el discurs mediàtic⁸ (DADES IPCC citar). Els primers dies de juliol del 2015 la Unió Europea estava vivint una crisi bancària referent a la tercera demanda de recat de Grècia pel BCE, una notícia que ocupa gran part dels informatius d'aquella setmana. En l'àmbit territorial català també s'estava fent seguiment a la celebració de les eleccions catalanes del 27 de setembre. Dos fets que podrien explicar la decisió de la secció d'informatius a prioritzar aquestes notícies de les seccions internacional i polític en lloc de les onades de calor que s'emmarquen dins de temes de medi ambient. Una prioritització que segueix la línia apuntada per la Teoria de

⁸ De fet, entre el 2013 i el 2014 els tres grups de treball del Grup Interovernamental sobre el Canvi Climàtic va fer públics els informes corresponents al Cinquè Informe d'avaluació, molt concluent en aquell temps.

l'Agenda Setting de McCombs i Shaw esmentada en el Marc Teòric d'aquest treball en observar-se una clara influència de l'Agenda Política que és acceptada i difosa per l'Agenda Mediàtica.

És el dia 7 de juliol quan es recupera el tema als informatius tot i que en cinquena notícia, es dedica un total de 5 minuts. Aquesta vegada també és amb motiu d'un incendi, concretament a Artés i s'explica així: «les altes temperatures propicien els incendis». Per cobrir aquesta notícia no es dona veu a cap científic ni ambientòleg que expliqui la relació directa entre les altes temperatures i els incendis o altres derivades de la crisi climàtica, sinó que s'opta per cobrir el fet des de l'impacte més directe, a curt termini i sense perspectiva general, és a dir, l'incendi com un element aïllat de qualsevol factor extern. Probablement per aquest motiu intervé un membre de l'ADF i es prenen declaracions a l'alcalde d'Artés. No hi apareix cap mapa que informi sobre l'onada de calor o les altes temperatures.

Finalment, l'últim dia de la cobertura és el dia 8 de juliol, que aquesta vegada sí que coincideix amb l'últim dia d'onada de calor, a diferència de la cobertura de l'onada de calor de 2012. Segueix la dinàmica de vincular l'onada de calor com a causa de problemes, en lloc de veure-la com una conseqüència de la crisi climàtica. En aquest cas es presenta com a causa d'externalitats al camp, concretament es titula «*Efectes al camp per l'onada de calor*». És un reportatge d'1 minut que apareix a l'informatiu al minut 31, concretament es prenen declaracions d'un pagès que ensenya les ametlles pansides per la sequera. Aquesta és la primera notícia que podria vincular la crisi climàtica amb la crisi alimentària, però la profunditat i el temps dedicat a la peça és molt poc. A més que en cap moment s'ha esmentat el terme *crisi climàtica*, o similar, per explicar aquesta problemàtica, fet que dificulta poder relacionar una de les conseqüències de la crisi climàtica, com podria ser la crisi alimentària, pel fet que es pren l'onada de calor com a causa, i no conseqüència antropogènica.

Així doncs, dels 13 dies d'onada de calor se'n van cobrir 5, això suposa un 38,4% de cobertura per aquesta temàtica. Tot i l'escàs interès de TV3 a l'onada de calor, el 2015 és el primer any que el Govern de la Generalitat publica una nota de premsa que resumeix els fets

més destacables climàticament. Concretament qualifica la temperatura mitjana de l'any 2015 va ser:

«Clarament superior a la mitjana climàtica del període de referència de 1961-1990, amb anomalies positives de més de 0,5 a gairebé tot el territori» (Govern, 2016).

Això posa en relleu que per primera vegada l'anomenada Agenda Política, citada anteriorment en el Marc Teòric en referència a la Teoria de l'Agenda Setting, situa la problemàtica mediambiental com un tema prou rellevant com per formular aquesta nota de premsa en col·laboració al SMC. El document institucional, que no fa una referència directe a les onades de calor, és força contundent quant a les anomalies climàtiques que presenta Tota la zona de Catalunya:

«Cal remarcar que cap estació de la Xarxa d'Estacions Meteorològiques Automàtiques (XEMA) ha enregistrat anomalia negativa pel que fa a la temperatura mitjana anual, fet que no es produïa des del 2011» (Govern, 2016).

Tot i així, la cobertura de l'any 2015 de TV3 no és igual de contundent. Les imatges que es mostren van amb la mateixa línia que el relat superficial dels telenotícies vespre: persones patint calor i zones rurals amb risc d'incendi.

4.4 L'onada de calor de 2022:

Com es pot observar a la Taula 5 del radiosondatge de Barcelona de l'any 2022, destaca molt especialment l'augment de temperatura respecte a la mitjana anual 1950-2022. Com s'ha esmentat a l'apartat «Panorama a Catalunya» del Marc Teòric, Catalunya no només es veu afectada per l'escalfament global general, sinó que a la seva situació es veu agreujada per la situació geogràfica de la zona de la Mediterrània, considerada com a «punt calent» del planeta. Precisament això és el que mostren les dades de 2022, amb una anomalia que supera els +1,5 °C a Catalunya, però que a algunes zones sobrepassa els +2 °C i els +3 °C. Aquest és el cas de l'altiplà Central, el Montsec, l'Osona, el Pirineu i Prepirineu. El valor màxim d'anomalia correspon a l'Observatori Fabra de Barcelona, amb +3,4 °C, com s'apunta a la Taula 5 (SMC, 2023).

Segons el Servei Meteorològic de Catalunya, van haver-hi tres episodis insòlits d'altres temperatures que són: la calorada dels dies 18 i 23 de maig, considerada «*més important registrada a Catalunya un mes de maig de les últimes dècades*»; una altra calorada del 12 al 18 de juny, amb temperatures màximes de 43 °C a l'interior i prelitoral; i l'onada de calor de l'11 al 25 de juliol que, segons el SMC, es va viure «*una de les onades de calor més persistents mesurades a Catalunya*». Tot i les calorades destacables del mes de maig i juny, només s'analitza l'onada de calor de 15 dies del mes de juliol, tal com s'esmenta a l'apartat Metodològic. El Butlletí anual de la SMC constata que:

«La calor ha estat definitivament la protagonista en molts mesos de l'any en una zona o altra, de manera gairebé ininterrompuda de maig a desembre» (SMC, 2023).

Com publica la Generalitat de Catalunya des de 2015, el 2022 també es va emetre la nota de premsa on se s'intetiza la situació meteorològica del territori català. També a la redacció institucional es posa en relleu de forma clara les anomalies tèrmiques que es van viure durant tot l'any 2022:

«En analitzar les sèries disponibles des de mitjans del segle XX es constata que 2022 es posiciona com a any més càlid de manera general a tot Catalunya. Els quatre anys més càlids des que hi ha registres s'han donat del 2015 fins ara»

La cobertura informativa que fa TV3 el 2022 és lleugerament superior en quantitat i profunditat respecte a la dels anys anteriors analitzats en aquest mateix treball. Tal com es pot observar a la Taula 4.1, els minuts dedicats aquesta temàtica són superiors a les cobertures de 2009, 2012 i 2015. Tot i així, l'onada de calor comença el dia 11 de juliol, mentre que la cobertura no comença fins al dia 14. Els dies 11, 12 i 13 de juliol només es menciona a l'apartat del temps com «*una forta calor*» a més de la baixada del nivell dels embassaments. Tot i que la secció del temps no és l'àrea d'anàlisi central, és important dir que no s'explicita en cap moment d'aquests tres dies que s'està vivint en una onada de calor, sinó que es relata de la següent manera: «*Avui hem estrenat els 40 graus, encara que a la primavera ja els havíem tingut, però ara va a més*».

Per altra banda, i tot i començar la cobertura tres dies més tard, hi ha un seguiment de l'onada de calor durant quatre dies seguits: el dia 14, 15, 16 i 17 de juliol. És curiós analitzar l'evolució dels titulars d'aquests quatre informatius i veure com, una vegada més, la temperatura és explicada com a causa d'efectes adversos, quan és la mateixa temperatura l'efecte advers conseqüència de l'augment de gasos d'efecte hivernacle provocat per la producció humana. Els titulars són els següents:

- Dia 14 de juliol: *Calor màxima prevenció severa*
- Dia 15 de juliol: *Precaucions i mesures per evitar incendis*
- Dia 16 de juliol: *El dia més càlid*
- Dia 17 de juliol: *Incendi sense control al Bages*

És visiblement observable i així es pot apreciar també a les Taules 7.4, 7.5 la relació altes temperatures-incendi i com la potencial notícia de l'incendi acaba guanyant el protagonisme a una explicació reposada i àmplia del que significa una onada de calor. També el temps dedicat i la situació dins l'informatiu és similar entre aquests quatre dies (al voltant de 5 minuts de mitja per notícia/dia i se situen entre la segona i tercera notícia), una prioritització força rellevant i superior a la d'anys anteriors.

Tres elements que evidencien un canvi de narrativa positiu en l'àmbit ambiental són, per una banda, l'ús de la caràtula de *Crisi Climàtica* quan s'expliquen notícies d'aquest tipus (apareix el dia 14 i 17 de juliol, la resta de dies no). Per altra banda, l'aportació del testimoni de científics per explicar les altes temperatures. Concretament, és el dia 14 de juliol que posen un tall de l'entrevista d'un catedràtic de Geografia Física de la Universitat de Barcelona feta fa anys i aprofiten l'ocasió per tornar-lo a entrevistar a l'actualitat. Per últim, també és el primer informatiu que es relaciona de forma clara i explícita l'onada de calor amb el canvi climàtic: «*Nou rècord màxim, provocat pel Canvi climàtic*».

El dia 16 de juliol és la primera vegada en els informatius analitzats que es relacionen les altes temperatures amb la mortalitat «*360 morts a Espanya*». Ara bé, les declaracions i enfocament torna a ser superficial. S'entrevista a un dependent d'un centre comercial per informar que

s'estan venent molts ventiladors i se segueix amb la tendència d'entrevistar a societat civil per fer les valoracions personals i subjectives habituals. Les imatges van en consonància al discurs oral, imatges de centres comercials, persones al carrer i infants.

El dia 17 de juliol no s'enfoca directament a l'onada de calor, però sí que s'explica indirectament i, a més, es torna a donar veu a la comunitat científica, concretament a un investigador del CREAM i apareix la caràtula de *Crisi climàtica*. També en aquest informatiu apareix per primera vegada una de les altres conseqüències, més enllà dels incendis, que causa l'augment de temperatura, que és la pèrdua de biodiversitat.

Els següents dies 18, 19, 20 i 21 no apareix cap notícia climàtica al respecte, tot i seguir en onada de calor. Això podria explicar-se pel fet que en els mitjans de comunicació de masses és difícil mantenir la rellevància durant tants de dies com dura l'onada de calor, que són 15.

Ara bé, el dia 22, el següent que es reprèn la cobertura, apareix com a sisena notícia i dura un total de tres minuts. Amb una visible fatiga informativa s'anuncia: «*El preavis d'un altre cap de setmana amb temperatures extremes ha fet que les mesures de prevenció d'incendi s'hagin ampliat fins dilluns*». També el dia següent, 23 de juliol, la rellevància informativa dedicada és poca, ja que tot i vincular-se a la primera notícia de l'informatiu només es dedica un minut a la notícia de les altes temperatures. S'anuncia que s'està «*enmig d'una altra onada de calor*», quan realment l'onada de calor segueix sent la mateixa des del dia 11 de juliol, una imprecisió que podria venir condicionada a voler aportar algun element de novetat a un fet que porta dies en el panorama mediàtic. Tot i així, aquest fet no justifica la imprecisió de l'afirmació esmentada.

Els últims dos dies d'onada de calor, el dia 24 i 25 de juliol, es recupera la notorietat de l'onada de calor aportant una perspectiva més reflexiva i no vinculada a l'extrema actualitat. Els informatius de TV3 opten per fer un repàs amb perspectiva dels últims mesos «*mig miler d'incendis en set mesos*». Una praxi informativa que aporta una dimensió temporal imprescindible per comprendre la gravetat de la situació i desvincular-la amb l'assumpció de «*fenòmens puntuals*». A més, la narració oral és clara i concisa: «*Les temperatures extremes,*

la sequera i una mala gestió dels boscos han convertit el 2022 en el pitjor any d'incendis forestals de la dècada». També és de les primeres vegades que es genera un discurs mobilitzador: «*Si ens anem als 3 graus o més globals i no es fan polítiques suficients, ens anem als 30-40 dies més de risc de temporals extrems*». En aquest cas les imatges prenen també un rol narratiu, més que d'acompanyament al discurs oral com s'havia fet fins ara, ja que es comparen imatges d'anys anteriors.

