



**Universidad de Valladolid**

Máster en Comunicación  
con Fines Sociales.  
Estrategias y Campañas

# “TU PUEBLO EN LA ONDA”

La radio, una herramienta clave  
para poner en valor la vida  
en el medio rural de Castilla y León

Segovia, julio de 2019

Leticia Núñez



---

# Universidad de Valladolid

**Máster en Comunicación  
con Fines Sociales.  
Estrategias y Campañas.**

**Autora: Leticia Núñez Núñez**

**Tutora: Ana Teresa López Pastor**

**Segovia, julio de 2019**

*“Vientos del pueblo me llevan,  
vientos del pueblo me arrastran,  
me esparcen el corazón  
y me aventan la garganta”*

**Miguel Hernández**  
**Viento del pueblo - 1937**

## AGRADECIMIENTOS

*A mis padres, Eduardo y Dori, por todo.*

*A Guillermo, por su gran corazón.*

*A mis hermanos, Edu y Dani y Mónica, por estar siempre.*

*A María, la niña más rural de Burgos.*

*A mi tutora, Ana Teresa, por su derroche de energía positiva.*

*Al resto de profesores del máster por su cercanía y vitalidad.*

*A mis compañeros, por haber vivido un año emocionante en mi regreso a la universidad.*

*A los jóvenes de Hontoria de Valdearados, por su simpatía.*

*A todos los entrevistados, por su tiempo.*

*A mis raíces.*

*A la vida.*

## **Resumen**

Este trabajo tiene como finalidad elaborar una herramienta de comunicación que permita poner en valor la vida en los pueblos de Castilla y León. Todo ello a partir del conocimiento acumulado por las iniciativas sociales en torno a la despoblación -como pueden ser El Hueco, Abraza la Tierra o Soria ¡Ya!- y en el contexto de un tema que ha conseguido situarse de forma simultánea en la agenda política y mediática a nivel nacional.

## **Abstract**

The purpose of this academic work is to elaborate a communication tool that will showcase the life in the rural areas of Castilla y León. All this based on the knowledge accumulated by social initiatives around depopulation - such as El Hueco, Abraza la Tierra or Soria ¡Ya! - and in the context of an issue that has managed to be simultaneously placed on the political and media agenda in Spain.

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I. Presentación.....</b>	<b>1-6</b>
1.1 Justificación.....	1-6
<b>CAPÍTULO II. Marco teórico-conceptual .....</b>	<b>7-56</b>
2.1 El medio rural y el urbano como un todo .....	8-12
2.1.1 La neorruralidad y sus significados .....	12-16
2.1.2 Definiciones oficiales de rural.....	16-18
2.2 La revalorización de lo rural, un valor de la postmodernidad.....	18-31
2.3 La importancia del Método LEADER en el desarrollo e imagen positiva del mundo rural .....	31-35
2.4 El paradigma de la comunicación con fines sociales.....	36-38
2.4.1 La participación ciudadana como pilar .....	38-41
2.4.2 Los estereotipos sobre el medio rural que persisten .....	41-44
2.4.3 Apostar por mensajes que ilusionen .....	44-46
2.4.4 Claves para poner en valor lo rural a través de la comunicación .....	46-50
2.4.5 La relevancia histórica de la radio .....	50-56
<b>CAPÍTULO III. Estado de la cuestión.....</b>	<b>57-133</b>
3.1 La despoblación rural: causas y consecuencias.....	57-63
3.2 Los datos que reflejan el problema de la despoblación en España .....	63-68
3.2.1 Castilla y León es la comunidad más afectada por la despoblación.....	68-71
3.2.2 Más atracción urbana que expulsión rural en Castilla y León.....	72-73
3.2.3 El 88% de los españoles vivirá en ciudades en 2050 .....	73-76
3.3 Un tema de la agenda social.....	77
3.3.1 Las plataformas ciudadanas Teruel Existe y Soria ¡Ya! unen fuerzas .....	77-81
3.3.2 Abraza la Tierra, un proyecto pionero para fijar población en el medio rural.....	82-86
3.3.3 El Hueco fomenta la responsabilidad social territorial.....	87-90
3.4 Evolución hacia un tema de la agenda política.....	90-92
3.4.1 Las propuestas sin aplicar del Senado .....	92-95
3.4.2 La despoblación como “cuestión de Estado” según la FEMP .....	95-99
3.4.3 El fracaso de la Agenda para la Población de Castilla y León.....	100-102
3.4.4 La Unión Europea pasa a la acción .....	102-105
3.4.5 El Comisionado del Gobierno apuesta por la igualdad de oportunidades .....	105-107

<b>3.5</b>	<b>Eclosión reciente como tema de agenda mediática.....</b>	<b>108-109</b>
3.5.1	Emergen alternativas de comunicación: la Revista Salvaje .....	109-111
<b>3.6</b>	<b>Nuevo contexto de solución: la repoblación .....</b>	<b>111-115</b>
3.6.1	La Feria Presura muestra lo rural de manera positiva.....	116-120
3.6.2	La Revuelta de la España Vacía, una cita clave para la defensa del mundo rural	120-123
<b>3.7</b>	<b>Referentes experienciales internacionales: Escocia, Noruega y el proyecto Laponias conectadas .....</b>	<b>124-127</b>
<b>3.8</b>	<b>Buenas prácticas: cocreación .....</b>	<b>128-133</b>
3.8.1	Proyecto Terris y Rural Experimenta.....	128-130
3.8.2	Buenas prácticas comunicativas .....	131-133
<b>CAPÍTULO IV. Marco metodológico. ....</b>		<b>134-144</b>
4.1	Preguntas de investigación .....	134
4.2	Objetivos generales de investigación .....	134
4.3	Objetivos específicos .....	135
4.4	Técnicas de investigación: grupos de discusión y entrevistas en profundidad .....	135-144
<b>CAPÍTULO V. Análisis de discursos.....</b>		<b>145-159</b>
5.1	Calidad de vida y orgullo de pertenencia: avanzar a una imagen real y positiva .....	145-159
<b>CAPÍTULO VI. Propuesta de comunicación: “Tu pueblo en la onda” .....</b>		<b>160-174</b>
6.1	Producto de comunicación .....	161-166
6.2	Clubes de escucha .....	166-167
6.3	Estrategia de difusión.....	167-174
<b>CAPÍTULO VII. Conclusiones.....</b>		<b>175-179</b>
<b>CAPÍTULO VIII. Bibliografía.....</b>		<b>180-185</b>
<b>CAPÍTULO IX. Anexos .....</b>		<b>186-289</b>

## CAPÍTULO I. Presentación.

### 1.1 Justificación del estudio

España se vacía. La vacían. Andrés, el protagonista de *La lluvia amarilla*, obra canónica de la despoblación rural, asiste impotente a la larga y brutal agonía de su pueblo. Tras la muerte de su mujer, se queda solo en Ainielle, enclavado en el Pirineo oscense. Le acompaña su perro. Son los únicos testigos de la descomposición final del municipio. En la profundidad de su soliloquio, el último habitante de Ainielle exclama: “He visto derrumbarse las casas una a una y he luchado inútilmente por evitar que ésta acabara antes de tiempo convirtiéndose en mi propia sepultura” (Llamazares, 1988, pp. 75-76).

Frente a la figura literaria de Andrés, emerge Matías López. Ambos comparten la profesión de pastores. Ambos son los últimos. Las últimas voces de un territorio biológicamente muerto. La Laponia española. El vacío.

La diferencia es que Matías López sí es un hombre real. De carne y hueso. Vive en Motos (Guadalajara) con sus cuatrocientas ovejas, doce gallinas, tres gallos, dos perros y unos cuantos gatos. No hay ningún otro ser humano. La suya es una vida en plena soledad desde hace doce años (Cerdà, 2017).

Dice que es feliz con su tractor y las labores agrícolas. Cuenta que se quedó en el pueblo porque le gustan mucho las ovejas y asegura que no es tan difícil vivir en el sitio en el que has nacido. Nunca se ha ido de Motos. Y, a sus 79 años, no es una opción que contemple tampoco ahora. Pero él vislumbra el futuro con cierta esperanza. Esto también le distingue de la desapacible aflicción que caracteriza al protagonista de *La lluvia amarilla*. Basta un diálogo que mantiene con el periodista Paco Cerdà (2017, p. 28):

El día que yo me vaya se cierra el pueblo. Pero con el tiempo vendrá gente. No sé cuántos años pasarán. Antiguamente, los pueblos se hicieron así: vino primero un colono y después otro, no acudieron veinte a la vez. Poco a poco, las personas volverán a los pueblos. Ahora se quedarán todos huecos. Pero con el tiempo vendrán.

Tan reales como Matías López son las cifras que reflejan la sangría demográfica que sufre España en las últimas décadas. De ahí el criterio de relevancia que justifica el desarrollo del presente estudio. Según el Instituto de Investigación Serranía Celtibérica (2014), dedicado al



desarrollo rural de las zonas escasamente pobladas de España y dirigido por el catedrático de Prehistoria en la Universidad de Zaragoza Francisco Burillo:

- España tiene en su territorio la denominada Laponia del Sur, también conocida como Serranía Celtibérica. Se extiende por las comunidades autónomas de Aragón, La Rioja, Castilla y León, Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana.

- Con una extensión que es más del doble que Bélgica, sólo tiene censada una población de 487.417 habitantes y su densidad es de 7,7 habitantes por kilómetro cuadrado.

- Cuenta con el índice de envejecimiento mayor de la Unión Europea y la tasa de natalidad más baja. Es un desierto demográfico: está rodeado de 22 millones de personas, pero “biológicamente se encuentra muerto” (Burillo, 2018, p.17).

- Castilla y León es la comunidad autónoma más afectada por la despoblación. En 2017 encabezó la pérdida de población en España con 18.151 habitantes menos, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), publicados en 2018. Entre los años 2007 y 2017, Castilla y León perdió 102.606 habitantes.

- En 2017 la población cayó en todas las provincias castellanoleonesas, de acuerdo con las últimas cifras de la Revisión del Padrón Municipal publicadas el 4 de enero de este año por el INE. León perdió 4.570 habitantes, Zamora 2.855, Ávila 2.202, Salamanca 2.130, Palencia 1.355, Valladolid 1.279, Burgos 1.101, Segovia 842 y Soria registró 303 personas menos. Precisamente Soria es la provincia menos poblada de España con 88.600 habitantes. Las siguientes provincias con menos habitantes son Teruel (134.572), Segovia (153.342), Ávila (158.498) y Palencia (162.035), según el INE (2017).

- Por su parte, la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) habla de una realidad demoledora. La mitad de todos los municipios españoles se encuentran “ya en riesgo de extinción”, según el documento de acción que presentó su comisión de despoblación (2017, p.4). Bastan dos datos que reflejan la gravedad del asunto. En 14 provincias españolas, más del 80% de todos sus municipios no superan los 1.000 habitantes. Y en apenas década y media, 358 municipios han pasado a engrosar la lista de localidades con menos de 100 empadronados (ya son 1.286 municipios en esta situación). A ello se suma que en España hay 3.500 pueblos abandonados.

- **En la agenda mediática**

En segundo lugar, hay un criterio de actualidad. En los dos últimos años, cada vez más medios de comunicación se hacen eco de la despoblación que sufre el mundo rural. El tema, de moda en estos momentos, empieza a figurar en la agenda mediática. Cada vez despierta un mayor interés periodístico tanto en prensa regional como nacional (impresa y digital), además de ganar minutos en diversos programas de radio y televisión. Algunos ejemplos: *Tierra de nadie*, emitido en el programa *Salvados* de La Sexta el 12 de marzo de 2017 en horario de prime time (tuvo 2.092.000 espectadores, un 10,5% de cuota de pantalla); *Teruel: la imaginación contra el desierto*, retransmitido en Crónicas de Radio Televisión Española el 20 de noviembre de 2018; *Me vuelvo al pueblo* en Radio Televisión Castilla y León desde el 1 de abril de 2013 o *El bosque habitado* de Radio Nacional de España, que se emite los domingos de 11 a 12 del mediodía, y en el que lo rural ocupa un espacio destacado con programas como *Habitar pueblos, vaciar ciudades* o *Más semillas y menos PIB*.