Respecte al discurs visual de la cobertura de 2022 destaca especialment el recurs visual dels mapes, concretament estan presents en un 87,5% dels informatius. La gran majoria d'aquests mapes estaven vinculats a l'impacte i afectació dels incendis a Catalunya, però també apareix un mapa del territori europeu el dia 17 de juliol amb les temperatures extremes de diferents capitals que ajuda a dimensionar la problemàtica a escala global. Tot i que hi ha una millora considerable en la narrativa del discurs visual, encara hi ha poca diversitat d'imatges, ja que un 62,5% de les cobertures es relacionaven únicament amb els incendis i els Boscos.

Així doncs, l'anàlisi de l'any més recent, l'any 2022, es fa una cobertura de l'onada de calor en un 53,3% dels dies, és a dir, dels 15 dies que es va patir l'onada de calor a Catalunya, se'n van cobrir 8. Una dada que situa en segona posició, només darrere de l'any 2012, en cobertura quantitativa. Respecte el tractament qualitatiu, s'aprecia una millora considerable respecte anys anteriors, principalment Per la claredat del missatge, l'ús de recursos visuals com els Mapes, els vídeos i les caràtules de «Crisi climàtica» i, finalment, per la incorporació del col·lectiu científic en els informatius del telenotícies vespre.

5. CONCLUSIONS

Després d'analitzar l'evolució de la cobertura informativa de les onades de calor en el telenotícies vespre de TV3 es pot concloure que hi ha hagut un augment progressiu de rellevància informativa respecte a la crisi climàtica. Es pot apreciar amb l'evolució progressiva creixent de minuts dedicats de la producció de notícies sobre les onades de calor a Catalunya, a excepció de l'any 2015⁹. Però la rellevància només ha augmentat de forma quantitativa, sinó també qualitativa: el 2022 s'ha obert l'informatiu quatre vegades fent referència a les onades de calor, el mateix nombre d'obertures que s'havia produït en totes les cobertures dels anys 2009, 2012 i 2015. A més a més, es pot afirmar que hi ha una tendència al fet que les notícies de l'onada de calor es desvinculin únicament de la secció del Temps i apareguin a dins l'informatiu com una secció més. Un dels de les decisions que ha ajudat a l'increment de la notorietat d'aquesta temàtica és la creació de la caràtula *Crisi Climàtica* que en l'anàlisi apareix per primer cop l'any 2022. D'aquesta manera semblaria que, tot i que de forma no consolidada, els temes de crisi climàtica es construeixen dins d'una unitat de secció informativa com podria ser les de política, economia o internacional. Aquest tipus de praxi informativa podria vincular-se a l'augment d'evidències científiques que s'estan publicant en els darrers anys, com es pot veure a la Taula 6.

Val a dir, que tot i la tendència positiva que han seguit els mitjans de comunicació, molt sovint s'ha vulnerat el primer criteri del Codi Deontològic que insta a «*informar de manera acurada i precisa*». Masses vegades les dades i fets no han estat tractats tenint en compte la dimensió del problema i tampoc s'han narrat amb una perspectiva crítica. Així descriu Borràs els informatius de TV3 respecte a les notícies de crisi climàtica.

«*La informació que es dona és com la de Twitter, intentar simplificar amb missatges curts, perquè el temps ho requereix, pot donar lloc a interpretacions molt errònies*»
(Borràs, 2023)

⁹ Vegeu taula numero 7.3

Tot i que el nombre de dies que s'ha fet una cobertura de les onades de calor ha anat en augment, cal tenir en compte que també hi ha hagut un increment del nombre de dies que s'ha produït aquests episodis, una realitat que pot conduir a dues situacions. Per una banda, a un augment de la notorietat en veure que és un fenomen cada vegada més intens i freqüent i, per l'altra, a una normalització de la situació i dificultat de mantenir aquest fet com a noticable durant un nombre elevat de jornades. Una situació que com comenta Rius:

«Ens hem d'adaptar a les necessitats. Si la gent està cansada d'informacions catastrofistes, doncs busquem la manera que no sigui tan catastrofista» (Rius, 2023)

Per evitar aquesta situació, els informatius de TV3 haurien d'ampliar el seu camp de tractament per tenir un discurs variat i que s'adeqüés a la globalitat d'impactes reals, d'aquesta manera també s'interpel·laria a una major quantitat d'audiència. Fins ara les onades de calor es vinculaven majoritàriament amb els incendis forestals i, en segon terme amb la pèrdua de collites tal com es pot apreciar a les taules de l'Annex, un context rural gairebé en la seva totalitat. Tal com el Responsable de l'Àrea Adaptació en Oficina Catalana del Canvi Climàtic, Gabriel Borràs, va afirmar a l'entrevista realitzada en aquest treball és «molt decisiu» que aquesta temàtica, actualment tractada de forma que tendeix al catastrofisme, no només es vinculi a l'entorn rural, sinó que s'ampliï el camp d'afectació i interpel·li també al 80% de la població de Catalunya que viu en entorns urbans.

Contestant a la segona i tercera qüestió de les Preguntes de Recerca, és important mencionar que no és fins al 2022 que es dona veu de forma directa a algun professional de la comunitat científica, concretament s'entrevista a un catedràtic de Geografia Física de la Universitat de Barcelona i a un membre del CREAF. Fins llavors les cobertures eren de caràcter institucional d'alcaldes o càrrecs o bé civils. Així doncs, s'evidencia que en els últims anys no hi ha hagut una cooperació entre la comunitat científica i els periodistes dels informatius de TV3. Una mancança molt gran, ja que l'ús de termes i la construcció de relats d'aquesta temàtica és una informació de servei públic que cal que estigui sustentada i controlada per la comunitat científica. Aquest tractament informatiu podria explicar que no fos, també, fins el 2022 que es vinculés per primera vegada l'augment de temperatura amb la crisi climàtica.

Respecte a la narrativa del discurs visual i fent referència a la quarta qüestió de les Preguntes de Cerca, es pot constatar que de forma general i com a tendència continuada cada any, hi ha una aposta significativa pel desplaçament d'equips visuals en diferents punts del territori, a més gairebé hi ha un ús inexistent d'imatges d'hemeroteca. Ara bé, el contingut dels discursos visuals ha evolucionat en la mateixa direcció que ho fa el discurs oral. És a dir, quan la quantitat de declaracions institucionals i de civils disminueix. Així mateix, com que el tractament informatiu s'enfoca principalment en la causa d'incendis també ho fan les imatges, que majoritàriament apareix un entorn rural de boscos. Per altra banda, hi ha un augment de l'ús de recursos visuals com són els mapes, de fet de les vuit notícies sobre les onades de calor del 2022, sis han utilitzat mapes, una proporció major que en els altres anys analitzats.

Les teories desenvolupades en aquest treball també ajuden a explicar la praxi informativa dels informatius de TV3. En el cas de la cobertura informativa del 2015 queda evidenciat que l'efemèride de les negociacions del Govern de Grècia amb el Banc Central Europeu per demanar un tercer rescat de la crisi econòmica ocupa una gran part del temps dels informatius de la primera setmana de juliol, un clar exemple d'Agenda Setting. En l'àmbit català, el seguiment a la celebració de les eleccions del 27 de setembre, també fa desplaçar fets noticiables a cobertures minoritàries o inexistentes com és el cas de les onades de calor, que tan sols es cobreixen en un 38,4% en aquest període. Un funcionament de la praxi informativa que es podria vincular directament a la teoria de l'Agenda Setting i l'ordre de prioritització que se'n deriva.

En general, es pot concloure que la finalitat dels mitjans de comunicador com a productors de relats emancipadors pels ciutadans en el tractament informatiu de les onades de calor queda totalment fallida. Tal com s'expressa en la Teoria Crítica i explica Gabriel Borràs a l'entrevista, les notícies de crisi climàtica *«estan amb la línia de greenwashing, fer veure que fem coses diferents per seguir fent el mateix fer veure que fem coses diferents per seguir fent el mateix»*. La praxi informativa emprada en aquests fets és superficial i centrada en les causes imminents i els fets que tenen un impacte directe amb la l'estabilitat del sistema actual. Aquest tipus de narració que redueix la mirada panoràmica i holística que haurien de tenir els mitjans de comunicació públics, tracta les onades de calor com a causa de desgràcies, com són

la pèrdua de collita o la producció d'incendis, i no com a conseqüència de l'augment de Gasos d'Efecte Hivernacle (GEH) produïts pels humans i indicador:

«Sobre el nivell de creixement del planeta que s'ha basat en dos fonaments: que l'home no forma part de la biosfera (...) i que els recursos són il·limitats» (Gabriel Borràs, 2023)

Una afirmació que s'explica a l'entrevista realitzada en aquest treball i en l'apartat del Marc Teòric. De fet, sovint no és fins que es produeix un incendi durant una onada de calor, com passa en el i hi ha un impacte directe i palpable a la vida humana i és visiblement espectacular (com en el cas dels incendis) que s'inicia una cobertura i, de pas, s'anuncia que s'està vivint una onada de calor. Això es deu a la falta de la producció d'un discurs interessant més enllà de les notícies amb una tendència catastrofista. Aquesta praxi informativa és incompleta i arriba tard perquè és evident que precisament no s'ha construït un relat que interpel·li a les institucions i creï un discurs mobilitzador a la societat en referència als temes de crisi climàtica. Tal com apunta Reuters:

«Podria dir-se que és massa tard si la gent només presta atenció una vegada els desastres ja han ocorregut. Un dels principals reptes és com tirar endavant una cobertura que posi la lupa sobre les causes i les decisions que condueixen a les catàstrofes i no només a les catàstrofes en si» (Reuters, 2022).

Una dinàmica que hauria de ser alarmant si tenim en compte que, com es emnciona en el Marc Teòric *«les indústries culturals tenen un rol no només informatiu, sinó també didàctic»*, així ho demostra l'estudi fet per *Public Understanding of Science* que situa els mitjans de comunicació com a segona eina més eficient (als Estats Units) per prendre consciència de la crisi climàtica.

Fa molts anys que la crisi climàtica i, concretament, les onades de calor, no s'estan explicant de forma adequada, en resum podria afirmar-se que es fa un tractament molt limitat. No tant en termes quantitius de nombre de notícies i temps dedicat, que ha augmentat en els darrers anys, sinó en termes qualitatius. La falta de vinculació amb la comunitat científica fa que se sobreentenguin conceptes, com el de la mateixa onada de calor, que no s'explica en cap

moment en tots els anys analitzats, I també que no s'expliquin les causes reals de determinats fonomenes atmosfèrics.

A diferència de fa uns anys, actualment hi ha un consens en la comunitat científica de la producció de les onades de calor i l'existència de la crisi climàtica, un fet que s'hauria de veure reflectit amb un discurs clar en els mitjans de comunicació: apuntat als actors que han causat el desproporcionat increment de GEH i que perpetuen un sistema de producció insostenible. Així no només s'erradicaran els discursos negacionistes, sinó també s'aprofundirà en l'alfabetització mediàtica creant consciència climàtica.

Paral·lelament, també és indispensable que el discurs que es difon al respecte d'aquesta temàtica mantingui la coherència al llarg de tot l'informatiu. És d'una gran importància que els periodistes que no estan especialitzats en aquest tema i que no són narradors d'aquestes informacions de forma directa també se'ls formi amb els conceptes bàsics d'aquesta temàtica mediambiental, de la mateixa manera que es va fer amb la irrupció de les noves tecnologies a les redaccions (Wolfgang Blau, 2022). A més a més, també posa en relleu la necessitat d'integrar periodistes amb una especialització mediambiental, igual que existeix en l'àmbit econòmic, polític o cultural. Així doncs, haurien de desaparèixer comentaris desafortunats com ara: «és el que té l'estiu», referint-se a les onades de calor o bé relacionar les altes temperatures amb «l'arribada del bon temps». Comentaris que no formen part de la notícia estrictament, però que sí que es donen dins l'espai dels informatius i, per tant, l'audiència integra aquests missatges implícits en la seva concepció de l'entorn.

Per tot això és imprescindible la creació d'unes recomanacions deontològiques que serveixin de guia a tots els professionals de la informació. La necessitat de tractar la crisi climàtica com una emergència de primer nivell, tal com ha fet el diari britànic The Guardian, hauria de ser una part fonamental de qualsevol mitjà de comunicació públic. Cal que els mitjans de comunicació adaptin el seu missatge i enfoquin el tractament informatiu d'aquesta temàtica de forma holística i de revulsiu social. Per aquest motiu el treball conclou amb una sèrie de recomanacions formulades a partir de l'anàlisi del tractament informatiu de les onades de calor als informatius vespre de TV3, una de les moltes conseqüències de la crisi climàtica.