- **En la agenda política**

Asimismo, la despoblación es un tema que se ha incorporado a la agenda política. El tema se ha instalado en el debate político nacional al calor de las múltiples campañas electorales y parece que por fin brota una conciencia generalizada de las dificultades de fijar población en el territorio rural. Múltiples voces, desde la sociedad civil a determinados medios de comunicación, reclaman que los partidos políticos aborden el tema como una cuestión de Estado, lo que exige superar la diatriba partidista, así como establecer políticas con una mirada de medio-largo plazo y movilizar recursos. Es decir, pasar de la poesía a la prosa. De momento, se han dado pequeños pasos. La constitución en el Senado (X legislatura) de la Ponencia de Estudio para la Adopción de Medidas en relación con la despoblación rural en España (Senado, 2015) y especialmente la creación por parte del gobierno de Mariano Rajoy del Alto Comisionado para el Reto Demográfico, señalan un giro de 180 grados en el abordaje del tema. No obstante, dichos pasos se producen con una lentitud que puede rozar la desesperación. La primera comisionada, Edelmira Barreira, no presentó ningún informe; y la segunda, Isaura Leal, lo hizo de forma apresurada una vez se conoció la convocatoria de elecciones generales para el 28 de abril de 2019.

En el ámbito regional castellanoleonés, destaca la Agenda para la Población que la Junta de Castilla y León aprobó en 2010 y, por otra parte, el nombramiento como delegada del

Gobierno en Castilla y León de Virginia Barcones, quien lleva años luchando contra la despoblación como diputada provincial de Soria entre los años 2007 y 2015.

Además, varias diputaciones han avanzado en potenciar su papel en la lucha contra la despoblación como impulsoras del territorio. El gobierno de Pedro Sánchez también puso en marcha los primeros gestos: el Consejo de Ministros aprobó el 5 de octubre de 2018 una partida de 80 millones de euros para políticas de empleo de jóvenes en poblaciones de hasta 10.000 habitantes (BOE, 6 de octubre de 2018, pp. 97470-97485).

La Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) lo valora como “una primera medida de calado” (FEMP, 8 de octubre de 2018. Recuperado de <http://www.femp.es/comunicacion/noticias/80-millones-para-crear-empleo-en-los-territorios-despoblados>). La FEMP alertó en 2017 que más de 4.000 municipios, más de la mitad de todos los que hay en el Estado, se encuentran en riesgo de extinción a medio o largo plazo. Y precisamente entre las medidas que planteó para hacer frente a este problema figura la financiación para planes de empleo local, planes especiales de apoyo a autónomos y emprendedores del medio rural, con un punto de mira dirigido sobre todo a los jóvenes.

Sin embargo, la evaluación que realizan de esta misma medida desde plataformas ciudadanas como Soria ¡Ya! es muy distinta. Consideran que 80 millones de euros repartidos entre diversas provincias acaba generando que llegue “limosna” a cada una de ellas. “Seguro que de esos 80 millones algo ha caído en Soria, pero es como la pedrea. Han dejado que la despoblación llegue a un punto donde 80 millones ya no hacen nada”, aseguró su portavoz, Sergio de Miguel, en la entrevista en profundidad realizada en el marco de este proyecto.

- **En la agenda social**

Finalmente, la despoblación también está presente en la agenda social. Hay múltiples plataformas ciudadanas en las provincias más despobladas que llevan años reclamando mejoras, sobre todo de infraestructuras. Algunos ejemplos son Soria ¡Ya! y Teruel Existe.

En este sentido, hay que destacar que el despoblamiento del medio rural es percibido por la sociedad castellanoleonesa de manera casi unánime como un problema grave o muy grave. Según el barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) de febrero de 2019, el 82,4% de los españoles ha oído hablar de despoblación. De ese porcentaje, el 41,4% lo considera un problema muy grave y el 47,1% bastante grave.

No obstante, cabe matizar que tal percepción lejos de aflorar en los últimos meses, se remonta a la última década. Así se desprende del estudio *Percepción pública del problema de la despoblación del medio rural en Castilla y León*, elaborado por la Universidad de Valladolid junto con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en base a 450 encuestas. Los individuos consideran la población rural como un bien público, susceptible de ser apoyado a través de políticas específicas (Gómez-Limón, Atance y Rico, 2007). De todo lo anterior se desprende el criterio de oportunidad.

- **Alcance social amplio**

Se trata de un problema que afecta a todo el territorio español, dado que una parte se vacía y otra se satura. Los datos del censo oficial de población recogidos por el INE (2018) muestran que el 90% de la población vive en el 30% del territorio español, fundamentalmente en Madrid y las zonas del litoral. Mientras, el 10% de habitantes reside en el 70% restante en el interior de la península. Es cierto que la concentración de población en el litoral y Madrid y la despoblación en las comunidades del interior están ahí desde hace décadas, pero el problema se ha acelerado en los últimos años.

Además de a los municipios pequeños, la despoblación también afecta a ciudades y capitales de provincias pequeñas del interior, que desde 2008 acusan la pérdida de habitantes que emigran a las grandes ciudades en busca de mejores condiciones de vida. Según los datos del padrón de 2018, ocho de las diez mayores localidades de las provincias de Ávila, Burgos, Soria y Zamora menguaron su población de 2008 a 2018. Asimismo, cabe destacar que ya hay cuatro provincias en las que más de la mitad de sus oriundos ha emigrado. Se trata de Soria, Cuenca, Ávila y Teruel, que ya tienen menos del 50% de sus nacidos viviendo en la provincia, como ponen de relieve los datos del padrón publicados en 2019 (INE, 2019. Recuperado de: <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2918&L=0>).

- **Laguna investigadora**

No he encontrado ninguna tesis doctoral que aborde los temas de despoblación y comunicación. Sí algunos artículos científicos, pero ninguno propone acciones comunicativas para poner en valor la vida en los pueblos. El diagnóstico, mejor dicho, los diagnósticos sobre despoblación rural y reto demográfico, están hechos y son compartidos por la mayoría de expertos e instituciones diversas. Pero falta comunicar. “Hay que poner en marcha un gran plan de comunicación muy activo para

que todo el mundo comprenda lo que nos estamos jugando. Si no salvamos los pueblos, tampoco se van a salvar las ciudades ni el medioambiente”, aseguró Manuel Campo Vidal, organizador de la Cátedra del Reto Demográfico, adscrita a la Universidad de Lleida, en el marco del II Foro Nacional de Despoblación, celebrado el 25 de febrero de 2019 en Puebla de Sanabria (Zamora).

En estos mismos términos se expresó la comisionada del Gobierno para el Reto Demográfico, Isaura Leal, en el mismo acto: “Hay que convencer a nuestro país de que nos va el futuro en ello. Si el futuro que quieren para sus hijos es convertir Madrid en México DF es una opción”.

Según el estudio *Limitaciones, deficiencias y oportunidades de las relaciones públicas en el ámbito rural: un sector por consolidar*, elaborado por Asunción Huertas, de la Universidad Rovira y Virgili, “existe un desconocimiento de todo lo rural y por ello pervive una visión estereotipada que no se ajusta a la realidad” (2011, p. 262). Huertas Roig dice que la mayoría de noticias del mundo rural que aparecen en los medios de comunicación son negativas. Predominan los temas de crisis, desastres climatológicos, huelgas o irregularidades administrativas. Por lo que se está creando una imagen negativa de todo lo que engloba el mundo rural.

Castilla y León no es una excepción. El periodista y académico Luis Miguel de Dios (2017) da fe de los estereotipos que pesan sobre los pueblos castellanoleonese.

El paleta no tuvo quien le escribiera. Ni quien le defendiera. Se tuvo que ir. Y lo hizo sin ruido, como la cosa más normal del mundo. El pueblo era el atraso, lo pequeño, lo sin futuro. La ciudad representaba todo lo contrario, pese a que el desgarró doliera.

Por eso, De Dios defiende que ante el problema de la despoblación rural es clave la comunicación, dejar a un lado el lenguaje del desprecio e insistir en los perjuicios que provoca. Reclama dar un paso más. Un paso (o zancada) que, en su opinión, pasa por “concienciar a la sociedad sobre lo irracional y peligroso de mantener y potenciar el salvaje desequilibrio entre la España vacía y la España atestada” (2017, p. 148).

Por su parte, Huertas Roig sostiene que para revalorizar el mundo rural se debe hacer pedagogía. Llevar a cabo una labor de sensibilización con acciones de todo tipo que demuestren la importancia del mundo rural y lo fomenten en todas sus vertientes. “Como consecuencia, el ámbito comunicativo y de relaciones públicas resulta de gran importancia para estar presente en la actual sociedad de la información” (2011, p. 263).

## **CAPÍTULO II. Marco teórico – conceptual.**

“Hemos matado la cultura campesina pero no la hemos sustituido por nada, al menos, no por nada noble”. Con estas palabras, Miguel Delibes declaró su defensa del medio rural en el discurso que pronunció el 25 de mayo de 1975, día que ingresó en la Real Academia Española de la Lengua. Aquel escenario rural en el que Delibes dio vida a un sinfín de personajes -como reflejó en *El Camino* (1950), *Las Ratas* (1962) o *El disputado voto del señor Cayo* (1978)- se extiende en la actualidad por el 85% del territorio español e integra en torno al 20% de la población.

Así, el propósito de este epígrafe es reflexionar, en primer lugar, sobre lo que es el medio rural y su importancia. En él se encuentran la totalidad de los recursos naturales y una parte significativa del patrimonio histórico y cultural. Además, se hace hincapié en el papel clave que juegan las ciudades. Todo va unido. Lo rural y lo urbano como un continuo. Las urbes no pueden vivir sin el campo y viceversa. Son las dos caras de una misma moneda.

En segundo lugar, bajo las teorías de la reestructuración social, se analiza la neo ruralidad y los distintos significados que adopta. Después, se trata la revalorización de lo rural en la postmodernidad, destacando fundamentalmente la sensibilidad medioambiental y la valoración de la sociabilidad como aspectos diferenciadores.

Asimismo, se analiza la relevancia del Método LEADER, impulsado por la Unión Europea, como factor clave para el desarrollo rural y la mejora de la imagen de lo rural, en un contexto en el que surgió el orgullo de ser y sentirse rural, promovido por diversas plataformas.

Finalmente, se analiza el papel que puede jugar la comunicación para poner en valor la vida en los pueblos y se ofrecen algunas propuestas para la acción centrándose en particular en dignificar lo rural y acabar con el lenguaje del desprecio que ha acompañado el declive demográfico y social de los pueblos. Cuando se pierde la batalla del lenguaje y de las representaciones simbólicas, se acaba perdiendo todo lo demás. De ahí la importancia de labrar una nueva imagen del rural, como un modo de vida. Un territorio con ventajas y oportunidades. Todo ello en el marco de la comunicación con fines sociales. La España interior no está vacía. Cuenta con una riqueza inmensa.

## 2.1 El medio rural y el urbano como un todo

El mundo rural es diverso y complejo. No hay una definición aceptada por todos de lo que es, puesto que no existe un único medio rural, sino distintos espacios rurales. En esta realidad tienen cabida desde “pequeñas aldeas que pueblan el interior del noroeste de España, hasta las villas del litoral mediterráneo o del extrarradio de las grandes capitales” (Consejo Económico y Social, 2018, p. 19).

Tradicionalmente, la definición de medio rural se concibió en oposición a lo urbano y al correlato atraso-progreso. No obstante, el proceso de transformación iniciado en la segunda mitad del siglo XX cuestionó el concepto tradicional de rural, que contaba con cuatro grandes características (Sancho y Reinoso, 2012): la capacidad de explotar recursos cercanos, la preponderancia de la actividad agraria, la mayor relación con el medio natural que en las ciudades y la presencia de fuertes vínculos sociales entre los habitantes, enclavados en colectividades de reducido tamaño y relativamente estables.

Fueron los sociólogos Pitirim Sorokin y Carle Clark Zimmerman quienes exploraron las dimensiones rural y urbana como un mismo continuo. En su obra *Principios de Sociología Rural y Urbana* (1929) se alejaron del carácter dicotómico inicial con el que se concibieron medio rural y urbano, apuntando a un continuum.

Para estos autores no existe una ruptura entre sociedades rurales y urbanas, sino diferencias graduales que permiten caracterizar a las comunidades según su proximidad a uno u otro extremo. Es decir, diferencias de intensidad más que contrastes.

Hoy las fronteras entre ambos entornos son cada vez más difusas. Arropados bajo este marco teórico, proliferan los estudios que defienden que hace tiempo que quedó atrás la época en la que lo rural y lo urbano aparecían en el imaginario colectivo como antagónicos, de tal modo que se atribuían todas las cualidades negativas a lo rural (un mundo atrasado, marginal, cerrado en sí mismo e improductivo), mientras que se reservaban las positivas para el urbano (asociación moderno-urbano-industrial) (Entrena-Durán, 2012).