6. RECOMANACIONS DEONTOLÒGIQUES PEL TRACTAMENT INFORMATIU DE LA CRISI CLIMÀTICA

El primer dels dotze criteris que integren el Codi Deontològic advoca per informar de manera acurada i precisa en tots els continguts produïts pels mitjans de comunicació públics. Per poder dur a terme aquesta primera premissa deontològica, s'aprofundeix en aquest apartat sobre el tractament informatiu de les notícies vinculades a la crisi climàtica.

L'emergència climàtica és actualment un dels majors reptes, ja que la mateixa existència i la del nostre ecosistema es veuen amenaçades per l'explotació de recursos d'origen antropològic. Per fer les aportacions següents s'ha tingut com a referència principal, la Declaració de Principis Ètics respecte al Canvi Climàtic de la UNESCO signat per 195 estats l'any 2017. Així doncs, per narrar aquesta realitat que incideix en tots els àmbits de la vida, els mitjans de comunicació públics han de tenir en compte que:

- **Vocabulari:** Cal introduir un criteri únic i comú en el vocabulari. És necessari rellevar termes com *canvi climàtic* i substituir-los per *crisi climàtica* o *emergència climàtica*, per tal de ser coherents amb el missatge que es vol transmetre. L'ús indiscriminat de determinades paraules pot portar a la confusió o inexactitud.
- **Secció de crisi climàtica:** Es recomana la creació d'una secció específica de crisi climàtica a tots els mitjans públics de Catalunya, per tenir un espai dedicat a relatar les notícies d'actualitat, però també com un espai per desenvolupar amb més profunditat aspectes mediambientals per incidir a l'alfabetització mediàtica d'aquesta temàtica. Així doncs, seria convenient una creació o ampliació de la plantilla de professionals ambientals o experts climàtics. Paral·lelament, qualsevol altre professional de la informació hauria de tenir el coneixement necessari per poder incorporar la perspectiva de crisi climàtica en els relats del dia a dia, només així s'entendrà l'emergència climàtica com una temàtica holística i que abasta tots els àmbits de la vida.
- **Proximitat i personalització de la problemàtica:** La crisi climàtica i les problemàtiques que en deriven fa dècades que afecten el nostre entorn i ho continuaran

fent en els pròxims anys. Sovint és difícil mantenir el criteri de novetat i rellevància, per seguir interpel·lant l'audiència cal narrar notícies vinculades al medi ambient que siguin de proximitat i conegudes per l'interlocutor i així incentivar «*una participació fructuosa de totes les persones*». Cal una personalització de la informació. Les notícies que se centren en conclusions d'estudis científics allunyades del paradigma de proximitat de l'audiència, seran difícils que connectin amb el missatge i empatitzin amb l'impacte real del qual s'esta explicant.

- **Equitat i justícia en la narrativa:** És vital que el contingut es «*basi i inspiiri en els millors coneixements científics disponibles de les ciències natural i social, el que inclou la ciència interdisciplinària i transdisciplinària, tenint en compte, els coneixements locals tradicionals i indígenes*». Només així les notícies d'aquest àmbit seran rebudes per l'audiència d'una manera més variada, comprensible i sense perdre el rigor de les aportacions de tots els actors implicats. Quant a la forma, és preferible la incorporació d'una narrativa com a breus relats en lloc d'un llistat de dades i informació. En aquest aspecte també és imprescindible la col·laboració del relat visual com a narradora amb coherència per si sola, amb possibilitat d'aportar informació i a la vegada a captar l'audiència.
- **Evitar el discurs únic de *catàstrofe*:** Els mitjans de comunicació han de tenir un discurs mobilitzador respecte a l'emergència climàtica i que «*promogui l'aplicació de l'Agenda 2030 de les Nacions Unides pel Desenvolupament Sostenible*» però és important que la voluntat de posar en relleu la situació actual no esdevingui en una narrativa pessimista o catastròfica. Per evitar aquest discurs i produir una fatiga climàtica, cal elaborar les informacions d'aquest àmbit com un nínxol d'oportunitat per l'eficiència, la millora de salut i la justícia general, entre d'altres. Cal tenir present que la crisi climàtica és resultat d'una distribució de la riquesa de forma desigual, per tant, la lluita contra aquesta realitat sempre serà un motor de canvi per un món més just i amb més oportunitats per a tothom.

7. ANNEX:

7.1 Entrevista a Gabriel Borràs, Responsable de l'Àrea Adaptació en Oficina Catalana del Canvi Climàtic

Quina ha estat la vostra feina durant els últims anys?

Fa trenta anys que treballo al Genralitat, el que passa és que els primers 18 anys vaig treballar a l'Agència Catalana de l'Aigua i els últims 12 a l'Oficina del canvi climàtic, que té dues grans àrees: la de mitigació i l'adaptació, que és la que porto jo. El canvi climàtic és una realitat, contrastable, monotoritzable i innegable i té uns impactes que ja els estem patint i el que hem de fer és adaptar-nos-hi. La meva funció principal és portar aquesta àrea i de fet aquest mateix gener, el Govern de la Generalitat va aprovar el marc estratègic de l'adaptació del canvi climàtic a Catalunya que es diu Estratègia Catalana del Canvi Climàtic Horitzó 2030, acrònim ESCACC 30. El que fem és analitzar quatre sistemes naturals: aigua, biodiversitat, boscos i sistemes marins amb deu sectors socioeconòmics, des del turisme fins a la indústria, passant per l'habitatge, l'agricultura... i la vulnerabilitat també de tres territoris.

L'oficina va ser creada el 2006, el que passa és que llavors només s'ocupava de la mitigació. Quan jo vaig entrar, va ser quan es va dir que el tema dels impactes començava a ser una realitat. Llavors el 2012 el Govern va aprovar la primera estratègia (2013-2020) i ara ha aprovat 2022-2030.

Llavors el 2009 el tema no estava tan socialitzat com està ara, quan vau entrar a l'Oficina amb quin panorama us vau trobar? Quines eren les principals dificultats?

Vaig haver de fer front a la dificultat en concretar a nivell de Catalunya quin era l'impacte a Catalunya. Una cosa són les evidències dels perills climàtics, com pot ser l'IPCC *«L'escalfament global comporta uns perills climàtics»*. *«Perill climàtic»* és que comporta una sèrie de probabilitats que s'esdevinguin una sèrie de factors físics del clima com és l'increment de la temperatura, la irregularitat de la precipitació, l'acidificació dels oceans, ...

això són els perills. Però aquests fets físics de l'atmosfera comporten uns impactes i els impactes depenen del teu grau de vulnerabilitat: si vius a l'interior l'augment del nivell del mar no t'afecta, si vius al litoral, sí. Si vius a la plana del Segrià, no t'afecta el turisme de neu, si vius al Pirineu, sí. Traduir aquests impactes amb els riscos que ha d'afrontar cada sector econòmic, cada territori és molt diferent si és el litoral, el Pirineu o l'interior. O cada sistema natural, és molt diferent l'aigua que els boscos, que la biodiversitat o els sistemes marins.

Aquest era el desert. Si no puc concretar els riscos que hem d'afrontar difícilment puc implantar mesures d'adaptació. Els primers anys va anar tenir més coneixement de quins serien els impactes i, per tant, a què calia estar més atent. Amb això ens va ajudar molt, òbviament la comunitat científica catalana i els diferents centres de recerca, que el 2017 es va publicar el tercer informe de canvi climàtic de Catalunya, el 2010 se n'havia publicat un, però jo crec que era incomplet, però el tercer informe jo crec que ja va ser un punt d'inflexió. En aquesta evolució, a part d'aprofundir en el coneixement, ha passat un fet principal des del punt de vista de les polítiques públiques del canvi climàtic que és que el juliol 2017, el Parlament va aprovar per quasi una unanimitat la llei de canvi climàtic de Catalunya. És un punt d'inflexió perquè llavors, fins al 2017, el fet que les polítiques sectorials de Govern tinguessin en compte el canvi climàtic depenia exclusivament de la bona voluntat. A partir del 2017, la llei té un capítol sencer en el qual diu com cal incorporar tant en l'adaptació com en la mitigació les polítiques reals des de recerca i universitats, passant per salut, agricultura, passant per turisme.

Fins fa relativament poc que hi ha un suport mediàtic i institucional evident. Entenc que fins al 2017, no es produeix aquest canvi, suposo que també va influir el compromís d'aprovar l'ESCACC30

Sí, és el mateix any que l'ESCACC20 es renova i desemboca amb l'ESCACC30. Per aconseguir-ho ens va fer una avaluació de com estava anant l'ESCACC20, sobre el canvi climàtic a Catalunya des del 2012 fins al 2017. Ens exigeix fer un informe d'autoavaluació, que vam fer públic el 2020.

Deixem les qüestions institucionals per parlar de dades climàtiques. L'àrea Mediterrània està considerada un dels «punts calents» pels impactes que es preveuen. De fet, Catalunya ja està rebent aquests impactes perquè s'escalfa a una velocitat superior a la mitjana global. Quines creu que són les característiques que fan que Catalunya sigui més vulnerable a les conseqüències de la crisi climàtica?

Primer, el fet de ser un territori de règim Mediterrani, com ho és la resta de la Mediterrània, Califòrnia o la part central de Xile o el sud d' Austràlia. Aquí ja tenim un problema. Però després hi ha un altre que té a veure amb no saber ben bé què volem ser quan siguem grans. En com ens distribuïm pel territori, com fem ús dels recursos, quins sectors econòmics potenciem o deixem de potenciar.

En definitiva, a la humanitat, el canvi climàtic no li està portant nous problemes. A nivell planetari està evidenciant problemes endèmics que no s'han volgut resoldre. Al cap i a la fi, el canvi climàtic no és res més que un indicador sobre el nivell de creixement del planeta que s'ha basat en dos fonaments: que l'home no forma part de la biosfera i que la tecnologia ens salvarà de tot i que els recursos són il·limitats. La tecnologia és una condició necessària, però no suficient i els recursos és evident que no són il·limitats, són finits.

Això té molt a veure evidentment amb un model econòmic imperant que la globalització encara ha aguditzat molt més, que és el sistema d'obtenció del màxim de beneficis amb independència de la repercussió ambiental que té aquesta obtenció de beneficis. El canvi climàtic és una conseqüència més d'això, per tant, hi ha dos tipus de solucions: les que fan veure que canvien les coses per seguir fent el mateix, els anglesos en diuen *greenwashing* i les forces que han de ser transformadores del poder.

S'ha d'apostar tant per la mitigació com per l'adaptació. Quan vaig entrar (a treballar), la mitigació ja feia temps que funcionava. En canvi l'adaptació, no. El principal impacte a Catalunya de la crisi climàtica és la disponibilitat d'aigua. L'altre és accessori.

El més important és que un país com el nostre, que ha tingut el desenvolupament que ha tingut i que ja el segle passat tenia una elevada vulnerabilitat en la garantia de subministrament d'aigua. Per exemple el que ens està passant ara. La sequera és conseqüència

del canvi climàtic? No. Les sequeres són inherents al canvi climàtic, el que passa està extremalitzant. El nombre de dies de precipitació inferior a un litre per metre quadrat cada vegada és més ample i el nombre de dies de precipitació superior a cinquanta litres és cada vegada més curt. Igual a final d'any la precipitació és més o menys la mateixa, però la seva distribució no té res a veure. Per tant, això té unes conseqüències que ensenyen les nostres vergonyes.

Per exemple, el sector turístic consumeix sis vegades més d'aigua que el sector domèstic de Catalunya. Altres vergonyes, que el sector agrícola ha fet molt poc per ser eficient en l'ús de l'aigua, cosa que l'industrial i el domèstic sí que ha fet. Per tant, tenim dues grans assignatures pendents per reduir la nostra vulnerabilitat: que el sector turístic gastí el mateix que gasta un ciutadà de Catalunya 110-120 litres habitant/dia i no 400 o 500 litres habitant/dia i, l'altra, que l'agricultura de reg, perquè el 66% de l'agricultura de Catalunya és de secat, no ho oblidem, redueixi l'ús de l'aigua i que determinada agricultura de secar tingui disponible un reg de suport que asseguri la producció.