Así, atendemos a un estilo de vida rural ya no contrapuesto a la ciudad, sino fusionado (Trimano, 2015). Y en esa fusión, “la tensión campo / ciudad no se reduce ya -si es que

alguna vez fue así- a la confrontación entre lo urbano y lo exurbano (o fuera de lo urbano)” (Díaz, 2011, p.232).

Según el Ministerio para la Transición Ecológica (Cruz, 2006), el conocimiento de lo rural y lo urbano no puede abordarse desde la simpleza de la concepción dicotómica ya que no existe una línea divisoria entre ambos ni tampoco estos existen por sí mismos. De tal manera que las características básicas de cada entorno se hallan más bien combinadas y mezcladas en las comunidades reales constituyendo peculiaridades complejas.

En esta línea, Toledo (1998) defiende que el cambio tecnológico, la transmisión de la información y de la cultura, los nuevos medios de transporte y, en definitiva, el proceso general de globalización, tienden a disolver progresivamente las fronteras socioeconómicas entre las demarcaciones territoriales rural / urbano.

La dicotomía tampoco convence a Bustillos (2011), para quien pensar el espacio en términos de campo-ciudad responde a una lógica reduccionista “típica de la modernidad, anclada en la idea del progreso económico como equivalente a la industrialización” (p.2).

Para Baigorri (1995), el espíritu del capitalismo y la sociedad informacional “han penetrado hasta tal punto en esos supuestos espacios rurales que no es fácil percibir hoy diferencias en hábitos, actitudes y valores, y menos aún en lo que se refiere a las estructuras y relaciones de producción” (p.1). Así, subraya, como en los casos anteriores, que la dicotomía no sirve y que se debe hablar de gradaciones, de un continuum que iría desde lo más rural -o menos urbanizado- a lo más urbano -o menos rural-.

Es en ese continuum rural-urbano donde se enmarca esta investigación. Lo rural no se entiende sin lo urbano ni lo urbano sin lo rural. Este también es el enfoque de los planteamientos desde la agenda social, mediática y política. Desde todos los ámbitos se reclaman políticas transversales y sumar fuerzas para hacer frente al que Meritxell Batet, exministra de Política Territorial, definió como “el mayor reto de España”. (Conde, 2018.

Recuperado de:

<https://www.elmundo.es/espana/2018/11/10/5be5c423268e3eb9188b4588.html>.



La despoblación no es un fenómeno aislado, sino un problema que concierne a toda España. Una parte del país se vacía y otra se llena. Unas zonas agonizan y otras se saturan. Algunos lugares se deshabitan y en otros cada día es más caro caber. Basta con arrojar un simple vistazo al mapa sobre la densidad de población en España. Ahí está el agujero negro de Madrid y Barcelona que todo lo engulle y el desierto que cada día que pasa se cobra un pedazo de territorio en Castilla y León y Aragón.

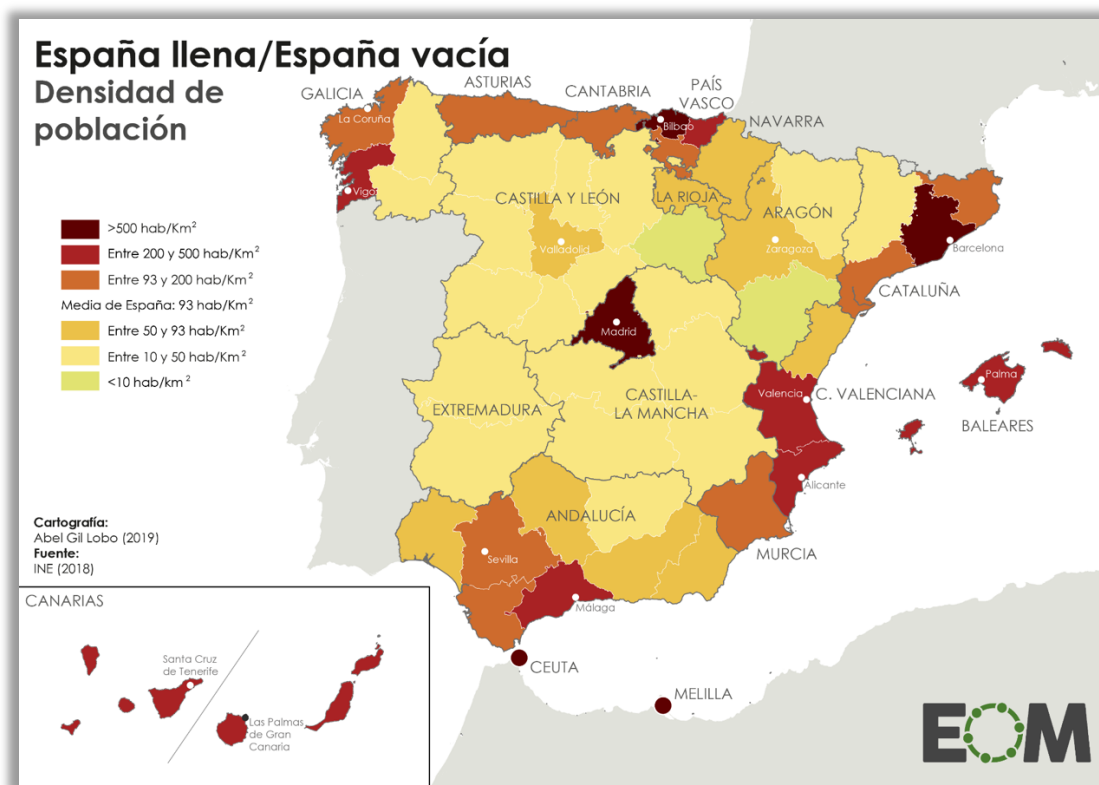


Figura 1. La densidad de población de Soria y Teruel es inferior a 10 hab / km<sup>2</sup>. Fuente: El Orden Mundial

Zonas desiertas y envejecidas frente a ciudades superpobladas donde surgen tensiones de todo tipo. Vivir en Madrid, Barcelona o Bilbao implica pagar unos elevados precios por alquilar un mini apartamento en la periferia. Pequeño, no más de 40 metros cuadrados, caro (mínimo 700 euros) y casi con total probabilidad a una hora del trabajo. Porque el transporte es otro problema. Y ligado a él, la contaminación, además del estrés y la ansiedad. La receta para el desastre.

La despoblación afecta a todo el territorio español sin excepción. Implica a todos y cada uno de los municipios, infra o superpoblados, del medio rural y del urbano. Nos incumbe a todos los ciudadanos. No importa que residan en el campo o en la ciudad. Tampoco que sean

burgaleses, valencianos o madrileños. Nadie se libra. Si no salvamos los pueblos, tampoco se van a salvar las ciudades ni el medioambiente. Todo va unido. Las ciudades no pueden vivir sin el campo y viceversa. Son las dos caras de una misma moneda.

El lema de la pancarta que se muestra a continuación -fotografía tomada en la Revuelta de la España Vacía el pasado 31 de marzo de 2019- no puede ser más claro: “Si os da igual la despoblación, id preocupándoos por la superpoblación”.

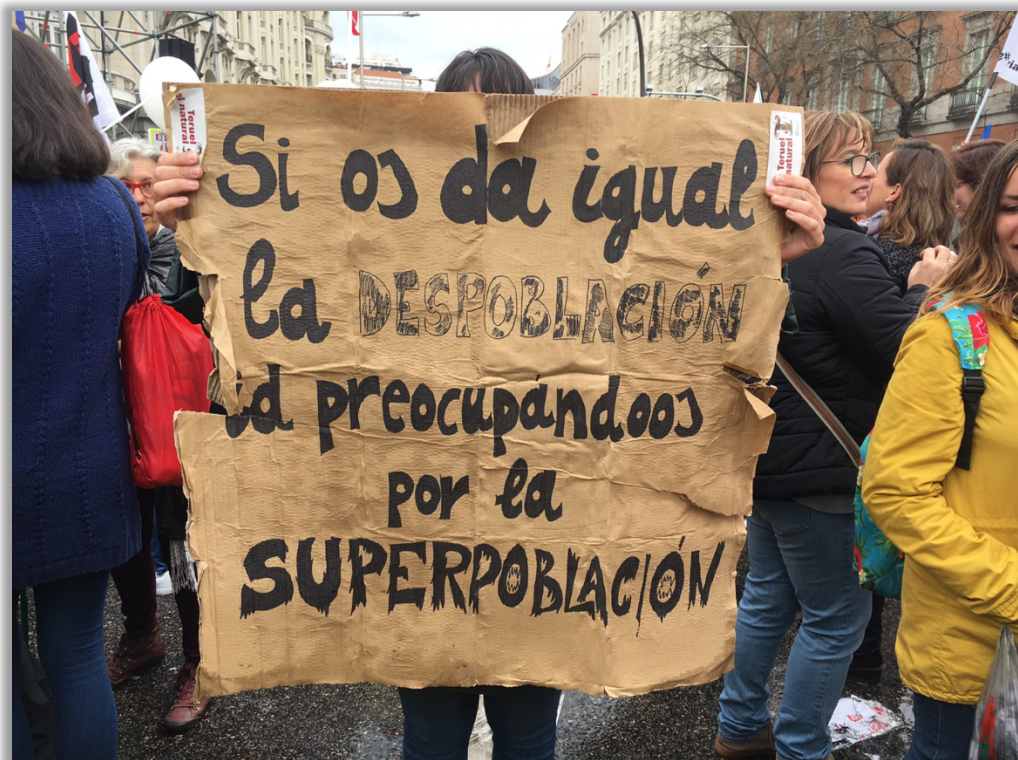


Figura 2. La despoblación concierne a toda España. Fuente: Edu Granados.

Varios expertos señalan que la situación demográfica de las grandes ciudades es insostenible y que, precisamente, el verdadero problema es la ciudad llena. Así lo refleja el escritor Gustavo Duch (2018) en *Cosechas de mucha gente pequeña*, un conjunto de relatos sobre agroecología, soberanía alimentaria, fronteras... “Ahora toca vaciarla, vaciar la ciudad, vaciar, sobre todo, Madrid” (p.98).

En esta línea, Camarero (2017) asegura que hoy nuestro vaciamiento rural es otro y que la despoblación se refiere a la concentración de la población en ciudades. Tras señalar que el modelo socioeconómico dominante es urbano, sostiene que el mundo rural se sigue

explicando desde “imaginarios trasnochados” (p.21) como en la célebre fábula de Esopo *Ratón de campo y ratón de ciudad* en la que se retrata una ciudad ostentosa y peligrosa frente a un campo sencillo y saludable.

A favor de las urbes juega el efecto de aglomeración, que constituye por sí mismo un factor de atracción por el poder de la ciudad para “producir e imponer imágenes y marcos sobre lo urbano y lo rural que se explican precisamente por un contraste en el que lo rural siempre pierde, salvo en funciones subsidiarias de lo urbano: ocio y provisión de alimentos” (Ramos, 2017, p.13).

En este marco, la ciudad aparece como el espacio de localización de servicios públicos y comerciales del más alto nivel, así como de concentración de oportunidades de empleo de calidad y movilidad social. Aunque tal como matiza Guadalupe Ramos, profesora de Sociología en la Universidad de Valladolid, se identifica “falazmente acumulación con accesibilidad” (Ibídem). A ello también se unen otros factores de atracción de la población como el debilitamiento de las pautas de control social y la multiplicación de opciones de interacción social y ocio.

### **2.1.1 La neorruralidad y sus significados**

A mediados de los ochenta comienza a evidenciarse un renacimiento de las zonas rurales (Camarero, 1993). El mundo rural experimenta mutaciones profundas. No sólo económicas, demográficas y sociales, sino “una reestructuración global que modifica sustancialmente el papel que tradicionalmente se ha venido otorgando a estas sociedades y espacios” (Oliva, 1997, p.322). Se empieza a escribir un nuevo guion. Algunos autores hablan del *rural turnaround*, el *rural shift* o la *renaissance rurale* en el marco de la sociedad postindustrial.

Hay un nuevo contexto. Por un lado, la metrópoli se hace deficitaria. El bienestar material que supuestamente aportaba vivir en la ciudad sucumbe a la degradación medioambiental y al deterioro de la vida cotidiana. Por otro lado, están la crisis industrial y la creciente precarización del mercado de trabajo. Algo que rompe el imaginario tradicional de la urbe como lugar para el trabajo. Asimismo, algunos servicios que hasta ese momento eran exclusivos de la ciudad llegan a municipios rurales.