La millor manera de ser menys vulnerable als impactes climàtics a Catalunya són tres sobiranes: la hídrica, l'alimentària i l'energètica. Com més autosatisfetes tinguis les necessitats d'aigua, nutrició (que depenen de la disponibilitat d'aigua) i les necessitats energètiques, a través de les renovables, menys vulnerables serem als impactes climàtics.

Quina aportació faríeu respecte a la problemàtica de l'augment de temperatura en el cas específic de Catalunya?

L'estructura d'usos de Catalunya, des del 1950 fins al 2023 ha fet un canvi radical. A mitjans del segle passat encara hi havia una agricultura local, una ramaderia extensiva i, molt important, una explotació dels boscos o, com es diu ara, gestió forestal. Els anys cinquanta del segle passat coincideix amb el moment en que es fa la substitució dels combustibles clàssics a combustibles fòssils i, alhora, es produeix la industrialització. Aquests dos factors van fer que no s'explotés més el bosc, perquè substituïes la llenya i la fusta per formigó i combustibles fòssils. A més, molta població se'n va anar a viure en zones industrials que, òbviament, no

estaven a les zones rurals. Des de llavors, Catalunya, després de Finlàndia, Suècia i Àustria, és el quart país d'Europa amb més superfície de bosc. Això fa que els vegetals, a diferència dels animals, fotosintetitzen: absorbeixen diòxid de carboni i amb l'energia del sol i els nutrients i l'aigua, fan matèria orgànica. Com més alta està la temperatura de l'atmosfera, per un principi físic, aquesta atmosfera demanda més vapor d'aigua, per saturar-se. Per tant, a mesura que es va incrementant la temperatura mitjana del planeta, cada vegada s'evotranspira més aigua cap a l'atmosfera. És a dir, per la mateixa precipitació que queia als anys cinquanta o seixanta, actualment l'aigua d'aquesta precipitació, convertida en aigua blava (aigua que va als aquífers o rius) és menor. Perquè s'ha incrementat la massa boscosa i perquè s'ha incrementat la transpiració.

Per exemple, el Canal d'Urgell, fa quatre o cinc anys va haver de fer créixer el canal principal d'on agafa l'aigua, perquè el cabal concessional punta de 33 metres cúbics/segon no podien captar. El reg de l'Urgell va de sant a sant, de Sant Josep a Sant Gabriel, és a dir del 19 de març al 19 de setembre. La punta de demanda màxima d'aigua pels conreus és al pic de l'estiu, entre el 15 de juliol i el 15 d'agost. S'estaven adonant que durant el pic de l'estiu i amb els 33 metres cúbics per segon que podien passar pel canal no arribaven, els conreus patien, els arbres no es podien desenvolupar com abans. Per això van fer unes obres de recreixement fins arribar a un cabal punta de 37 metres cúbics per segon, el màxim que es pot. El que realment explicava les necessitats d'increment era una qüestió putament física: cada vegada l'atmosfera demanda més vapor d'aigua per saturar-se perquè cada vegada l'atmosfera està més calenta. Al final la quantitat d'aigua que hi ha a la terra sempre és la mateixa, sigui en forma líquida, sòlida o gasosa, el que passa és la manera en la qual es reparteix. Perquè aquesta aigua evaporada no precipitarà a la Mediterrània, precipitarà al nord d'Europa. Això és l'extremalització del clima.

Podria ser, doncs, que d'aquí uns anys hi hagués grans aiguats?

I tant. De fet, el gran temporal de pluja el vam tenir el 2020 amb el Glòria, és això. Però és que el 2018 va ser el segon any més plujós del segle, d'acord amb els dos observatoris

centenaris, el Fabra i el de Roquetes. Durant dos anys vam tenir una pluviometria molt elevada i ara ha vingut el que ha vingut.

En concret, conseqüències específiques per l'augment de temperatura, més enllà de l'impacte en l'agricultura que hem comentat ara, quines serien?

La població que ara ja és vulnerable, per qüestions de salut, d'edat, d'ingressos econòmics, ho serà més. La imatge del Javier Martin Vide que ho explica molt bé: a la nit la diferència de temperatura entre el barri de la Rivera i fora de Barcelona pot arribar a ser de fins a +7 °C de diferència per l'efecte de calor de l'illa urbana. A la nit el formigó lliura l'escalfor del dia que s'ha quedat concentrada allà. Doncs una persona, majoritàriament dones grans, en pisos sense ascensor, que tenen pocs ingressos perquè tenen una pensió mínima que s'ha de posar a les deu de la nit, després d'estar tot el dia a 34-35 graus i per molt que obri la finestra està a 32 graus, la probabilitat que aquesta persona col·lapsi és molt elevada. Ergo, el fet de no poder aïllar o climatitzar la casa, et fa més vulnerable. Hi ha dos grans impactes en l'àmbit de territori: el model de desenvolupament i l'altre a nivell de la població, sobretot urbana, per l'efecte de l'illa de calor. El 70% de la població de Catalunya viu en poblacions més grans de 20.000 habitants.

Justament partint d'aquesta premissa, els mitjans de comunicació es dirigeixen a un públic general. El fet és que gairebé el 80% de la població de Catalunya viu en àrees urbanes. Això fa que una gran part de la població estigui més desvinculada de l'entorn rural. Penseu que la comunicació a aquests dos col·lectius amb un coneixement i vinculació sobre l'entorn rural molt desproporcionada hauria de ser diferent?

Sí, ho crec i és molt decisiu. Perquè no és només que el 80% visqui en població urbana sinó que està concentrada en els trenta primers quilòmetres de la línia costanera. Per dir-ho d'alguna manera, tenim dues Catalunyaes: la dels trenta primers quilòmetres que hi ha el 85% de la població, i la resta. El que dius, que estic totalment d'acord, jo ho exemplifico amb un exemple: les *smarts cities*. Jo sempre dic que seria molt il·lús pensar que a Catalunya les

ciutats intel·ligents són només aquelles ciutats que tenen emissions 0, transport públic, 90% a peu, tot super bé. Aquestes ciutats reben els serveis ecosistèmics que es produeixen fora de la ciutat, però que la ciutat n'és beneficiària, són l'aigua i els aliments. A la línia costanera d'aliments se'n produeixen ben pocs, tret de punts concrets. Però en comparació, qui subministra l'aigua i els aliments són uns territoris que no estan a la franja costanera. Els boscos en concret proveeixen uns sistemes d'ecosistemes forestals com és l'absorció de diòxid de carboni, la regulació de l'erosió, ens donen benestar, cultura, fusta, plantes aromàtiques, principis actius de farmàcia... Però si volem que tot això funcioni, hem de fer un acompanyament que ajudi a adaptar-se. Per tant, no hi ha una ciutat intel·ligent si no es treballa i s'ocupa d'aquest territori no urbà. No oblidem que el 75% dels municipis de Catalunya tenen menys de 5.000 habitants.

Llavors, alguna cosa està fallant perquè tota aquesta població que viu a l'àrea urbana sigui incapaç d'empatitzar amb la seva font d'aigua i d'aliments.

Actualment, hi ha una part molt important de la població que li importa absolutament res la realitat física de l'entorn on viu, en gran mesura per la gran presència de la realitat virtual del moment que vivim on tot ho tenim disponible. Això també passa en el món rural, no tant, però també passa. Trobo molt difícil que des dels mitjans de comunicació això es pugui trencar, ara bé. Aquesta realitat virtual també et permet arribar a difondre missatges que d'una altra manera no podries.

Fins a quin grau diríeu que la població és conscient de la situació de la crisi climàtica en l'àmbit de Catalunya?

Jo crec que perquè sigui conscient fa falta que es talli l'aigua a l'Àrea Metropolitana de Barcelona. Ja ho tenia clar quan em va tocar viure la sequera 2006-2008 a l'Agència Catalana de l'Aigua, però és que ara encara ho dic amb més confiança.

Per tant, no hi ha una consciència fins que no hi ha un impacte directe?

Correcte. No es mirarà al bosc fins que no es cremi tot Collserola en una hora i no ho dic com una opinió, sinó fets comprovats. La tempesta Glòria va provocar que per primera vegada de la història del país, uns quants ajuntaments de la zona litoral que tenien uns passeig marítims, que van quedar destrossats, posats damunt d'un sistema natural dinàmic com és la platja miressin què és el que estava passant a l'ecosistema. Uns quants alcaldes van adonar-se que no era la primera vegada que passava i alguns van optar per deixar d'invertir en tornar a arreglar el passeig marítim i invertir en altres accions prioritàries. Clar que estaven avisats que això passaria, però fins que no es va veure la magnitud de la tragèdia no van reaccionar. Per això t'he contestat tan categòricament. Espero dues coses, que es talli l'aigua a l'AMB i que hi hagi un gran incendi forestal, sense víctimes evidentment, per adonar-nos que realment això és molt seriós.

Tot i ser biòleg de professió, entenc que sou consumidor dels mitjans de comunicació. Com a especialista en el tema mediambiental, quina valoració faríeu de la cobertura dels telenotícies respecte a la crisi climàtica?

La meua valoració és que fa falta un programa de medi ambient com el que hi havia abans a TV3, que portava el Xavier Duran. Tenim suficients fronts al país com per dedicar-hi cada dia vint minuts en un programa específic. A més a més tot és molt complex. La informació que es dona és com es fa a Twitter, intentar simplificar amb missatges curts, perquè el temps ho requereix, pot donar lloc a interpretacions molt errònies. Per això dic que seria necessari tornar a recuperar el programa que es deia literalment «Medi Ambient». Les persones que tenen una certa sensibilització i interès, l'acollirien una altra vegada.

Quin grau d'importància creieu que dona TV3 al medi ambient?

Dos sobre deu. Crec que moltes de les notícies que tenen relació, sobretot en canvi climàtic, amb la línia de *greenwashing* fer veure que fem coses diferents per seguir fent el mateix. No

hi ha un discurs mobilitzador. Els telenotícies són molt reproducció de comunicats de premsa governamentals, no hi ha una visió crítica. Un telenotícies de la televisió pública catalana en plena sequera, amb el Canal d'Urgell, amb 150 anys d'història decideix tancar el reg el mes d'abril no pot anunciar una notícia d'una manera tan freda com la que va anunciar el govern en el sector turístic Català *«tranquils que aquest estiu no tindreu restriccions»*. Immediatament, la televisió pública té l'obligació de fer una crítica constructiva sobre aquest comunicat del govern que pot ser tan fàcil com dir: *«El mateix dia que el Canal d'Urgell, per primera vegada tanca l'aigua abans d'iniciar la campanya de reg de l'estiu, assegura al sector turístic que...»* fixa't tu que diferent és. Sense explicitar-ho, estàs donant a entendre que aquesta acció de govern no té cap sentit. Per tant, la necessitat de capacitat crítica per part dels mitjans públics i deixar de ser reproductors de notes de premsa.

Què en penses del concepte onada de calor per definir períodes d'alts pics de temperatura?

És el terme que utilitza l'IPCC. Si es completa la frase dient *«tindrem una altra onada de calor que afectarà a la població més vulnerable»* per mi és molt més concret que dir *«tindrem una onada de calor»*.

7.2 Entrevista a Josep Carles Rius, president del Consell de la Informació de Catalunya

Quan va ser l'última reforma que es va fer en el Codi Deontològic?

L'any passat vam celebrar els 30 anys del Codi Deontològic i vam fer una sèrie d'actes per recordar-ho i sobretot també una part de memòria oral, perquè la generació que va fer el codi Deontològic per desgràcia hi ha persones que ja no hi són. El Codi Deontològic es fa el 1992, però evidentment després hi ha diferents reformes, que més que reformes són adjunts de nous

critèris que no formen part del cos inicial del Codi Deontològic, però evidentment són el marc ètic del periodisme.

Per fer qualsevol reforma del Codi Deontològic s'ha de convocar un congrés de periodistes, l'última reforma és l'últim congrés és de l'any 2018. Ara estem treballant amb reflexions com la intel·ligència artificial, els nous criteris sobre el suïcidi, el *click bait*, el tema de les xarxes, que el 2018 ja en parlàvem, però estem preparant una sèrie de reflexions que serveixin de base per les properes reformes. Si tot va bé el 2025 es faria un nou congrés de periodistes per afegir aquests canvis.

En el Codi Deontològic hi ha uns principis bàsics: ser rigorós, dir la veritat, no instigar al discurs de l'odi, ... Però després l'evolució per la tecnologia o la pròpia societat fa que s'hagi de fer reformes.

Per exemple, n'hi ha que venen donades per l'evolució de la societat. A l'hora de tractar el suïcidi, el Codi Deontològic diu que millor no parlar-ne, perquè hi ha un efecte mimètic, això és el que es va dir des del col·lectiu científic. Ara la tendència és la contrària, el que hem de fer és parlar-ne per prevenir-la, hi ha un canvi de criteri, per la societat i els estudis que s'han fet.

D'on neix la iniciativa del canvi del Codi Deontològic?

És el Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes, que és l'autor i promotor del Codi Deontològic. Fa trenta anys es va veure la necessitat d'una entitat que vetlli pel Codi Deontològic perquè es compleixi, per això es crea el Consell de la Informació de Catalunya (CIC), que és el que jo represento. La iniciativa, la fem conjuntament el Col·legi i el CIC, que a la vegada també treballem conjuntament amb les 11 universitats que hi ha a Catalunya que imparteixen estudis de periodisme. Per tant, hi ha tres branques: el Col·legi, que és la professió, el CIC, que és qui vetlla pel compliment del Codi Deontològic de Catalunya i en el que hi ha present la societat civil a partir de membres del Consell que són del col·legi d'advocats, de metges o del síndic de greuges, i una tercera branca que són les universitats. És un treball conjunt, és un procés d'estar constantment reflexionant a partir de les jornades que

fem, també partir de l'exercici i el món acadèmic, que és molt important que no visqui aïllada. Vaig estar durant 25 anys a la Universitat Autònoma i veia debats o discussions que en el món real no eren preocupacions. Estem treballant aquest vincle.

Abans has esmentat les tres branques a partir de les quals es constituïa el Codi Deontològic, dins del CIC has esmentat la societat civil, de quina manera es vincula la població general amb la creació del Codi?

Sí, està representada la societat perquè no són només periodistes. El risc del periodisme és que hi hagi posicions gremials. Però precisament el CIC, està per defensar la societat davant de les males pràctiques dels periodistes i és tot el contrari de les posicions gremials i en el Consell hi ha advocats, metges, ... Jo crec que hi ha poques professions que el seu òrgan ètic doni entrada a sectors de la societat. Per exemple, els metges tenen una comissió ètica que està formada per metges, llavors tot queda entre ells. Jo crec que és molt saludable que a les professions incorporin altres mirades que no només siguin les pròpies.

Dins d'aquestes propostes i reflexions que has comentat, ha aparegut alguna vegada el tema mediambiental o de crisi climàtica?

El tema de crisi climàtica entra en el sentit del negacionisme, que això forma part de les verificacions i del periodisme. Evidentment, una de les fonts de les *fake news* és negar la realitat, això va passar amb la pandèmia, amb els moviments antivacunes. En la mesura que nosaltres defensem el periodisme que cerca la veritat de forma honesta, les estratègies polítiques i mediàtiques de negar. És un tema molt greu i que afecta directament al periodisme si nosaltres arribem a tenir una mirada sobre el tema mediambiental, és a partir d'aquí.

Hi ha un estudi de Reuters que diu que els països del sud d'Europa, que també són els que reben més els impactes i estan més conscienciats pel fet de patir en primera persona

les conseqüències de la crisi climàtica, són els que estarien més a favor que els mitjans es posicionessin amb un missatge clar i proactiu respecte a la crisi climàtica. S'ha pensat en algun moment de fer aquest pas, més enllà d'assegurar l'absència del discurs negacionista?

Hi ha una reflexió més àmplia. Les noves tecnologies han canviat i altres elements també. Però hi ha una cosa que no ha canviat, que és el temps que tenim i a què dediquem aquest temps. Des del punt de vista ètic i periodístic nosaltres defensem que s'ha de donar prioritats allò que és rellevant i transcendent i que ens afecta a la nostra vida, perquè l'altre és entreteniment. Si el sistema mediàtic posa l'accent, dedica més temps, omple les xarxes i el que busquen són clics a qualsevol preu, i fan contingut que està més a prop de l'entreteniment que de la informació. Aquest espai, que és finit, l'estàs emplenant de periodisme escombraria, o el que sigui. Si els mitjans es dediquen a parlar de temes banals, perquè això els hi dona més *clicks* i no parlant de canvi climàtic, sequera, temes de salut, així com immigració o problemes de pobresa. Estàs fent una distorsió de la realitat temps i l'espai. Llavors quan parles de temes importants els converteixes en espectacle, com la guerra d'Ucraïna i no parles d'allò que realment afectarà la seva vida, el canvi climàtic ens canviarà la vida, però no en parles perquè no et dona *clicks*, estàs distorcionant.

Hi ha un problema que és el negacionisme i un altre que és el silenci o invisibilitat. Aquests són els dos grans problemes, des d'un punt de vista ètic ens ha de preocupar les dues coses. A més hi ha partits polítics que juguen amb el negacionisme i, l'altra, que hi ha mitjans que aquests temes no estan a l'agenda mediàtica. Perquè a més hi ha un tercer element, s'està detectant un cert cansament de les audiències davant d'informacions que creen malestar, com assassinats de violència masclista, per exemple. Per això en els clics, perquè els temes incòmodes desapareixen de les agendes mediàtiques.

Com dius hi ha un tema d'espai-temps que és limitat, però de vegades no és tant una qüestió quantitativa, com de qualitat del tractament. Tal com has dit, si sempre es donen notícies negatives, al final l'audiència es desentendrà, és la *fatiga climàtica*. Sabent que

tant pel silenci, com per la fatiga, no s'arriba a l'audiència, penseu que seria bo canviar la manera com s'expliquen aquestes notícies?

Això és el repte constant del periodisme. En el fons és el que la societat ens demana, o creiem que ens demana, que diguem allò que és realment transcendent i interessant. Els diaris en paper marcaven l'agenda mediàtica. Quan fèiem la portada, sabies que amb el tema que obries, l'endemà era el tema de conversa. Això ha canviat ara hi ha més mitjans, les converses estan a les xarxes i és molt diferent, però la responsabilitat és la mateixa, la seva funció és situar la gent, allò que la gent necessita saber. Cal prendre decisions democràtiques avançades, això és l'essència del periodisme. Això serà sobretot una qüestió de la teva generació, sobretot com fem per arribar als joves. Jo crec que cada generació s'ha de trencar el cap per veure com explicar allò que és essencial, com fer que arribi a la gent. Com ho fem? La gent jove diu que s'informa pel Tik Tok, doncs intentem-ho pel Tik Tok o com aconseguir que hi hagi presència als mitjans en aquestes plataformes, això és una de les grans responsabilitats dels mitjans públics. S'han de pensar eines i maneres per arribar més a la gent, no val dir «és que la gent passa de nosaltres», ens hem d'adaptar a les necessitats, si la gent està cansada d'informacions catastrofistes, doncs busquem la manera de què no sigui tan catastrofista. Posar l'accent amb coses que la gent pugui fer, això també cal vigilar, perquè si li dones la responsabilitat a la gent que el canvi climàtic, no és just, és un tema que va molt més enllà. És un tema polític, internacional. Abans la feina del periodista era difícil i ara encara ho és molt més.

El que heu anat comentant sobre les necessitats i canvis que cal adaptar-se respecte a la crisi climàtica, ara mateix se sustenta només amb la bona voluntat del periodista de fer-ho el millor possible. Es podria pensar que en el Codi Deontològic pogués adjuntar algun tipus de recomanació per donar suport a aquesta tasca?

Nosaltres de recomanacions en fem moltes de cara el congrés de periodistes de l'any 2025. El problema és si en fan cas o no en fan cas. El Codi Deontològic és una eina d'autoregulació, nosaltres no podem posar multes ni sancionar mitjans, el que fem és treure les vergonyes. Fem públics dictàmens dient que s'ha incomplert el Codi Deontològic, això als periodistes i

mitjans els hi sap greu, com a mínim a la majoria. Tot i que nosaltres no podem anar més enllà. Vam dir que aquells mitjans que incompleixin de forma sistemàtica el Codi Deontològic, perquè hi ha dues maneres d'incomplir-lo: un error, que pot passar a tothom, però hi ha altres que sistemàticament se salten el Codi Deontològic per aconseguir més audiència. Aquests mitjans que sistemàticament l'incompleixen, vam proposar que no rebessin ajudes públiques. A Catalunya, les ajudes són molt importants pel manteniment de l'ecosistema català, perquè bona part es manté per les ajudes de la Generalitat i ho vam escriure així: «*No donis diners a mitjans que practiquen el periodisme escombraria*», tampoc ens han fet cas. Durant un temps va estar vigent això, però per la pressió de determinats mitjans de comunicació la Generalitat ho va aixecar i ara estem lluitant perquè ho torni a posar. És una batalla constant. Només que aquests mitjans no rebessin diners públics ja donaria molta força.

L'altra pas és que hi hagi una llei que estigui a favor d'això, jo no hi estic a favor. Perquè la frontera entre això i afectar a la llibertat d'expressió, és molt fàcil. Estic a favor de l'autoregulació, però tampoc en ser ingenus. Si incompleix de forma sistemàtica el Codi Deontològic hauria de tenir una sanció, perquè si no els que sí que compleixen el Codi Deontològic reben una competència desleial, els grans mitjans que sí que ho compleixen serien els primers interessats en què això fos així.

Llavors la teva pregunta de si s'hauria d'anar més enllà és sí. Però si hi hagués això ja aniria molt millor.

Per acabar de concretar la resposta, el fet que el codi deontològic no inclogui cap apunt ni annex sobre la Crisi climàtica fa que tots aquests mitjans que possiblement no tenen una bona praxi informativa al respecte segueixin amb la mateixa dinàmica, perquè de fet no hi ha cap guia que expliqui com fer-ho.

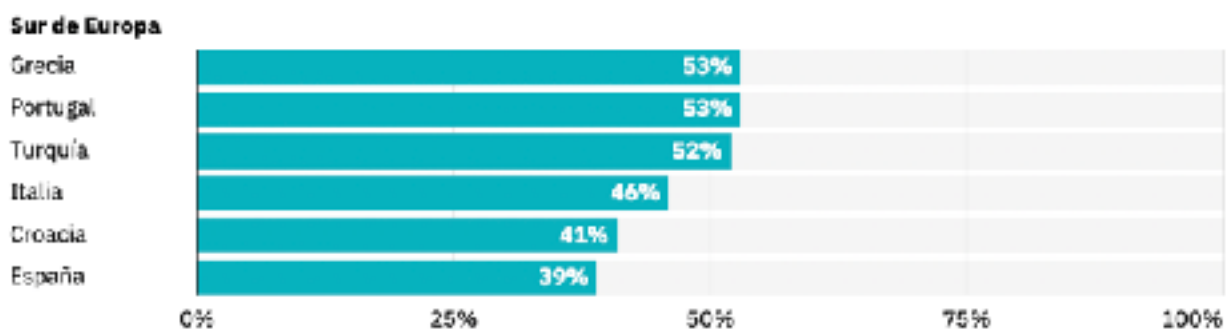
Aquest és un dels temes que s'hauria d'incorporar en la propera reunió de 2025.

Llavors veuríeu pertinent una incorporació d'aquesta temàtica en el Codi Deontològic?

Sí. Perquè evidentment és una preocupació creixent i durant aquests anys, a causa de la Victòria del Trump o la victòria de Bolsonaro a Brasil, s'ha fet molt més evident aquestes amenaces respecte al clima per part de decisions polítiques. Si el president dels Estats Units nega el canvi climàtic, això fa trontollar tot. Això és un dels temes que hem d'incorporar, estic d'acord.