Existen más cambios. No todo el mundo rural perece y se despuebla (Oliva, 1997), sino que cambia el sentido clásico de las migraciones: la movilidad sustituye al éxodo rural y quienes protagonizan esas migraciones ya no son rurales expulsados de la actividad agraria, sino que se producen movimientos en ambas direcciones: migración de retorno, nuevos residentes, neorrurales....

Llegados a este punto y teniendo en cuenta que la movilidad es una seña de identidad de las áreas rurales, cabe plantearse una pregunta: ¿Quién vive en los pueblos? Probablemente haya gente que trabaje o estudie en las ciudades, veraneantes, segundos residentes, visitantes estacionales, inmigrantes, jóvenes birresidentes que entre semana están en la ciudad estudiando u ocupados que residen en piso compartido y que los fines de semana vuelven al campo a la casa familiar, o al revés, también hay profesionales urbanos pero que son rurales de fin de semana... Agricultores que viven en la ciudad y trabajan en el campo o ancianos rurales que visitan a los hijos en las ciudades para acudir al médico (Camarero, 2017).

Entonces, ¿hay alguien permanentemente? Camarero y Oliva (2016) responden que “la ruralidad hoy es una ruralidad que sólo puede ser explicada por una alta movilidad” (p.26). Así, es probable que el cabrero sea un rumano y que el panadero que reabre el horno cerrado hace décadas haya sido informático en una multinacional.

La agricultura deja de ser la actividad que involucra a la mayoría de los habitantes del medio rural. Ya no marca los cánones de la vida local. Muchos de ellos son pluriactivos y una buena parte se halla muy envejecido. Así pues, se consolida una heterogeneidad social en los municipios rurales “hasta ahora desconocida” (Oliva, 1997, p. 334). Se da una metamorfosis continua. “Nuevos y viejos residentes, inmigrantes, extranjeros, emprendedores, jubilados... conforman un *melting post* que contrasta con el mundo rural uniforme del siglo pasado” (Camarero, 2017, p.26).

Además, la asociación de la vida rural con el espíritu comunitario, la naturaleza, la calidad de vida y la tranquilidad sustituyen a las representaciones anteriores que la relacionaban con la pobreza, la falta de desarrollo personal, el aislamiento social y el atraso (Rivera, 2004). Esto lleva a ver la ruralidad como una buena alternativa de vida.

De hecho, el cambio residencial de la ciudad al campo es concebido no sólo como un cambio de vivienda sino como una apuesta vital en la que confluyen una serie de representaciones sociales sobre lo rural y lo urbano, sobre la vida en el pueblo y la vida en la ciudad. Aspectos -económicos, sociales, políticos y espaciales- que se engloban en las teorías de la “reestructuración rural” y su relación con el nuevo imaginario sobre el “idilio rural” (Ibídem).

Ese nuevo imaginario se refleja en lo que Rivera (2009) llama “proyectos utópicos”, bien de refugio, bien de arraigo, que mueven a algunas personas a mudarse de la ciudad al campo. Surgen distintos significados, distintos modos de comprender lo rural. La autora habla de tres maneras de irse a vivir al campo. Pero, en todo caso, muestra una sociedad en la que lo urbano y lo rural son dos aspectos de una misma realidad estrechamente relacionados, que no es posible disociar.

La primera es lo que Rivera califica como **distopía pragmática**. Se trata de un primer tipo de neorruralidad en el que la ciudad es el espacio cotidiano de trabajo, servicio, ocio y relaciones sociales. Y el pueblo representa el mero emplazamiento de la vivienda. Es decir, quienes se van a vivir al campo lo eligen simplemente ante ciertas necesidades experimentadas en un momento concreto.

Esta es una estrategia vinculada al constante tránsito entre la ciudad y el nuevo lugar de residencia. El único cambio importante introducido en la vida de sus protagonistas es el lugar en el que se recogen al final del día, manteniendo prácticamente inalteradas las actividades cotidianas que realizaban antes de trasladarse al nuevo lugar. Este tipo de neorrurales “legitima su decisión esencialmente en función del mayor espacio físico disponible” (Rivera, 2009, p.420). El pueblo y su entorno apenas fueron considerados a la hora de definir su apuesta residencial.

El segundo tipo es lo que Rivera llama **“utopía de refugio”**. Aquí, la ciudad va restringiéndose poco a poco al espacio del trabajo y sociabilidad, al tiempo que se convierte en un importante motivo de malestar. Hay un cierto grado de crítica a experiencia de la vida urbana. La ciudad es vista como un lugar que dificulta las relaciones sociales, que se ven reducidas en muchos casos a encuentros superficiales. Además, el tráfico, los atascos y las prisas confluyen en un estrés generalizado.

El nuevo emplazamiento de la vivienda representa, por tanto, el espacio de recogimiento y refugio que permite desvincularnos de la ciudad, así como regenerarnos del desgaste que nos produce. En esta estrategia, según Rivera, hay un deseo expreso de salir de la ciudad pese a mantener en la ciudad el trabajo, las amistades, las compras... Hay un distanciamiento voluntario de la urbe, tanto físico como simbólico, aunque no se produce la ruptura.

Asimismo, la autora destaca que en esta apuesta residencial hay una serie de representaciones sociales cercanas al idilio rural y la arcadia pastoril que dibujan el hábitat rural como un espacio en el que las pautas de convivencia se rigen por la tranquilidad y la confianza mutua. El refugio se construye sobre dos pilares: la casa y el pueblo. La casa es valorada por la mayor calidad de vida que proporciona en relación a un piso en la ciudad y el pueblo representa el entorno social más inmediato, el espacio idóneo para establecer unas relaciones vecinales basadas en la espontaneidad, el conocimiento y la confianza mutua frente a la anomia social con la que asocia la ciudad.

También se da una mayor percepción de seguridad y los neorrurales comienzan a valorar el potencial regenerador de la naturaleza, es decir, su capacidad para hacerles olvidar los problemas que traen de la ciudad.

Finalmente, la tercera forma de concebir qué es el campo y qué es vivir en un pueblo es lo que Rivera denomina **“utopía de arraigo”**. Como en el caso anterior, se trata de un proyecto utópico, es decir, la estrategia residencial se vincula con la consecución de un deseo que ha ido tomando forma en un tiempo más o menos dilatado. Se trata de un “intento por encontrar un nuevo centro de arraigo y un sentimiento de pertenencia” (p. 427). Aquí, los neorrurales sienten que la ciudad es un espacio del que necesitan salir para llevar una vida más acorde con sus planes de futuro.

Eso sí, consideran que su necesidad de distanciarse de la ciudad no puede satisfacerse con el mero traslado del hogar a una localidad pequeña en la que refugiarse al final del día, sino que éste debe ir acompañado de una transformación en el estilo de vida. Esto se traduce en el abandono del trabajo en la ciudad y el inicio de una nueva actividad laboral en el municipio rural o sus cercanías.

Estos neorrurales buscan integrarse en la vida de la localidad a través de la participación en distintas actividades. Pasan a formar parte de una nueva red de relaciones sociales. Las dimensiones pueblo y naturaleza cobran una gran relevancia como argumento legitimador de su apuesta por la vida en lo rural. De ahí se deriva otro elemento: la crianza de los hijos, que consideran más sana y feliz que en la ciudad. En definitiva, para ellos el pueblo representa un modo de vida. Eso sí, todo ello está condicionado por la capacidad de la población local para aceptar las diferencias que introducen los neorrurales, algo que, según Rivera, no siempre termina con éxito.

### **2.1.2 Definiciones oficiales de rural**

Al margen de las distintas teorías, los cambios en la estructura del poblamiento, así como los desequilibrios territoriales cada vez más acusados, ya sean de índole administrativa, económica, social o demográfica, también han provocado nuevas formas de entender y definir el medio rural. Las tipologías son múltiples. Así lo reflejó la Comisión Europea en 1988:

La noción de mundo rural se refiere a todo un tejido económico y social que comprende un conjunto de actividades diversas. Además de su función de marco existencial de los que allí viven y trabajan, el espacio rural presenta unas funciones vitales para la sociedad (...) En tanto que zona tampón y espacio de regeneración, es indispensable para el equilibrio ecológico y cada vez más un lugar de acogida privilegiado para el descanso y el recreo (Kayser, 1990, p.12).

La Fundación BBVA, por ejemplo, propone tres dimensiones: demografía, coberturas del suelo y accesibilidad. Otros, como el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA), definen tres grandes grupos en cuanto a asentamiento de población y cohesión territorial. Por un lado, se encuentran las áreas con un buen nivel de desarrollo basado en la agricultura. Son zonas densamente pobladas, bien dotadas de infraestructuras y equipamientos sociales. En el otro extremo están las áreas del interior alejadas de los centros urbanos, con importantes déficits estructurales, bajos niveles de población y escaso equipamiento. Aquí existen graves problemas de despoblamiento y serias probabilidades de abandono, según IESA. Finalmente destacan unas áreas intermedias con buena interacción rural / urbana donde la población dispone de infraestructuras adecuadas y diversifica las fuentes de renta aprovechando las distintas oportunidades del entorno económico.

Pero hay muchos más criterios y tipologías para definir el medio rural. A continuación, se recoge un resumen elaborado por el Consejo Económico y Social de España, que fue publicado en su informe de octubre de 2018.

**RECUADRO 1.** ALGUNOS CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN DE LAS ZONAS RURALES

<b>Estudio</b>	<b>Criterios de clasificación</b>	<b>Tipología</b>
IESA	Cohesión territorial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Áreas con un buen nivel de desarrollo basado en la agricultura, y que cuentan con sistemas alimentarios locales bien articulados.</li> <li>• Áreas del interior rural con importantes déficits estructurales y problemas demográficos.</li> <li>• Áreas intermedias con una buena interacción rural/urbana.</li> </ul>
Fundación Foessa	Demográficos. Físicos. Distribución de núcleos poblacionales. Orientación productiva. Estructura de la propiedad del espacio agrario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zonas de montaña.</li> <li>• Zona de núcleos dispersos.</li> <li>• Zonas de llanuras cerealistas en minifundio.</li> <li>• Zonas de llanuras cerealistas en latifundio.</li> <li>• Zonas de dehesas y serranías en minifundio.</li> <li>• Zonas de dehesas y serranías en latifundio.</li> </ul>
Fundación La Caixa	Estructuras demográficas (distribución por edad y sexo). Desplazamientos cotidianos de casa al trabajo y viceversa. % de residentes rurales de 30-49 años que una década antes residían en un municipio distinto del de residencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconexión.</li> <li>• Transición.</li> <li>• Local.</li> <li>• Líquido.</li> <li>• Denso.</li> </ul>
Fundación BBVA	Demografía. Coberturas del suelo. Accesibilidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipios urbanos abiertos.</li> <li>• Municipios urbanos cerrados.</li> <li>• Municipios intermedios abiertos.</li> <li>• Municipios intermedios cerrados.</li> <li>• Municipios rurales accesibles.</li> <li>• Municipios rurales remotos.</li> </ul>
Fundación Encuentro	Demográficos. Económicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zonas rurales del litoral cantábrico.</li> <li>• Zonas rurales del litoral mediterráneo.</li> <li>• Zonas rurales periurbanas.</li> <li>• España rural interior competitiva.</li> <li>• España rural interior no competitiva.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia a partir de los Informes citados.

Figura 3. Criterios para definir el medio rural. Fuente: CES.

No obstante, el criterio más sencillo y ampliamente utilizado en estadísticas oficiales es clasificar como rural todo aquel municipio con una población inferior a 10.000 habitantes. Por él se guía el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Eurostat se rige por tres categorías básicas: rural, intermedia y urbana. La agencia estadística europea clasifica cada provincia en función de la densidad de población y el tamaño de los núcleos poblacionales que predominen en su territorio. En esta ordenación, Eurostat también ofrece datos económicos, de mercado de trabajo, educación, salud, condiciones de vida y bienestar.



### RECUADRO 3. PRINCIPALES DEFINICIONES OPERATIVAS PARA EL ESTUDIO DEL MEDIO RURAL

**En España, el Instituto Nacional de Estadística** utiliza el tamaño del núcleo poblacional considerando los siguientes tipos:

- Municipios rurales, cuando cuentan con menos de 10.000 habitantes.
- Municipios pequeños o rurales. Tienen una población inferior a 2.000 habitantes.
- Municipios intermedios. Tienen una población entre 2.000 y 9.999 habitantes.
- Municipios urbanos, que tienen más de 10.000 habitantes, siempre que al menos un núcleo de población dentro del municipio cumpla con la condición anterior (de lo contrario, constaría como municipio semiurbano).