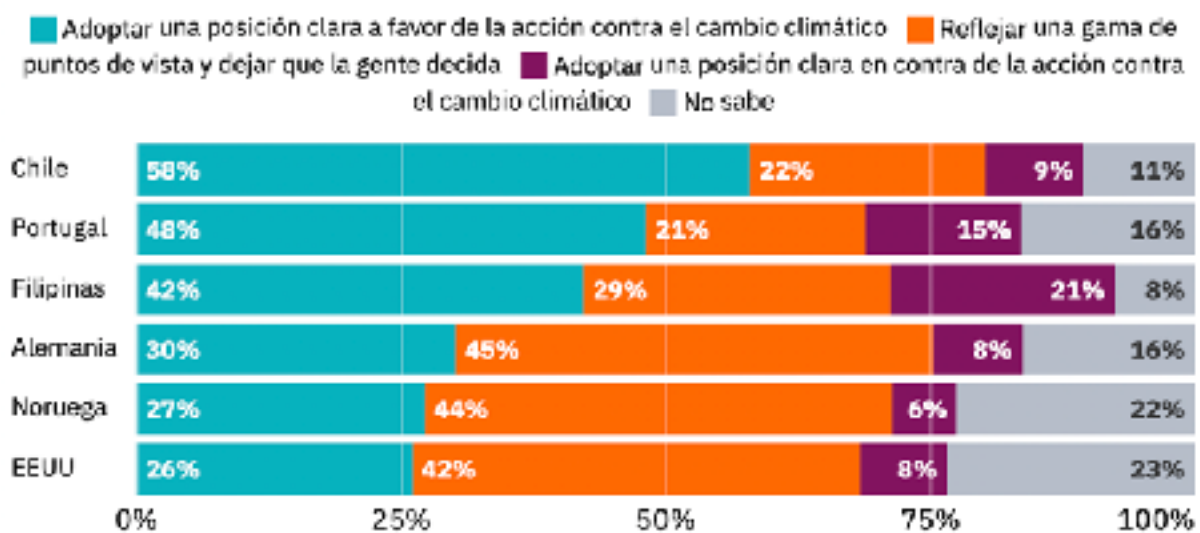
7.3 Gràfics i taules

Taula 1



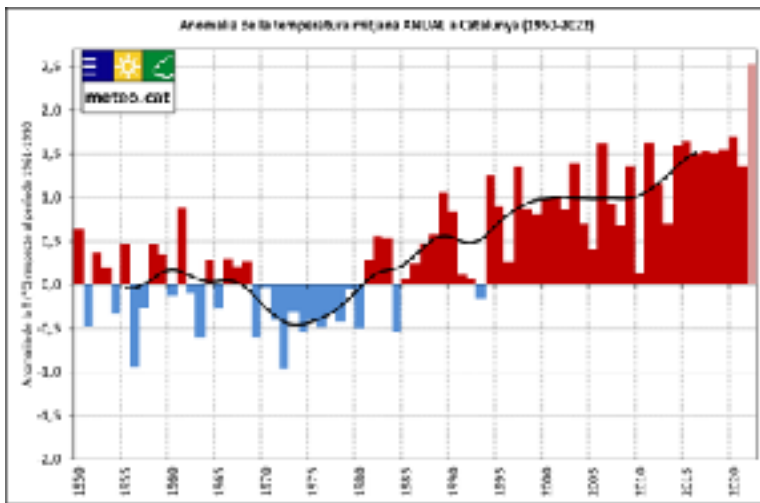
Percentatge que s'interessa per les notícies sobre canvi climàtic (Reuters, 2022)

Taula 1.1



Percentatge que creu que els mitjans han d'adoptar una postura al cobrir el canvi climàtic (Reuters, 2022)

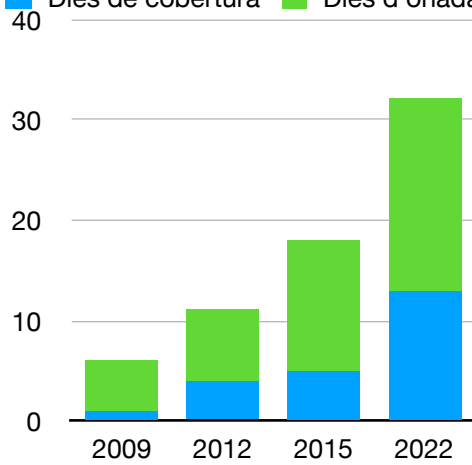
Taula 2



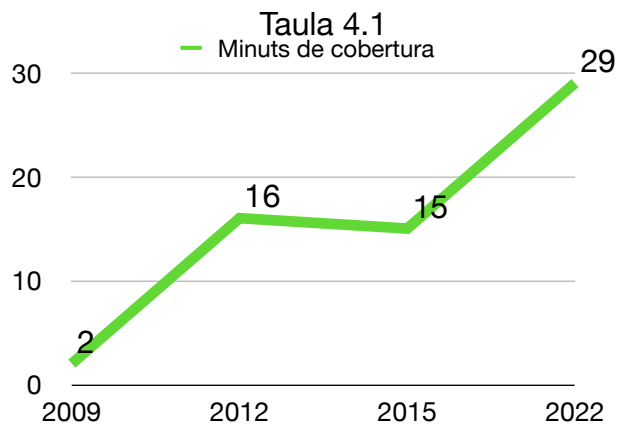
Servei Meteorològic de Catalunya, 2023

Taula 3

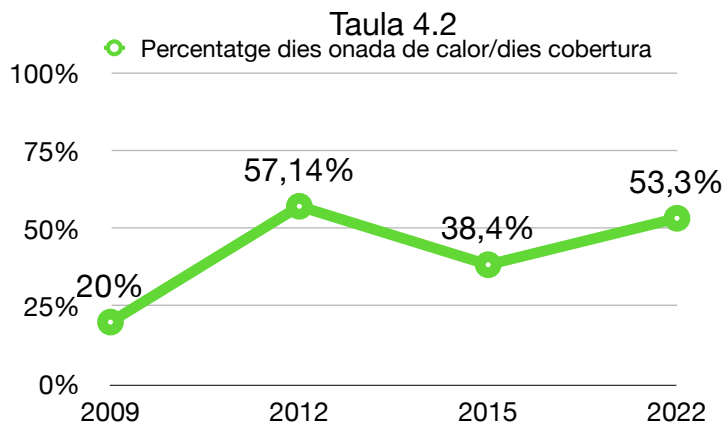
■ Dies de cobertura ■ Dies d'onada de calor



Elaboració pròpia

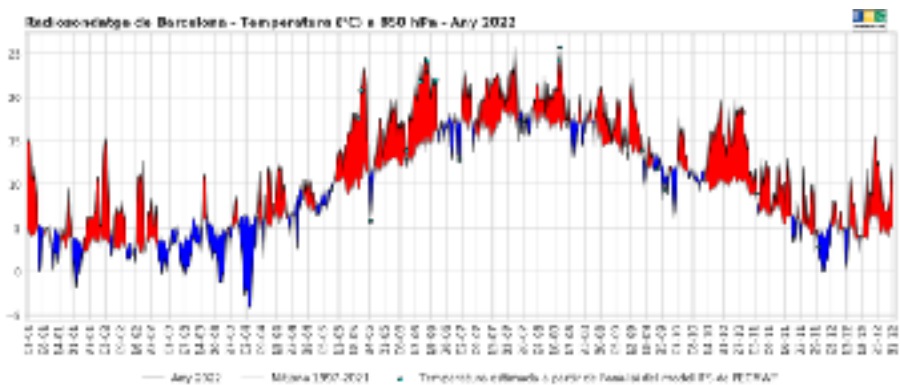


Elaboració pròpia



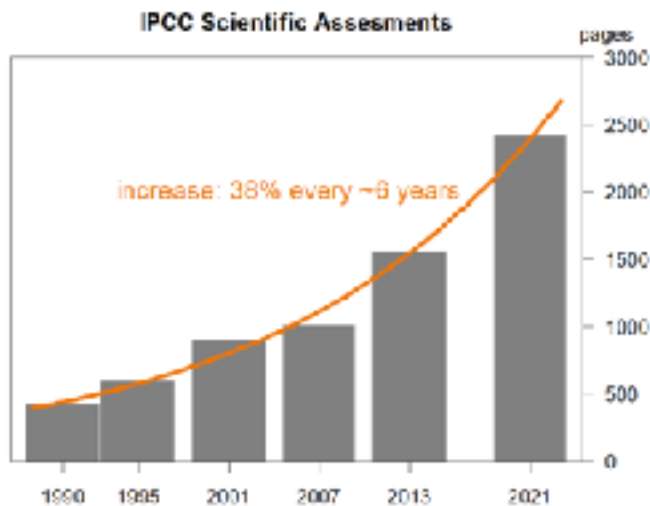
Elaboració pròpia

Taula 5



Servei Meteorològic de Catalunya (2023)

Taula 6



Elaborada per Ldcola

Taula 7.1 (2009)

Data		18/8/2009
Àrea del títol	Títol	L'onada de calor augmenta el risc d'incendi forestal
Àrea de l'edició	Imatges hemeroteca?	No
	Lloc de rodatge	El Bruc
Àrea de la descripció física	Durada	2min
	Format	Reportatge
	Situació dins de l'informatiu	2a notícia
Àrea del contingut	Paraules clau	Incendis, agents rurals i ADF, "S'estableixen les prioritats segons el mapa de risc" "fem un seguiment de les pluges que han caigut, de la precipitació i previsió meteorològica. "Avui s'acostaven als 40°C" per aquest motiu es tanca el Parc natural del Montsant
	Narradors (científics, ...)	Inspector en cap d'agents rurals
	Es parla de les causes?	No
	Les relaciona amb les emissions dels GEH	No
	Exposa mesures d'adaptació o mitigació?	No
	Exposa mesures immediates per a la població per evitar morts prematures?	No
	Interpel·la a les autoritats?	No
	Explica quines seran les conseqüències?	Sí, incendis
	Vincula la crisi climàtica amb la crisi alimentària?	No
Àrea visual	Text i imatge concorden?	Sí
	Què apareix a la imatge?	Oficines d'Agents rurals i el massís del Montsant
	Mapes coroplèctics o coroclimàtics?	Sí, risc d'incendis
	Comparen imatges d'anys anteriors	No
	El discurs visual s'enten amb la veu en off?	Sí
Link		No hi ha enllaç, s'ha consultat presencialment a la sala de Documentació de TV3

Taula 7.2 (2012)

Observacions		TV3	TV3	TV3	TV3
Data		16/8/12	17/8/2012	20/8/12	21/8/2012
Àrea del títol	Títol	Nova onada de calor, més llarga	Hi ha una vintena de comarques en alerta per l'alt risc d'incendis	S'allarga l'onada de calor	Últim dia d'onada de calor
Àrea de l'edició	Imatges hemeroteca?	Sí	Sí	No	No
	Lloc de rodatge	Plató	Lleida	Manresa, Tremp, Gavà	Barcelona
Àrea de la descripció física	Durada	2min	4min	8min	2min
	Format	Reportatge	Reportatge + plató	Notícia + reportatge	Notícia a plató + barceloneta
	Situació dins de l'informatiu	TN vespre: 3a notícia	TN vespre: 3a notícia	TN vespre: 1a notícia	TN vespre: 3a notícia
Àrea del contingut	Paraules clau	Crida a la prudència per l'elevat risc d'incendis (Pla Alfa), prohibicions	"Les temperatures s'enfilaran", neteja de parcel·les per prevenir incendis	Se superen els 40 graus a diferents comarques de Catalunya, més dies del previst, atencions a persones, protecció civil, recomanacions de salut per les onades de calor, Procicat	La matinada més sofocant, començarà a baixar, Servei d'Emergències Mèdiques
	Narradors	Conseller d'interior (Felip Puig)	Periodista, veïns	Periodista, meteoròleg	Ciutadans, esportistes, cap de la creu roja a la Barceloneta, emergències socials Ajuntament Barcelona
	Es parla de les causes?	No	No	No	No
	Les relaciona amb les emissions dels GEH	No	No	No	No
	Exposa mesures d'adaptació o mitigació?	No	No	No	No
	Exposa mesures immediates per a la població per evitar morts prematures?	No	No	No	No
	Interpel·la a les autoritats?	No	No	No	No
	Explica quines seran les conseqüències?	No	No	No	No
Àrea visual	Vincula la crisi climàtica amb la crisi alimentària?	No	No	No	No
	Text i imatge concorden?	Sí	Sí	Sí	Sí
	Què apareix a la imatge?	Bombers i agents rurals	Gent bevent aigua i al carrer	Ciutadans, gent gran, infants, psicòloga, turistes	La platja de la Barceloneta
	Mapes coroplèctics o coroclimàtics?	Si	Sí, temperatures màximes de catalunya	No	No
	Comparen imatges d'anys anteriors	No	No	No	No
El discurs visual s'enten amb la veu en off?	Si	Sí	Sí	Sí	
Link		https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/tn-vespre-16082012/video/4212850/	https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/tn-vespre-17082012/video/4213990/	https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/tn-vespre-20082012/video/4216050/	No hi ha enllaç, s'ha consultat presencialment a la sala de Documentació de TV3

Taula 7.3 (2015)