**Eurostat**, a partir de la información de base (*grid* de población), cualquier **tipología rural/urbano** está armonizada entorno a tres conceptos fundamentales:

- Celdas de población rural o áreas rurales: celdas fuera de las aglomeraciones urbanas. Obsérvese que estas celdas pueden estar habitadas o no, pero solo las áreas rurales habitadas serán objeto de atención.
- Aglomeraciones urbanas: aglomeraciones de celdas contiguas, incluyendo las diagonales, con una densidad mínima de 300 habitantes por km<sup>2</sup>, y un umbral mínimo de población de 5.000 habitantes.
- Aglomeraciones urbanas de alta densidad o centros urbanos: aglomeraciones de celdas contiguas, excluyendo las diagonales pero rellenando los huecos y suavizando los contornos, con una densidad mínima de 1.500 habitantes por km<sup>2</sup>, y un umbral mínimo de población de 50.000 habitantes.

Además, **Eurostat** utiliza el concepto de “**grado de urbanización**”, según el cual se pueden distinguir:

- Zonas densamente pobladas, caracterizadas por una densidad superior a 500 habitantes por km<sup>2</sup>, y al menos 50.000 habitantes.
- Zonas intermedias, unidades locales que no perteneciendo a una zona densamente poblada, tienen una densidad mínima de 100 habitantes por km<sup>2</sup> y una población total de al menos 50.000 habitantes.
- Zonas poco pobladas. Tienen una densidad de menos de 100 habitantes por km<sup>2</sup> y su población es inferior a 50.000 habitantes (aquí es donde entrarían las zonas rurales).

Fuente: elaboración propia a partir de la información del INE y Eurostat.

Figura 4. Definición del medio rural del INE y Eurostat. Fuente: CES.

## 2.2 La revalorización de lo rural, un valor de la postmodernidad

En la sociedad postmoderna del placer, las emociones y la estética, también hay hueco para regresar a la naturaleza, para reinventar la tradición y, cómo no, para revalorizar el mundo rural. Que los pueblos dejen de verse como algo atrasado y marginal y pasen a ser considerados como referentes de arraigo e identidad, lugares con calidad de vida, donde se pueden ejercer estilos de vida diferenciados.

La ruralidad emerge como valor porque surgen nuevos paradigmas que aunque no son sólo rurales afectan de manera especial al mundo rural (Nogué, 2019). “Las clásicas estructuras materiales e ideológicas que creíamos infalibles se resquebrajan, los pilares del sistema de

producción y consumo hegemónicos muestran grietas y el modelo de crecimiento y los valores sociales imperantes se ves cuestionados” cada vez más por nuevas actitudes ante el trabajo, ante los recursos naturales, ante los lugares, como explicó el geógrafo en el Foro Cultura y Ruralidades, organizado por el Ministerio de Cultura en Soria los días 5 y 6 de junio de 2019. Nogué apuntó que detrás de estos cambios se encuentra el reclamo de una vida más plena, en la que el individuo sea dueño de su destino, controle su propio tiempo y se alimente de manera más sana. Algo que, a su juicio, tiene mucho que ver con las nuevas ruralidades.

Para Nogué, el cambio de paradigma tiene un componente fundamental: el reencuentro con el lugar. En su opinión, asistimos a un redescubrimiento del lugar que se refleja, por ejemplo, con la reinención de antiguas profesiones como estrategia de recuperación del carácter del lugar. “Ahí están las escuelas de pastores con un éxito extraordinario”, apuntó.

El catedrático también habló de la importancia de “reemocionalizar” un territorio (vincular las emociones a los lugares), y más concretamente, de armar un discurso que mire lo rural con otros ojos y sea capaz de captar sus valores y potencialidades. “Estamos ante un nuevo panorama que puede permitir articular un nuevo relato sobre el mundo rural, que debería ser liderado por los propios habitantes del lugar para evitar la banalización. Hay esperanza, no está todo perdido, es posible un relato de resistencia”, sentenció.

Son múltiples las razones que lo respaldan. En primer lugar, el medio rural ofrece tiempo para pensar, tiempo para ser. Además, el medio rural aporta naturaleza, aire puro, olores, colores y atardeceres. También, un sinfín de senderos para practicar deporte al aire libre sin contaminación. En el medio rural se encuentran la totalidad de los recursos naturales. Es donde se producen los alimentos indispensables para la vida, donde están el agua y las semillas e incluso el oxígeno -tan importante y tan dado por sentado-. Allí las redes sociales son las de siempre: relaciones humanas cálidas y cercanas.

Este relato, del periodista Luis Miguel de Dios (2016, pp.135-136), resulta verdaderamente inspirador:

El desánimo estaba a punto de derrotarme cuando un oscurecer de febrero hallé refugio en la única casa con luz de una aldea de la llanura. Nevaba. Rendido por el frío y el cansancio, casi ni advertí la sorna de la señora que me preguntó por mi colección de milagros. Antes de que pudiera reaccionar, ya había puesto sobre la mesa una cazuela de sopas de ajo y un plato de conejo con pisto. Me mandó comer. Obedecí con gula. Al acabar me condujo al exterior. Escarbó en la tierra blanca hasta dar con

unos tallos. “Son ajos; los sembré en noviembre; de ellos, moribundos ahora, saldrá una sopa como la que has tomado”. Me hizo fijar la vista en otra pequeña parcela. “Viéndola así parece mentira que dentro de unos meses esté cuajada de pimientos, tomates, cebollas, calabacines, ¿te gustó el pisto?”. No esperó mi respuesta. Señaló la amplitud del páramo para decir: “Parece muerto para siempre, pero en primavera verdecerá, espigará y será un tapiz de trigo o cebada. Y en sus lindes brotarán amapolas, mielgas y lecheriegas con las que podré alimentar mis conejos sin gastar pienso. Ahora te pondré de postre un flan de huevo y te explicaré cómo logro que sobrevivan mis gallinas con este frío y esta escasez. Mañana sigue tu camino; encontrarás muchos milagros similares en estas tierras que parece dejadas de la mano de Dios; búscalos en casas como la mía”.

No obstante, en algunos casos el mayor control social y la menor densidad social acaban expulsando a los jóvenes del mundo rural. Se sienten vigilados las 24 horas del día y eso los lleva a optar por el anonimato que aportan las ciudades. Las personas entrevistadas reconocen que buena parte de los mayores que viven en los pueblos no ven con buenos ojos que se instalen en el municipio algunos jóvenes:

“Dicen que molestamos. Sobre todo, los que tienen menos de 25 años. Hay amargados en todas las partes (...). Muchos no te dejan avanzar. Hace cuatro años nos presentamos a las elecciones un grupo de cinco jóvenes de Hontoria y aunque todos se quejaban del alcalde que había le volvieron a votar. Debieron pensar ‘a ver qué hacen estos jóvenes con el pueblo’”.

En España, donde el 30% del territorio concentra el 90% de la población, el entorno rural ofrece una mejor calidad de vida (valor también de la postmodernidad). Vivir en los pueblos debería empezar a verse como algo positivo, como una oportunidad para miles de personas que residen en ciudades masificadas y carentes de valores como la cercanía, las relaciones interpersonales, la conciliación de la vida laboral y familiar, la biodiversidad, espacios más saludables donde todo está más cerca y donde los atascos casi no existen. Sin estrés, sin ansiedad, como plantea la empresa social Alma Natura (Recuperado de <http://almanatura.com/2018/07/vivir-pueblo-otra-forma-estar-mundo/>).

El medio rural es, además, el responsable de la custodia del territorio, de que los bosques se mantengan y no se propaguen los incendios. Lo explica el jefe del Grupo de Refuerzo de Actuaciones Forestales de los Bomberos de la Generalitat de Cataluña, Marc Castellnou (Recuperado de <https://www.elmundo.es/espana/2019/06/30/5d17ac10fdddfb08e8b460a.html>):

Hemos abandonado la gestión del monte y la vida en el campo; hemos optado por el poco intervencionismo. Nuestra sociedad deja de lado las economías locales y se olvida de los usos tradicionales del mundo rural. Al final se generan bosques como los que tenemos, totalmente descuidados, con un potencial de combustible que nunca antes habíamos tenido.

El medio rural juega un papel clave en la conservación y la preservación de la masa forestal y de la biodiversidad. Tal como señala el Ministerio para la Transición Ecológica, la biodiversidad “no es sólo el sostén de la mayor parte de las actividades económicas que se desarrollan en el ámbito rural sino también el proveedor de servicios ecosistémicos -agua, alimento o almacenamiento de dióxido de carbono, entre otros- fundamentales para la calidad de vida del conjunto de la ciudadanía” (Recuperado de <http://www.redr.es/es/cargarAplicacionNoticia.do?identificador=31604>). La Comisión Europea cuantificó entre 200.000 y 300.000 millones de euros la aportación anual de la Red Natura 2000, la red integrada de espacios naturales de la Unión Europea, en concepto de servicios ecosistémicos. España, con más de 1.800 espacios incluidos en esta red, es el Estado miembro que más superficie aporta a Natura 2000, cerca de un 30% de su superficie.

En este sentido, destaca la creación en diciembre de 2018 de un grupo de trabajo por parte del Ministerio para la Transición Ecológica y la Red Española de Desarrollo Rural (REDR), que engloba a unos 200 grupos de desarrollo rural, para convertir la conservación de la naturaleza en una herramienta contra la despoblación.

Asimismo, el entorno rural contribuye a crear empleo, a generar innovación y al equilibrio en el saldo comercial de la economía española. Para Camarero (2017, p.21), el medio rural “es un inmenso espacio de libertad y de oportunidades para el desarrollo de otras formas de vida, tal vez utópicas y minoritarias, pero sustanciales y centrales en el mantenimiento de la diversidad”.

En definitiva, el mundo rural es mucho más que unos pueblos. Representa todo un modo de vida, una cultura, alberga una parte significativa del patrimonio histórico y se ha constituido como un firme defensor de tradiciones y folklore. Si se pierden esas raíces, perdemos nuestra identidad, nuestra base de futuro, como recalca la FEMP: “Además de morir el territorio y la cultura, el conjunto se empobrece; muere historia y eso es muy decisivo. No podemos dejar morir la historia” (Recuperado de:

[http://www.femp.es/sites/default/files/hemeroteca/carta\\_local\\_no\\_303\\_junio\\_2017.pdf](http://www.femp.es/sites/default/files/hemeroteca/carta_local_no_303_junio_2017.pdf))

De todos los valores positivos con los que se relaciona la vida en el mundo rural en la actualidad, a continuación, se exploran dos en las preguntas que se realizan en la Encuesta Mundial de Valores (2010-2014): la naturaleza y las relaciones humanas cálidas y cercanas.

En lo que respecta al cuidado de la naturaleza, es en la postmodernidad cuando irrumpen fuertes movimientos de protección del medioambiente, así como la concientización por especies y lugares en peligro de extinción. Ahí están los llamados ‘verdes’, los ecologistas, que aspiran a proteger los espacios naturales y también a dar la vuelta al mundo en contra de las industrias destructivas y contaminantes.

El movimiento verde puede considerarse como un elemento central de la postmodernidad. ¿Por qué? Por ser otra expresión más del desencanto, de la disconformidad con la condición del hombre como depredador de la naturaleza. En este sentido, destaca una cita pronunciada en el marco de la reunión que la Asociación Española para la Ordenación del Medioambiente celebró en 1974 en Benidorm: “Los barrios de las ciudades son casi siempre zonas mal dotadas, sin parques ni jardines. El paisaje de nuestras costas ha sido destruido por las urbanizaciones turísticas. Se extinguen especies animales y vegetales. No hay bienestar material cuando el aire que respiramos o la comida que ingerimos es cada vez peor”.

En esta línea también se expresó el politólogo Ronald Inglehart (1997). En su libro *Modernización y posmodernización: el cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*, manifestó la siguiente visión del proyecto modernista sobre la naturaleza:

Ofreció una época de progreso, desarrollo, racionalidad y comodidad sin límites, pero poco reflexionó sobre el altísimo costo que esto implica. Para cumplir estos anhelos fue necesario construir un modelo social donde primó lo individual frente a lo colectivo, donde la productividad se convirtió en un valor fundamental no sólo de las industrias sino de toda la sociedad, esto al margen de las personas o el medioambiente.