Observacions		TV3	TV3	TV3	TV3	TV3
Data		28/6/15	30/6/15	1/7/15	7/7/15	8/7/15
Àrea del títol	Títol	Onada de calor	Onada de calor generalitzada	Controlat l'incendi de Collserola + Prades	Incendi per l'onada de calor	Efectes al camp per l'onada de calor
Àrea de l'edició	Imatges hemeroteca?	No	No	No	No	No
	Lloc de rodatge	Manresa, Alguaire	Segrià, Tarragona, Girona	Collserola, Torres de Segre	Artès + Castellbisval	Vinaixa, Garrigues
Àrea de la descripció física	Durada	2min	3min	4min	5min	1min
	Format	Reportatge	A plató i reportatge amb veu en off	Reportatge en directe, reportatge	Reportatge i directe	Reportatge
	Situació dins de l'informatiu	TN vespre: Notícia 5a minut 15	TN vespre: 5a notícia (Minut 24)	TN vespre: 4a notícia, però després de la pausa minut 23	TN Vespre: 5a notícia i després passa al temps	TN vespre: minut 31
Àrea del contingut	Paraules clau	La calor dissuadeix els passejos de la gent, protecció solar, paraigües, ventalls	Pregons per a informació de Servei a ponent, menjar gelat i ombra, dia molt calorós	Seguiment incendi: Incendi en un dels dies de més temperatura de l'onada de calor, "incendis com els d'avui es veu afavorit per les altes temperatures", problemes per les altes temperatures a l'aviram	Seguiment incendi: Incendi estabilitzat, dia calorós, "les altes temperatures propicien els incendis", temperatures màximes de Catalunya. Preocupació per incendis a altres punts de Catalunya, esport en calor	Ametlles pansides per la sequera
	Narradors	Civils, nens jugant	Meteoròleg	Civils, temporers, regidor d'agricultura	Alcalde d'Artès, meteoròleg, ADF	Pagès
	Es parla de les causes?	No	No	No	No	No
	Les relaciona amb les emissions dels GEH	No	No	No	No	No
	Exposa mesures d'adaptació o mitigació?	No	No	No	No	No
	Exposa mesures immediates per a la població per evitar morts prematures?	No	No	No	No	No
	Interpel·la a les autoritats?	No	No	No	No	No
	Explica quines seran les conseqüències?	No	Sí, dilatacions a les carreteres	Incendis forestals i agricultura (aviram)	Sí, incendis forestals	No
	Vincula la crisi climàtica amb la crisi alimentària?	No	No	No	No	Més o menys
Àrea visual	Text i imatge concorden?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	Què apareix a la imatge?	Gent als carrers refugiant-se del sol	Paisatges de Catalunya, carreteres, rural	Imatges de l'incendi	Imatges d'artès	Camps
	Mapes coroplèctics o coroclimàtics?	No	Mapa europeu de l'onada de calor	No	Sí	No
	Comparen imatges d'anys anteriors	No	No	No	No	No
	El discurs visual s'enten amb la veu en off?	Sí	No	Sí	Sí	No
Link		https://www.ccma.cat/tv3/ alacarta/telenoticies/ telenoticies-cap-de- setmana- vespre-28062015/ video/5535930/	https:// www.ccma.cat/tv3/ alacarta/telenoticies/ telenoticies- vespre-30062015/ video/5536362/	https://www.ccma.cat/ tv3/alacarta/ telenoticies- telenoticies- vespre-01072015/ video/5536606/	https://www.ccma.cat/ tv3/alacarta/ telenoticies- telenoticies- vespre-07072015/ video/5537748/	https:// www.ccma.cat/tv3/ alacarta/telenoticies/ telenoticies- vespre-08072015/ video/5538003/

Taula 7.4 (2022)

Observacions		TV3	TV3	TV3	TV3
Data		14/7/2022	15/7/2022	16/7/2022	17/7/2022
Àrea del títol	Títol	Calor màxima, prevenció severa	Precaucions i mesures per evitar incendis	El dia més càlid	Incendi sense control al Bages
Àrea de l'edició	Imatges hemeroteca?	No	No	No	No
	Lloc de rodatge	Montserrat	Montserrat, Cabanelles, Roda de Baerà, Barcelona, Font-Rubí	Barcelona	Plató TV3
Àrea de la descripció física	Durada	6min	5min	4min	5min
	Format	Reportatge	Reportatge	Directe + reportatge	El Temps + entrevista a un investigador del CREAM
	Situació dins de l'informatiu	TN vespre: 3a notícia	TN vespre: 2a notícia	TN vespre: 2a notícia	Minut 20 de l'informatiu com a annex a la notícia dels incendis s'avança part de la informació meteorològica
Àrea del contingut	Paraules clau	Caràtula de Crisi Climàtica "Es relaciona directament amb l'escalfament global", Restriccions per l'onada de calor i l'alt risc d'incendi, pla d'emergència per evitar incendi, ! "mesures per l'emergència climàtica" , onada de calor extrema amb un Nou rècord màxim, ho ha provocat el canvi climàtic	Limitació d'activitats esportives i de zones de lleure, canvi de normativa ADF en els incendis, clima extrem provoca una onada d'incendis	Fa 5 dies que l'onada de calor va començar, l'aigua de la platja ha arribat als 28 graus, refugis per les altes temperatures = nit tòrrida i nit roent, grans espais com centres comercials com a refugis climàtics, augment demanda d'aparells per baixar temperatures, morts per l'augment de temperatures	No acabarem de rematar l'onada de calor, una situació amb una mica més de calma. + "Cada vegada hi ha més incendis", ecosistemes terrestres en un risc molt més greu amb el lliandar de 2°C, reducció d'emissions i gestió forestals, "cada cosa que fem importa", Caràtula Crisi Climàtica
	Narradors	Minyons Escoltes, Conseller d'interior, catedràtic de Geografia Física	Inspector en cap dels Agents Rurals, Civils, secretari ADF, cap ombres Generalitat	Civils, dependenta MediaMark	Meteoròleg + investigador del CREAM i de l'institut de Recerca de la Biodiversitat de la UB
	Es parla de les causes?	Sí, posen un tall d'un reportatge que va fer TV3 amb el catedràtic de Geografia Física de la UB + el tornen a entrevistar	No	No	No
	Les relaciona amb les emissions dels GEH	Sí	No	No	A la inversa, els incendis provoquen més emissions a l'atmosfera
	Exposa mesures d'adaptació o mitigació?	No	No	No	No, però l'investigador expressa que calen mesures d'adaptació, però sense concretar-les
	Exposa mesures immediates per a la població per evitar morts prematures?	No	Sí	Sí, 360 morts a Espanya	No
	Interpel·la a les autoritats?	No	No	No	"Si no posem solució urgentment", "cada cosa que fem importa"
	Explica quines seran les conseqüències?	Sí, notícia més completa explicant les diferents afectacions (incendis, afectacions al lleure, suspensió d'activitat agrícola i obres), interpel·la la necessitat d'adaptació	Sí, incendis	Sí, augment d'incendis	Sí, pèrdua de biodiversitat, més emissions, més incendis,
	Vincula la crisi climàtica amb la crisi alimentària?	No	No	No	No
Àrea visual	Text i imatge concorden?	Sí	Sí	Sí	Sí
	Què apareix a la imatge?	Terres agrícoles, ciutats	Zones rurals i públiques com bars i carrers	Visitants de Barcelona i centres comercials	Mapes meteorològics
	Mapes coroplèctics o coroclimàtics?	Sí, Mapa, pla alfa Perill d'incendi per municipis	Sí, Mapa, pla alfa Perill d'incendi per municipis	No	Mapa europeu de les temperatures, mapa a la zona concreta dels incendis, mapa situació meteorològica de perill, mapa pla alfa Catalunya
	Comparen imatges d'anys anteriors	No	No	No	No
	El discurs visual s'enten amb la veu en off?	Sí	Sí	Sí	Sí
Link		https://www.ccma.cat/tv3/alicarta/telenoticies/telenoticies-vespre-14072022/video/6168494/	https://www.ccma.cat/tv3/alicarta/telenoticies/telenoticies-vespre-15072022/video/6168606/	https://www.ccma.cat/tv3/alicarta/telenoticies/telenoticies-cap-de-setmana-vespre-16072022/video/6168701/	https://www.ccma.cat/tv3/alicarta/telenoticies/telenoticies-cap-de-setmana-vespre-17072022/video/6168789/

Taula 7.5 (2022)

Observacions					
Data		22/7/22	23/7/2022	24/7/2022	25/7/22
Àrea del títol	Títol	(No apareix títol)	En el punt de mira	Mig miler d'incendis en 7 mesos	"Demà s'acaba l'onada de calor" + els incendis fan canviar la regeneració dels boscos a causa de la crisi climàtica
Àrea de l'edició	Imatges hemeroteca?	No	No	Sí, recopila	No
	Lloc de rodatge	Vendrell, Montmell, El Bruc	Plató	Serra del Montsant	Anoia
Àrea de la descripció física	Durada	3min	1min	3min	2min
	Format	Reportatge	Standup	Reportatge	Reportatge
	Situació dins de l'informatiu	6a notícia	Vinculada a la 1a notícia	1a notícia	2a notícia que es vincula
Àrea del contingut	Paraules clau	"Preavis d'un altre cap de setmana amb temperatures extremes ha fet que les mesures de prevenció d'incendis s'hagin ampliat fins dilluns" "per les altes temperatures risc d'incendi molt alt o extrem", "Que l'agricultura torni a guanyar terreny"	"Enmig d'una nova onada de calor"	"Les temperatures extremes, la sequera i una mala gestió dels boscos han convertit el 2022 en el pitjor any d'incendis forestals de la dècada, onada de calor fa dispersar la perillositat dels incendis, "amb el canvi climàtic aquestes situacions (incendis) són més habituals, "si ens anem als 3 graus o més globals i no es fan polítiques suficient ens anem als 30-40 dies més de risc de temporals extrems"	Regeneració dels boscos molt difícil per la calor extrema i la poca temperatura, a causa de la crisi climàtica, emergència climàtica, canvis de dinàmiques en els entorns rurals
	Narradors (científics, ...)	Cap de l'àrea de Barcelona dels Agens Rurals, alcaldessa el Bruc, investigador Centre Ciència i Tecnologia Forestal de Catalunya	Periodista	Subsinspectora bombers de la Generalitat, professor UB I Investigador CREAM	Investigadora ambiental i investigador en enginyeria forestal
	Es parla de les causes?	No	No	Sí	Sí, crisi climàtica
	Les relaciona amb les emissions dels GEH	No	No	No	Sí
	Exposa mesures d'adaptació o mitigació?	No	No	No, però l'investigador expressa que calen mesures d'adaptació, però sense concretar-les	No
	Exposa mesures immediates per a la població per evitar morts prematures?	No	No	No	No
	Interpel·la a les autoritats?	No	No	Sí, necessitat de fer polítiques per frenar la crisi climàtica	No
	Explica quines seran les conseqüències?	Incendis	Incendis	Incendis	Incendis forestals, dificultat de regeneració dels boscos
	Vincula la crisi climàtica amb la crisi alimentària?	No	No	No	No
Àrea visual	Text i imatge concorden?	Sí	Sí	Sí	Sí
	Què apareix a la imatge?	Boscos catalans, infants en un entorn rural	Mapes	Boscos catalans	Boscos de l'Anoia
	Mapes coroplèctics o coroclimàtics?	Mapa risc d'incendi per municipis a Catalunya	Mapa zones de restriccions de parcs naturals i municipis	Mapa risc d'incendi per municipis a Catalunya	Restriccions parcs i espais naturals
	Comparen imatges d'anys anteriors	No	No	Es comparen les dades d'hectàrees cremades d'anys anteriors	No
	El discurs visual s'enten amb la veu en off?	Sí	Sí	Sí	Sí
Link		https://www.ccma.cat/tv3/ alacarta/telenoticies/ telenoticies-vespre-22072022/ video/6169622/	https://www.ccma.cat/tv3/ alacarta/telenoticies/telenoticies- cap-de-setmana- vespre-23072022/video/ 6169710/	https://www.ccma.cat/tv3/ alacarta/telenoticies/ telenoticies-cap-de- setmana-vespre-24072022/ video/6169778/	https://www.ccma.cat/tv3/ alacarta/telenoticies/ telenoticies-vespre-25072022/ video/6169884/

8. BIBLIOGRAFIA

2022, l'any més càlid registrat a Catalunya. (s.d.). Govern.Cat. Recuperat 3 maig 2023, de <http://govern.cat/salaprensa/notes-premsa/470742/2022-lany-mes-calid-registrat-catalunya>

Actas de la Conferencia General, 39a reunión, París, 30 de octubre-14 de noviembre de 2017, v. 1: Resoluciones—UNESCO Digital Library. (s.d.). Recuperat 27 maig 2023, de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260889_spa.page=151

AR6 Synthesis Report: Climate Change 2023 – IPCC. (s.d.). Recuperat 9 maig 2023, de <https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-cycle/>

Aruguete, N. (2015). El efecto entre las agendas política, mediática y pública: Herramientas para su medición. *Dialnet, El consultor.* https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj7M7hip7_AhUGsaQKHcEQAusQFnoECAwQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.academica.org%2F000-089%2F234.pdf&usg=AOvVaw3_22yRUXZ4xOgkm1K71yu2

Botànic, E. L. veu del. (2014, febrer 9). Christopher Field: En les fronteres del canvi climàtic. *Espores.* <https://espores.org/jardins/christopher-field-en-les-fronteres-del-canvi-climatic/>

Butlletí Climàtic Anual 2022. (s.d.).