Aunque la conciencia ecológica ha despertado en las últimas décadas, Inglehart matiza que no ha sido sólo el impacto ambiental el que logró tal despertar, sino que “los valores posmodernistas consiguieron este espectacular levantamiento de la importancia del medioambiente” (1997, p.241).

Eso sí, no olvida que siempre han existido grupos que han mantenido posiciones amigables y coherentes con su entorno. El ejemplo más claro son los pueblos indígenas amazónicos. Sucede algo similar entre los pueblos y las grandes ciudades españolas. Es innegable que las condiciones ambientales en las zonas rurales son mejores que en la ciudad. En los pueblos hay un mayor contacto con la naturaleza, el aire es más puro y hay una concentración menor de industrias contaminantes y medios de transporte.

Finalmente, cabe destacar que desde hace mucho tiempo los ecologistas ocupan escaños en el poder legislativo de distintos países. El partido ecologista alemán Die Grünen (Los Verdes), creado por la activista Petra Kelly como “el partido anti-partido”, fue el primero en conseguirlo: entró por primera vez en el Parlamento alemán en 1985.

La gran ola verde se había puesto en marcha. Basta otro dato. En el periodo comprendido entre 2009 y 2013, Los Verdes alcanzaron la mayor representación de un partido ecologista a nivel mundial con 68 escaños, tal como señala la Fundación Vida Sostenible, cuya misión es contribuir a la sostenibilidad de la sociedad.

Entrando ya en la Encuesta Mundial de Valores, la pregunta V78 permite analizar dicho valor. Se pide a los encuestados que digan si les parece importante “cuidar del medioambiente, cuidar la naturaleza”. El planteamiento es el siguiente: “Ahora voy a describirle brevemente diversos tipos de personas. Utilizando esta tarjeta, podría indicarnos para cada descripción si esa persona se le parece mucho, es como Vd., se le parece algo, se le parece un poco, no se le parece, o no se le parece a Vd. en absoluto”.

Pues bien, el 20,7% responde “se parece mucho” y el 39,2% contesta “es como yo”. Con lo cual, casi el 60% de españoles entrevistados señala que cuidar la naturaleza le resulta fundamental.

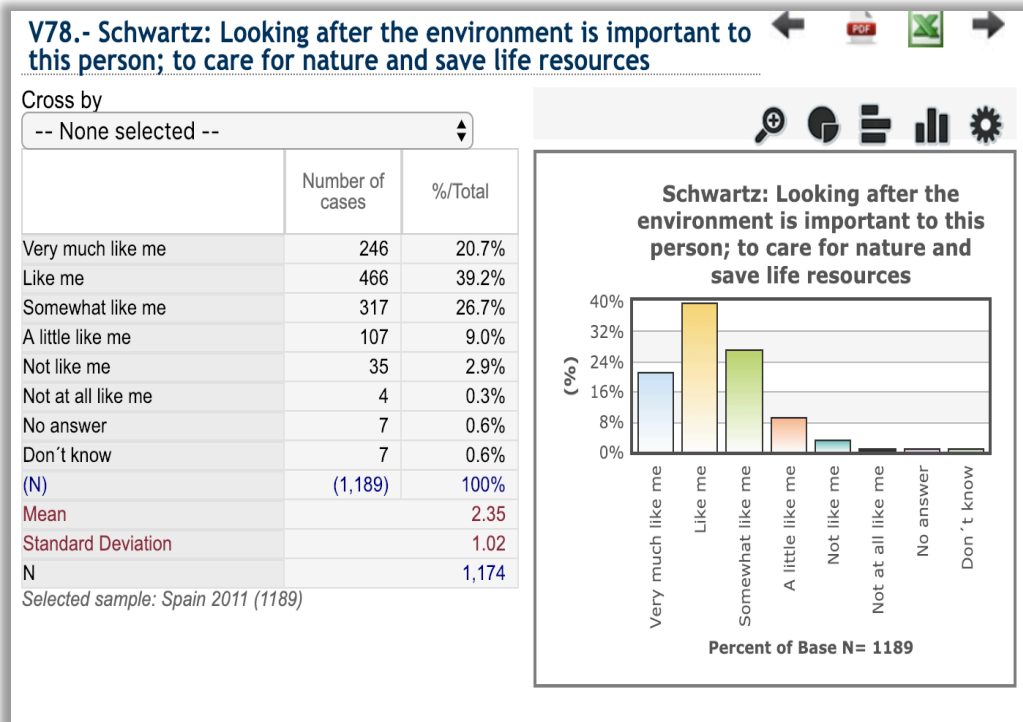


Figura 5. Importancia que la gente concede a cuidar el medioambiente. Fuente: Encuesta Mundial de Valores.

Cabe destacar que no hay grandes variaciones cuando estos resultados se cruzan con la edad. Sube ligeramente el porcentaje de españoles entre 30 y 49 años que responden “es como yo” -de 39,2% de media a 42,8%-. Y desciende a 36,6% en el caso de los que tienen 50 o más años.

	TOTAL	Age		
		Up to 29	30-49	50 and more
Very much like me	20.7%	22.2%	18.6%	21.6%
Like me	39.2%	38.0%	42.8%	36.6%
Somewhat like me	26.7%	25.2%	26.2%	28.0%
A little like me	9.0%	9.0%	8.9%	9.0%
Not like me	2.9%	4.3%	2.1%	2.9%
Not at all like me	0.3%	0.4%	0.4%	0.2%
No answer	0.6%	0.4%	0.8%	0.5%
Don't know	0.6%	0.4%	-	1.3%
(N)	(1,189)	(275)	(437)	(478)
Mean	2.35	2.36	2.34	2.34
Standard Deviation	1.02	1.09	0.98	1.02
Base mean	(1,174)	(272)	(433)	(469)

Selected samples: Spain 2011

Figura 6. Cruce de resultados con el parámetro edad. Fuente: Encuesta Mundial de Valores.

Donde sí aparecen diferencias es al cruzar la importancia que se da al cuidado de la naturaleza con el nivel educativo. A medida que aumenta el nivel de estudios, crece el número de españoles que responden “se parece mucho”. Mientras que entre los que no acabaron la

educación primaria ese porcentaje es de 17,2%, la cifra sube a 25,4% cuando se pregunta a los que cuentan con titulación universitaria.

	Highest educational level attained			
	Complete secondary school: university-preparatory type	Some university-level education, without degree	University - level education, with degree	No answer
Very much like me	27.2%	30.0%	25.4%	16.0%

Figura 7. Cruce de resultados con el parámetro nivel educativo. Fuente: EMV.

Pero, sin duda, lo más interesante es analizar los datos en cada una de las comunidades autónomas donde se realizó la encuesta. Teniendo en cuenta que este trabajo se centra en Castilla y León, este cruce de variables me permite descubrir hasta qué punto asumen los castellanoleoneses el cuidado de la naturaleza y, en definitiva, si estarían dispuestos a “comprar” el mensaje comunicativo que elabore. Si se identifican con el cuidado del medioambiente o si es un tema que no les interesa en absoluto.

Pues bien, el 86,7% de los ciudadanos de Castilla y León lo considera primordial. Es una cifra sensiblemente superior a la que arroja el conjunto de España, situada en el 60%.

Desgranando este dato, el 39,1% de los castellanoleoneses responde “se parece mucho”, frente al 20,7% de la media española. Es casi el doble. Y el 47,6% de los residentes en dicha comunidad autónoma contesta “es como yo”, mientras que a nivel de toda España el porcentaje fue de 39,2%. No obstante, son datos que deben tomarse con cierta cautela ya que están basados en un número pequeño de encuestas.



	Region where the interview was conducted					
	ES- ES11 Cantabria	ES- ES42 Castilla-La Mancha	ES- ES41 Castilla y León	ES- ES51 Cataluña	ES- ES52 Comunidad Valenciana	ES- ES43 Extremadura
Very much like me	11.5%	55.6%	39.1%	17.6%	12.7%	7.8%
Like me	20.0%	27.7%	47.6%	28.6%	28.5%	45.4%
Somewhat like me	55.3%	12.3%	10.7%	39.6%	46.7%	38.6%
A little like me	13.2%	2.2%	1.3%	10.6%	9.9%	4.7%
Not like me	-	2.2%	1.3%	1.2%	0.7%	3.5%
Not at all like me	-	-	-	0.5%	1.5%	-
No answer	-	-	-	-	-	-
Don't know	-	-	-	1.8%	-	-
(N)	(16)	(41)	(70)	(181)	(142)	(26)
Mean	2.70	1.68	1.78	2.50	2.62	2.51
Standard Deviation	0.87	0.94	0.80	0.98	0.96	0.86
Base mean	(16)	(41)	(70)	(177)	(142)	(26)

Figura 8. La importancia al medioambiente que dan los ciudadanos de Castilla y León. Fuente: EMV

Al margen de la Encuesta Mundial de Valores, algunos sondeos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) permiten acercarse a este valor. En los distintos barómetros se analiza el sentimiento ecológico y la valoración de la naturaleza. Por ejemplo, en el de diciembre de 2015, en el que se preguntó a 2.495 españoles.

Entre las múltiples cuestiones relacionadas con el medioambiente, destaco la número 13. Se ofrecen tres frases y se pide elegir la que exprese mejor su opinión. El 49,2% de los encuestados escoge esta: “La defensa y conservación del medioambiente es absolutamente necesaria, aunque su protección suponga a veces costes altos”. Lo cual, refleja la importancia que los ciudadanos otorgan al cuidado de la naturaleza.

CIS	
Estudio n°3121. BARÓMETRO DE DICIEMBRE 2015	Diciembre 2015
<b>Pregunta 13</b>	
Ahora me gustaría saber cuál de las tres frases siguientes expresa mejor su opinión.	
La defensa y conservación del medio ambiente es absolutamente necesaria, aunque su protección suponga a veces costes altos	49,2
El medio ambiente debe ser protegido, siempre que las medidas necesarias para ello no resulten demasiado costosas	26,2
La protección del medio ambiente es necesaria, pero no debe suponer ningún coste adicional para los/as ciudadanos/as	20,2
N.S.	4,0
N.C.	0,4
(N)	(2.495)

Figura 9. El cuidado del medioambiente es necesario para la mayoría. Fuente: CIS

Igualmente, cabe subrayar que el 57,9% de los españoles dicen elegir electrodomésticos de bajo consumo energético a la hora de comprar, tal como aparece en la pregunta 14. No obstante, los ciudadanos que compran habitualmente productos ecológicos, es decir, productos que no contaminan el medioambiente, todavía son una minoría: apenas 17%. Quienes los eligen “algunas veces” son el 47,5% y los que nunca compran productos ecológicos representan el 32,8%. Por lo que aún queda mucho camino por recorrer en este sentido.

Así estaban las cosas en el año 2015. En noviembre de 2018, a juzgar por el estudio número 3231 del CIS, en el que participaron 2.974 ciudadanos, ya se les pregunta por los cambios que creen necesarios incorporar debido al cambio climático. El principal, para el 70,5% de los entrevistados, es reciclar el cristal, papel, aceites y plásticos. Le siguen, con 57,6%, controlar el consumo de energía en la vivienda, y utilizar transportes alternativos como bicicletas y transportes públicos ecológicos (55,3%).

**Pregunta 12e**  
 Personalmente, en su día a día, ¿qué cambios cree que es necesario incorporar debido al cambio climático?  
 (RESPUESTA MÚLTIPLE. MARCAR TODAS LAS QUE MENCIONE LA PERSONA ENTREVISTADA).

Consumir productos ecológicos	31,0
Utilizar transportes alternativos: bicicletas, transportes públicos ecológicos, etc.	55,3
Reutilizar en mayor grado objetos (ropa, muebles)	37,9
Reciclar productos: cristal, papel, aceites, plásticos	70,5
Comprar productos de proximidad y de temporada	31,1
Controlar el consumo de energía en la vivienda	57,6
Controlar el consumo de agua	53,4
Instalar placas solares en su vivienda	35,9
Usar vehículos eléctricos o híbridos	32,8
Consumir, en general, menos productos	31,5
Consumir menos productos envasados	0,4
Promover la cultura ecológica	0,4
Otros	0,7
N.S.	2,4
N.C.	0,8
<b>(N)</b>	<b>(2.552)</b>

Figura 10. Cambios que la gente ve necesario incorporar por el cambio climático. Fuente: CIS.

Si en 2015, la gente veía “absolutamente necesario” defender y proteger el medioambiente, tres años después la frase con la que se sienten más identificados es: “El / la que contamina debería pagar por contaminar”. El 46,5% de los encuestados señala estar “muy de acuerdo” y el 38% opta por “bastante de acuerdo”.

No obstante, hay que subrayar que tanto en el año 2015 como en 2018, los problemas medioambientales no parecen una prioridad para los españoles. En 2015, las grandes

preocupaciones eran el paro (43,8%), los problemas de índole económica (22,9%) y la corrupción y el fraude (10,8%). Sólo el 0,9% señaló el medioambiente. En 2018, sucede algo similar. El paro se mantuvo a la cabeza (28,6%), seguido de los problemas de índole económica (22,3%) y los políticos en general, los partidos y la política con 11,3%. Apenas el 1,1% de los encuestados escogió los problemas medioambientales como el asunto que más les afecta personalmente.

El segundo valor explorado que guarda relación con el mundo rural es el de las relaciones humanas más cálidas y cercanas. Mientras que en las ciudades pocas veces conoces al vecino, en los pueblos las relaciones sociales suelen ser mucho más amplias. Esto lleva a que quienes residen en localidades más pequeñas tiendan a tener en cuenta al otro en mayor medida y se preocupen más por los demás. Como destacan en Alma Natura, una empresa social dedicada a empoderar a la población rural, “la solidaridad vecinal en los pueblos es algo mucho más visible que en las grandes ciudades” (Recuperado de <http://almanatura.com/2018/01/vivir-pueblo-factor-proteccion-social/>).

En este caso, son dos preguntas las que permiten identificar este valor en la Encuesta Mundial de Valores (oleada 2010-2014): la V64 y la V65.

El planteamiento de la V64 es el siguiente: “He aquí otra lista. En su opinión, ¿qué es, de lo que aparece en ella, lo más importante según Vd.? (Codificar una respuesta solamente bajo “Primer objetivo”). Las opciones entre las que se puede elegir son: una economía estable, avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana, avanzar hacia una sociedad en donde las ideas sean más importantes que el dinero y la lucha contra la delincuencia.

Lo más importante para el 63,9% de los encuestados es tener una economía estable. Ya en segundo lugar figura avanzar hacia sociedad menos impersonal y más humana.

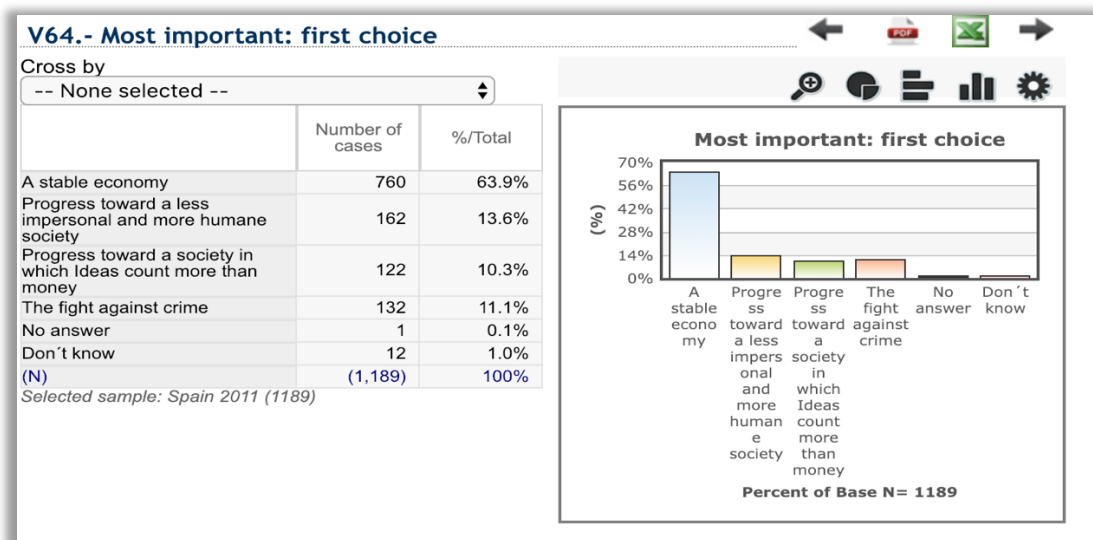


Figura 11. Para la mayoría, lo más importante es tener una economía estable. Fuente: EMV.

Nuevamente, uno de los aspectos que pueden aportar más pistas de cara a definir el público objetivo de la propuesta comunicativa es cruzar los datos de la pregunta V64 con los relativos a la comunidad autónoma. Al igual que sucedía con el conjunto de España, los castellanoleoneses en particular también consideran que lo más importante es tener una economía estable. Lo dice el 72,6% mientras que en el caso español la cifra era del 63,9%.

Asimismo, en Castilla y León se repite el patrón y lo segundo más importante es progresar hacia una sociedad más humana. Así lo considera el 12,6% de los castellanoleoneses (frente a 13,6% a nivel nacional).

	Region where the interview was conducted					
	ES- ES11 Cantabria	ES- ES42 Castilla-La Mancha	ES- ES41 Castilla y León	ES- ES51 Cataluña	ES- ES52 Comunidad Valenciana	ES- ES43 Extremadura
A stable economy	55.0%	76.8%	72.6%	69.6%	58.9%	72.7%
Progress toward a less impersonal and more humane society	12.4%	2.2%	12.6%	15.4%	9.8%	8.5%
Progress toward a society in which Ideas count more than money	20.1%	7.2%	9.0%	3.0%	11.6%	4.2%
The fight against crime	12.5%	13.8%	5.8%	12.1%	19.6%	14.7%
No answer	-	-	-	-	-	-
Don't know	-	-	-	-	-	-
(N)	(16)	(41)	(70)	(181)	(142)	(26)

Figura 12. En Castilla y León, también prima tener una economía estable. Fuente: EMV.

La segunda pregunta que tiene que ver con las relaciones más humanas es la V65. Dice así: “¿Y qué sería lo segundo más importante? (Codificar una respuesta solamente bajo “Segundo objetivo”). Pues bien, avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana no es el segundo objetivo, como podría pensarse a tenor de lo respondido en la pregunta V64.

El segundo aspecto más importante para los ciudadanos es la lucha contra la delincuencia (33,6%), seguido de avanzar hacia una sociedad en donde las ideas sean más importantes que el dinero (24,4%). Avanzar hacia una sociedad más humana figura en tercer lugar con 21%.

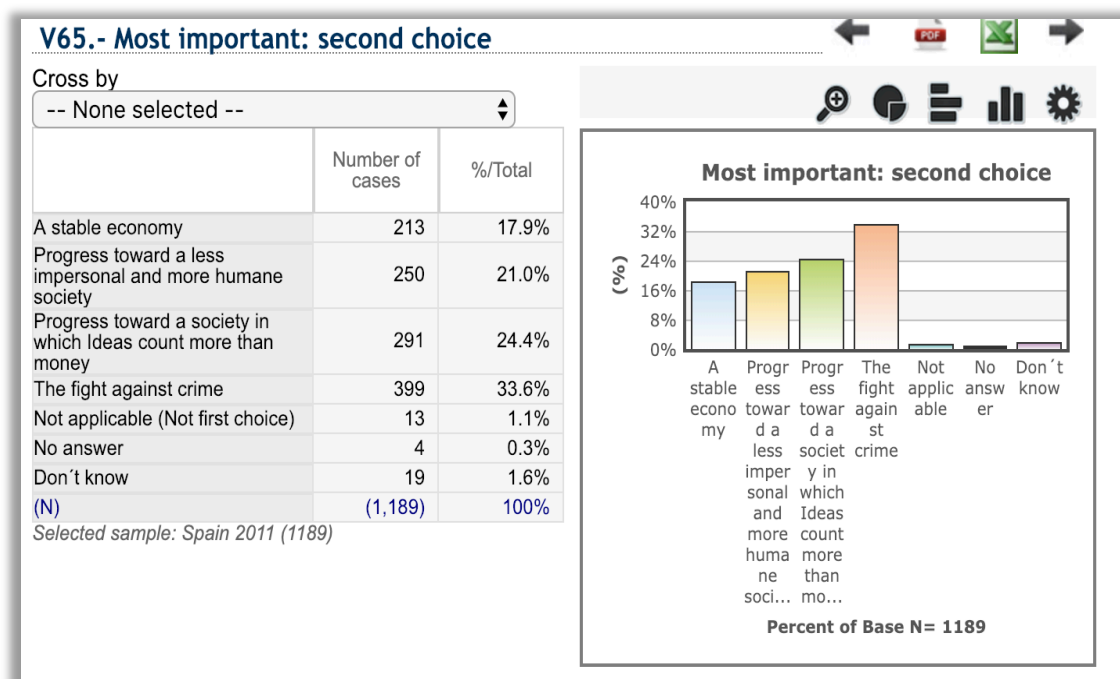


Figura 13. La lucha contra la delincuencia también es importante. Fuente: EMV.

En el caso de Castilla y León, hay algunas diferencias. El segundo factor más importante para la sociedad también es luchar contra la delincuencia. Así lo aseguran el 39,4% de los castellanoleoneses, 5,8 puntos porcentuales más que la media española. No obstante, a la lucha contra el crimen le sigue progresar hacia una sociedad menos impersonal y más humana, cosa que no sucedía en el conjunto de España, donde se da prioridad a avanzar hacia una sociedad donde las ideas sean más importantes que el dinero.

El 33,8% de los castellanoleoneses se decanta por una sociedad más humana, frente al 21% de españoles. ¿Influirá en estos datos el hecho de que Castilla y León sea una comunidad autónoma fuertemente rural?

	Region where the interview was conducted					
	ES- ES11 Cantabria	ES- ES42 Castilla-La Mancha	ES- ES41 Castilla y León	ES- ES51 Cataluña	ES- ES52 Comunidad Valenciana	ES- ES43 Extremadura
A stable economy	31.8%	9.4%	4.4%	20.9%	28.2%	14.7%
Progress toward a less impersonal and more humane society	29.0%	33.0%	17.9%	17.0%	26.2%	7.7%
Progress toward a society in which Ideas count more than money	20.3%	25.4%	33.8%	11.4%	18.1%	17.7%
The fight against crime	18.9%	32.2%	39.4%	49.6%	26.8%	60.0%
Not applicable (Not first choice)	-	-	-	-	-	-
No answer	-	-	1.6%	0.5%	0.7%	-
Don't know	-	-	2.9%	0.6%	-	-
(N)	(16)	(41)	(70)	(181)	(142)	(26)

Figura 14. Una sociedad más humana es la segunda elección en Castilla y León. Fuente: EMV.

### 2.3 La importancia del Método LEADER en la imagen positiva del mundo rural

LEADER es el acrónimo francés de Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale. En español: Enlaces Entre Acciones para el Desarrollo de la Economía Rural. Es una iniciativa de la Unión Europea para apoyar proyectos de desarrollo rural iniciados a nivel local con el objetivo de revitalizar las áreas rurales y crear empleo. Todo ello mediante la participación activa de la población interesada, de las empresas, asociaciones y de la administración de una determinada área rural. Esta participación se canalizó por medio de los Grupos de Acción Local (GAL), que han sido los responsables del diseño y ejecución de sus programas de desarrollo rural (Comisión Europea, 2017).

LEADER no es un procedimiento de gestión de ayudas, ni un fondo financiador de proyectos públicos o privados, ni un sistema de aplicación o ejecución de programas de desarrollo rural diseñados por los poderes públicos, ni los Grupos de Acción Local en los que se organiza la población rural con la participación de la Administración central, regional o local.

LEADER es una metodología de desarrollo rural basada en el protagonismo, autónomo y responsable, de la población rural en su propio desarrollo, en tanto en cuanto es la propia población rural la que, organizada en Grupos de Acción Local, analiza la situación de su territorio o comarca, identifica y valora los problemas que le afectan, los prioriza, estudia las posibles soluciones, elige las que puede abordar con los recursos de que dispone o pueda recabar de los poderes públicos, diseña una estrategia para aplicarlas, ejecuta el programa estratégico y, finalmente, lo evalúa y emprende nuevos retos (Red Rural Nacional, 2015).

De 1991 a 1993 estuvo en vigor el programa LEADER I; de 1994 a 1999, LEADER II; y del 2000 al 2006, LEADER +. En el periodo actual (2014-2020), el método LEADER se ha extendido hasta cubrir no sólo zonas rurales sino también algunas costeras y urbanas bajo la bandera de Desarrollo Local Dirigido por la Comunidad. Etapas que han ido perfilando la iniciativa, aunque se han mantenido sus rasgos esenciales: enfoque territorial, estrategia de desarrollo y participación activa y ordenada de la población (Ibídem).