Cabré, A. (s.d.). *Sobre la població i el futur urbà a Catalunya. Espais.* https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiw5rq7lqD_AhVpVqQEHYq6Dl_oQFnoECCgQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.raco.cat%2Findex.php%2FEspais%2Farticl_e%2Fdownload%2F91077%2F158782&usg=AOvVaw3GB778Wwo2eMMh9d8bf2iM

Calidad del aire ambiente (exterior) y salud. (s.d.). Recuperat 9 maig 2023, de [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/ambient-\(outdoor\)-air-quality-and-health](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/ambient-(outdoor)-air-quality-and-health)

Canvi climàtic 2014: Informe de síntesi: Resum per a responsables de polítiques. – (Col·lecció documents; 20). (s.d.).

Carrington, D., & editor, D. C. E. (2018, setembre 7). BBC admits ‘we get climate change coverage wrong too often’. *The Guardian.* <https://www.theguardian.com/environment/2018/sep/07/bbc-we-get-climate-change-coverage-wrong-too-often>

Carrington, D., & editor, D. C. E. (2019, maig 17). Why the Guardian is changing the language it uses about the environment. *The Guardian.* <https://www.theguardian.com/>

[environment/2019/may/17/why-the-guardian-is-changing-the-language-it-uses-about-the-environment](https://www.theguardian.com/environment/2019/may/17/why-the-guardian-is-changing-the-language-it-uses-about-the-environment)

Catalunya. (2023). En *Viquipèdia, l'enciclopèdia lliure*. <https://ca.wikipedia.org/w/index.php?title=Catalunya&oldid=31708166>

Catalunya, S. M. de C. G. de. (s.d.-a). *Butlletí anual d'indicadors climàtics*. Servei Meteorològic de Catalunya. Recuperat 7 maig 2023, de <https://www.meteo.cat/wpweb/climatologia/butlletins-i-episodis-meteorologics/butlleti-anual-dindicadors-climatics/>

Catalunya, S. M. de C. G. de. (s.d.-b). *Dades de l'estació automàtica Bonaigua (2.266 m)– Servei Meteorològic de Catalunya*. Recuperat 22 maig 2023, de <https://www.meteo.cat/observacions/llistat-xema>

Catalunya, S. M. de C. G. de. (s.d.-c). *El canvi climàtic*. Servei Meteorològic de Catalunya. Recuperat 7 maig 2023, de <https://www.meteo.cat/wpweb/climatologia/canvi-climatic-i-evolucio-futura-del-clima/el-canvi-climatic/>

Catalunya, S. M. de C. G. de. (s.d.-d). *La temperatura a Catalunya l'any 2050*. Servei Meteorològic de Catalunya. Recuperat 7 maig 2023, de <https://www.meteo.cat/wpweb/climatologia/canvi-climatic-i-evolucio-futura-del-clima/la-temperatura-a-catalunya-lany-2050/>

CCMA. (s.d.). *Història*. CCMA. Recuperat 14 maig 2023, de <https://www.ccma.cat/corporatiu/ca/historia/>

CCMA. (2022, desembre 29). *TV3 tancarà el 2022 com la cadena més vista, amb 13 anys consecutius de lideratge*. CCMA. <https://www.ccma.cat/premsa/tv3-tancara-el-2022-com-la-cadena-mes-vista-amb-13-anys-consecutius-de-lideratge/nota-de-premsa/3204277/>

Clima mediterrani | *enciclopedia.cat*. (s.d.). Recuperat 18 maig 2023, de <https://www.enciclopedia.cat/gran-enciclopedia-catalana/clima-mediterrani>

Codi deontològic | *Fundacio CIC*. (s.d.). Recuperat 2 maig 2023, de <https://fcic.periodistes.cat/codi-deontologic/>

Cohen, B. C. (1963). *Press and Foreign Policy*. Princeton University Press.

¿Cómo accede la gente a las noticias de cambio climático y qué piensa de ellas? (2022, juny 15). Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022/como-accede-la-gente-las-noticias-de-cambio-climatico-y-que-piensa-de>

Declaration of Ethical Principles in relation to Climate Change. (s.d.). Recuperat 21 maig 2023, de <https://en.unesco.org/themes/ethics-science-and-technology/ethical-principles>

El 2015, un any càlid i sec a Catalunya. (s.d.). Govern.Cat. Recuperat 13 maig 2023, de <http://govern.cat/salaprensa/notes-premsa/290080/2015-any-calid-sec-catalunya>

El CIC i la Fundació / Fundacio CIC. (s.d.). Recuperat 3 maig 2023, de <https://fcic.periodistes.cat/que-es-el-cic/el-cic-i-la-fundacio/>

Estudio de agenda setting: Conceptos, metodología y bordajes posibles. (s.d.).

File:Ipcc assessments pages.png – Wikipedia. (2023, maig 21). https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Ipcc_assessments_pages.png

Gupta, J., Liverman, D., Prodani, K., Aldunce, P., Bai, X., Broadgate, W., Ciobanu, D., Gifford, L., Gordon, C., Hurlbert, M., Inoue, C. Y. A., Jacobson, L., Kanie, N., Lade, S. J., Lenton, T. M., Obura, D., Okereke, C., Otto, I. M., Pereira, L., ... Verburg, P. H. (2023). Earth system justice needed to identify and live within Earth system boundaries. *Nature Sustainability*, 1-9. <https://doi.org/10.1038/s41893-023-01064-1>

How journalists can better sound the alarm on climate change – Center for Journalism Ethics. (s.d.). Recuperat 30 maig 2023, de <https://ethics.journalism.wisc.edu/2022/07/20/how-journalists-can-better-sound-the-alarm-on-climate-change%E2%80%9C/>

La Fundación BBVA premia a «The Guardian» por su compromiso con el periodismo ambiental y el “impacto transformador” que ha logrado en la comunidad global. (2020, novembre 6). Biophilia. <https://www.biophilia-fbbva.es/noticias/la-fundacion-bbva-premia-a-the-guardian-por-su-compromiso-con-el-periodismo-ambiental-y-el-impacto-transformador-que-ha-logrado-en-la-comunidad-global/>

La temperatura mitjana anual a Catalunya ha augmentat 1,8 °C des de mitjans de segle XX. (s.d.). Govern.Cat. Recuperat 16 maig 2023, de <http://govern.cat/salaprensa/notes-premsa/410440/la-temperatura-mitjana-anual-a-catalunya-ha-augmentat-1-8-oc-des-de-mitjans-de-segle-xx>

Lee, T. M., Markowitz, E. M., Howe, P. D., Ko, C.-Y., & Leiserowitz, A. A. (2015). Predictors of public climate change awareness and risk perception around the world. *Nature Climate Change*, 5(11), Article 11. <https://doi.org/10.1038/nclimate2728>

Los hábitos y actitudes cambiantes de las audiencias jóvenes de noticias. (s.d.). Reuters Institute for the Study of Journalism. Recuperat 17 maig 2023, de <https://>

reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022/los-habitos-y-actitudes-cambiantes-de-las-audiencias-jovenes-de-noticias

Martín-Vide, J. (2023). Riscos meteorològics i canvi climàtic. *Atzavara, L'*, 33, 5-10.

Maxwell E. McCombs, & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Oxford University Press*, 36(2), 176-187.

Media coverage of climate change. (2023). En *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Media_coverage_of_climate_change&oldid=1149142840

Muller, D. (2020, gener 30). *Media «impartiality» on climate change is ethically misguided and downright dangerous*. The Conversation. <http://theconversation.com/media-impartiality-on-climate-change-is-ethically-misguided-and-downright-dangerous-130778>

Noah Harari, Y. (2018). *Sàpiens. Una breu història de la humanitat* (vuitena edició). edicions 62.

Pörtner, H.-O., & Roberts, D. C. (s.d.). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability*.

Quins perills representa la calor per la salut i com els podem evitar? - Salut pública—Diputació de Barcelona. (s.d.). Recuperat 6 maig 2023, de <https://www.diba.cat/web/salutpublica/-/quins-perills-representa-la-calor-per-la-salut-i-com-els-podem-evitar>

Sobre mitjans de comunicació, canvi climàtic i tota aquesta merda. (s.d.). Crític. Recuperat 7 maig 2023, de <https://www.elcritic.cat/opinio/laia-creus/sobre-mitjans-de-comunicacio-canvi-climatic-i-tota-aquesta-merda-154627>

Tàbara, J. D. (s.d.). 22. *Percepció i comunicació del canvi climàtic a Catalunya*.

Temporal Gloria. Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya. (s.d.). Recuperat 20 maig 2023, de <http://www.icgc.cat/Administracio-i-empresa/Serveis/Riscos-geologics/Dinamica-de-la-costa/Temporal-Gloria>

Tercer informe sobre el canvi climàtic a Catalunya. (s.d.).

Territori i població. (s.d.). gencat.cat. Recuperat 9 maig 2023, de <http://web.gencat.cat/ca/temes/catalunya/coneixer/territori-poblacio/index.html>

The Guardian. (s.d.). Biophilia. Recuperat 18 maig 2023, de <https://www.biophilia-fbbva.es/galardonados/the-guardian/>

TV3 (Director). (2012a, agost 16). *Telenotícies—TN vespre—16/08/2012*. <https://www.ccma.cat/tv3/alcarta/telenoticias/tn-vespre-16082012/video/4212850/>

TV3 (Director). (2012b, agost 17). *Telenotícies—"TN Vespre" 17/08/2012*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/tn-vespre-17082012/video/4213990/>

TV3 (Director). (2012c, agost 20). *Telenotícies—TN vespre—20/08/2012*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/tn-vespre-20082012/video/4216050/>

TV3 (Director). (2015a, juny 28). *Telenotícies cap de setmana vespre—28/06/2015*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/telenoticies-cap-de-setmana-vespre-28062015/video/5535930/>

TV3 (Director). (2015b, juny 30). *Telenotícies vespre—30/06/2015*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/telenoticies-vespre-30062015/video/5536362/>

TV3 (Director). (2015c, juliol 1). *Telenotícies vespre—01/07/2015*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/telenoticies-vespre-01072015/video/5536606/>

TV3 (Director). (2015d, juliol 7). *Telenotícies vespre—07/07/2015*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/telenoticies-vespre-07072015/video/5537748/>

TV3 (Director). (2015e, juliol 8). *Telenotícies vespre—08/07/2015*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/telenoticies-vespre-08072015/video/5538003/>

TV3 (Director). (2022a, juliol 14). *Telenotícies vespre—14/07/2022*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/telenoticies-vespre-14072022/video/6168494/>

TV3 (Director). (2022b, juliol 15). *Telenotícies vespre—15/07/2022*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/telenoticies-vespre-15072022/video/6168606/>

TV3 (Director). (2022c, juliol 16). *Telenotícies cap de setmana vespre—16/07/2022*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/telenoticies-cap-de-setmana-vespre-16072022/video/6168701/>

TV3 (Director). (2022d, juliol 17). *Telenotícies cap de setmana vespre—17/07/2022*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/telenoticies-cap-de-setmana-vespre-17072022/video/6168789/>

TV3 (Director). (2022e, juliol 22). *Telenotícies vespre—22/07/2022*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/telenoticies-vespre-22072022/video/6169622/>

TV3 (Director). (2022f, juliol 23). *Telenotícies cap de setmana vespre—23/07/2022*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/telenoticies-cap-de-setmana-vespre-23072022/video/6169710/>

TV3 (Director). (2022g, juliol 24). *Telenotícies cap de setmana vespre—24/07/2022*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticias/telenoticias-cap-de-setmana-vespre-24072022/video/6169778/>

TV3 (Director). (2022h, juliol 25). *Telenotícies vespre—25/07/2022*. <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticias/telenoticias-vespre-25072022/video/6169884/>

UNESCO. (2018). *Actas de la Conferencia General, 39a reunión, París, 30 de octubre-14 de noviembre de 2017, v. 1: Resoluciones*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260889_spa.page=151

Weichselgartner, J. (2010). Barriers in the science-policy-practice interface: Toward a knowledge-action-system in global environmental change research. *Global Environmental Change*, 266-277.