Los rasgos propios del método LEADER son siete, como señala la Red Española de Desarrollo Rural (REDR). Estas especificidades, que quedaron definidas durante LEADER II, son los aspectos concretos que lo han caracterizado desde su inicio en 1991 y que han contribuido “a formar su enfoque novedoso y a lograr el éxito en contextos rurales muy diferentes entre sí” (Recuperado de: <http://www.redr.es/es/portal.do?TR=C&IDR=25>):

- El enfoque territorial a la hora de definir la política de desarrollo, lo que supone basarse en los recursos particulares de cada comarca con el fin de responder mejor a las necesidades locales.
- El enfoque ascendente lo que significa que en todas las fases del programa las búsquedas de soluciones y las decisiones parten desde abajo hacia arriba. Se trata de implicar a los agentes locales, teniendo en cuenta al mismo tiempo las realidades propias de cada territorio, con el fin de fomentar la participación de la población.
- El Grupo de Acción Local (o partenariado local) como forma de cooperación horizontal donde se agrupan en calidad de socios agentes e instituciones locales y comarcales representativos. El fin es identificar una estrategia común y acciones innovadoras necesarias para luego aplicar estas decisiones y gestionar las subvenciones procedentes de los fondos públicos con autonomía local.
- La innovación, es decir, el carácter innovador de las acciones promovidas por los beneficiarios finales, de manera que aporten un valor añadido respecto a otras intervenciones en la comarca. Se trata por tanto de buscar nuevas soluciones a problemas a las que además se les pide transferibilidad hacia otras zonas.
- El enfoque integral y multisectorial que supone contemplar conjuntamente las potencialidades de los diferentes sectores de la economía, la sociedad, y los recursos locales. El enfoque tiene influencia sobre las acciones realizadas, así como sobre los resultados previstos y el impacto, en la medida que favorece aglutinamientos y sinergias.

- Las modalidades de gestión y financiación (descentralización financiera). En la aplicación del programa es siempre el propio grupo de acción local quién decide qué promotores de proyectos son los beneficiarios finales de la subvención. Ello influye en la flexibilidad del programa a lo largo de todo el período de realización y en el tipo de proyectos subvencionados.
- La organización en red y la cooperación transnacional. Se trata de comunicar con otros grupos experiencias y resultados, intercambiar conocimientos y asociarse en proyectos comunes con grupos de otros países. El trabajo en red y la cooperación transnacional influyen sobre las relaciones entre el nivel local y el mundo exterior en el flujo de información, conocimientos e inicio de acciones conjuntas. La cooperación transnacional es un acuerdo más formal y estructurado que los intercambios realizados en el marco de la puesta en red.

Tras 27 años de LEADER, Yves Champetier (2019), uno de los grandes expertos sobre metodología LEADER en Europa, asegura que ésta “abrió oportunidades inesperadas para la innovación y, sobre todo, dio importancia a las modalidades de participación de los actores locales, que a menudo se mencionan, pero rara vez se implementan” (Recuperado de: <http://www.redr.es/es/portal.do?IDM=24&NM=1&TR=C&IDR=124>).

Champetier también señala que LEADER ha desempeñado un papel fundamental en temas que ahora están en el centro de las políticas públicas como las cadenas cortas de suministros, el etiquetado, múltiples formas de turismo rural, agrupación de servicios, nuevas formas de transporte, etc. Por ello, Champetier concluye: “El énfasis en los proyectos más interesantes crea una imagen muy positiva. LEADER se considera un éxito y el método LEADER tiene un interés mucho más allá de las áreas rurales”. Respecto a la postura de los grupos de acción local de cara al futuro, el experto señala que, a pesar de las cargas administrativas, puedan implementar su estrategia de desarrollo y apoyar iniciativas locales. Champetier (2019) defiende que LEADER “es mucho más que una fuente de financiación, es un medio propuesto por la UE para contribuir a la invención de futuros posibles”.

En lo que respecta a España, LEADER arrancó con una afección territorial ligeramente inferior a los 84.000 kilómetros cuadrados, distribuyéndose entre las comunidades autónomas de manera dispar. Tuvo mayor impacto en Navarra, Aragón, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Andalucía o Canarias y el menor en Cataluña, Comunidad Valenciana,



Galicia o Extremadura. Esta primera actuación se centró en ámbitos con mayores hándicaps, notablemente áreas de montaña, según datos de la Red Rural Nacional.



*Figura 15.* Territorios gestionados por GAL en LEADER I. Fuente: Red Rural Nacional.

El siguiente periodo de programación (1994-99) vio cuadruplicarse el territorio afectado por los programas de desarrollo rural LEADER II y Proder I, regentado por 22.928 Grupos de Acción Local, rozando los 350.000 km<sup>2</sup> en los que vivían 10,8 millones de habitantes. Ninguna de las provincias españolas quedó sin territorio gestionado por algún Grupo de Acción Local, manteniéndose todavía desequilibrios ostensibles entre regiones. Con la llegada del LEADER Plus, Proder II y Agader prácticamente se completó el mosaico español de los territorios del desarrollo rural al amparo de lo que se ha denominado “metodología LEADER”. Los 292 Grupos de Acción Local trabajaron sobre el 89,8% del territorio nacional, superando los 453.000 kilómetros cuadrados. Tan sólo quedaron excluidas las grandes áreas metropolitanas y sus zonas de influencia y las conurbaciones del litoral mediterráneo, sobre todo en Cataluña y Comunidad Valenciana.

Hasta 2011, se incorporaron algo más de 4.000 kilómetros cuadrados, una cifra relativamente pequeña, pero con un peso demográfico importante: destaca el País Vasco que vio recubierto todo su territorio bajo la acción del Leader-Eje 4, y también Cataluña, notablemente la parte central de la provincia de Barcelona.



*Figura 16.* Territorios gestionados por GAL en Leader – Eje 4. Fuente: RRN.

En resumen, la afcción territorial de los programas de desarrollo rural al amparo de la metodología LEADER experimentó un fuerte crecimiento entre los dos primeros periodos de programación, pasando de suponer el 16,6% del territorio nacional al 69,3%. Un segundo impulso supuso el comienzo del tercer periodo hasta alcanzar el 89,8% de la extensión de España, incrementándose ligeramente en el periodo 2007-13 hasta el 90,6%.

Aparte de la valoración cualitativa, la Red Rural Nacional (2015) también destaca que el enorme peso del territorio español bajo la acción LEADER “es un hecho de por sí relevante” (p.54). Esa extensión refleja, a su juicio, que es “detentadora de potencialidades para el impulso social y económico y, sobre todo, es considerada como un espacio que acumula y mantiene un patrimonio natural y cultural de inconmensurable valor”. En este sentido, el organismo dependiente del Ministerio de Agricultura, agrega que su magnitud es prueba de un doble aprecio: el valor en sí de los recursos rurales y el interés del segmento urbano de la sociedad por esos valores.

## 2.4 El paradigma de la comunicación con fines sociales

El punto de partida de este proyecto de investigación es el paradigma de la Comunicación para el Cambio Social, que Alfonso Gumucio-Dagron y Thomas Tufte (2008) definen así:

Proceso de diálogo público y privado a través del cual la propia gente define lo que es, lo que quiere y necesita, y cómo trabajará colectivamente para obtener aquello que contribuirá al mejoramiento de su vida. Se basa en principios de justicia, equidad, voz y participación, en la tolerancia y en el proceso de desatar aquellas voces que antes no eran escuchadas.

Ambos autores entienden la comunicación como un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos los actores. Se trata de un modelo que rechaza la comunicación vertical, masiva y jerárquica y que apoya el fortalecimiento comunitario y el proceso local de toma de decisiones.

Estos son los principios de la comunicación con fines sociales (Ibídem):

- Las personas no son receptores pasivos, sino que se comunican horizontalmente, participan en el proceso de cambio social con una visión crítica y toman decisiones colectivamente.
- Las comunidades, lejos de ser movilizadas mediante campañas que suelen ser caras y poco sostenibles, toman en mano su propio futuro a través de un proceso de participación democrática en la planificación de la estrategia de comunicación.
- El desarrollo, y también la comunicación, son procesos de largo plazo que requieren de un tiempo para ser asumidos y apropiados por las comunidades. Nada que ver con esas agendas de corto plazo que responden a urgencias de los donantes y a presiones institucionales de informes anuales que no toman en cuenta la realidad cultural y con frecuencia exageran sus logros.
- Las comunidades actúan colectivamente en el interés de la mayoría, y evitan delegar el poder a unos pocos.
- Investigar, planificar, comunicar, con la comunidad y desde ella, para promover el diálogo y el debate.

- Procesos de comunicación que se adaptan de manera específica a cada contexto y grupo social en su contenido, lenguaje y medio utilizado. Es lo contrario a las tácticas masivas que usan los mismos medios de información dominantes, los mismos mensajes y las mismas actividades en contextos culturales diversos y para sectores sociales diferentes propios de modelos de comunicación verticales.
- La apropiación de los medios e instrumentos de comunicación proporciona voz y oportunidad sin restricciones ni censura.
- Frente a la persuasión del modelo difusionista, los procesos de concientización permiten una comprensión más profunda de la realidad social, de los problemas colectivos y de las soluciones.

Todos estos principios resultan clave a la hora de comunicar la despoblación. Desde el punto de vista del discurso, es necesario que la repoblación del medio rural se aborde ofreciendo una gran contextualización, y no se limite a plantear el problema, sino que también ofrezca soluciones. Esto pasa, necesariamente, por ese proceso de diálogo y debate del que hablan Gumucio y Tufte. Por la voz y participación. Por dar voz de una vez por todas a los protagonistas verdaderos, a quienes conocen a la perfección lo que es y lo que sucede en el medio rural.

Este aspecto entronca con otra característica fundamental del modelo participativo: la importancia de la identidad cultural de las comunidades locales y de la participación. El punto de partida es la comunidad. Lo primero son las personas. De ahí la importancia e insistencia de poner el altavoz en los maestros rurales, los enfermeros rurales o el panadero del pueblo, por citar a algunos de los protagonistas. Son ellos quienes comprenden la realidad de los pueblos, con sus virtudes y defectos.

En esta línea también se posiciona el manual de enREDando (2007). Defienden que una comunicación de calidad “permite crear vínculos más sólidos con la gente, que puede pasar de ser considerada destinataria a colaboradora. Esa comunicación de calidad se convierte a la postre en un espacio para la participación” (p.18). En su opinión, los rasgos clave de la

comunicación de calidad son la transparencia, la integración en la gestión, la incorporación en todos los ámbitos y en todos los tiempos, la escucha activa y la creación de espacios.

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) considera que el nuevo verbo que se ha de emplear debe ser “comprometer” y no sólo “sensibilizar” a la comunidad (2008, p.8). La institución argumenta que tener conciencia sobre un problema significa tomar acción sobre el mismo, no sólo conocerlo. Es decir, que más allá de dar datos o sensibilizar se prima “generar competencias en el público objetivo para su intervención efectiva en los procesos de gestión del desarrollo” (p. 51). Todo ello teniendo en cuenta que los procesos de toma de conciencia son lentos, pues se enfrentan a conceptos y prácticas arraigadas por generaciones.

La clave para generar conciencia pasa por contemplar dos elementos: problema y alternativa técnica. Según la Unesco, un error muy común es desarrollar procesos de comunicación sobre alternativas técnicas sin que los adoptantes objetivos hayan interiorizado cómo les afecta el problema. Y si éste no es considerado relevante, la solución tampoco. Por tanto, la institución sugiere conocer primero cuál es la situación de los conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) del público objetivo respecto al problema para saber si es necesario iniciar un proceso de comunicación y en qué punto comenzar.

Aplicando estos conceptos a la despoblación del medio rural, se infiere que la población española conoce el problema (el 82% ha oído hablar de despoblación y de ese porcentaje el 41% lo considera un problema muy grave según el CIS), pero aún es necesario insistir en la parte de actitudes (qué queremos que la gente considere bueno y malo) para que cale la idea de que la despoblación es un problema que afecta a todo el territorio, no sólo a los pueblos, además de combatir estereotipos como que el pueblo es de segunda categoría.

#### **2.4.1 La participación ciudadana como pilar**

¿Por qué es importante la participación? Porque se trata de una vía esencial para construir consensos y aunar esfuerzos (Heras, 2002). De hecho, la Fundación EntreTantos (2002) elaboró una breve lista sobre los beneficios que puede rendir un proceso participativo bajo el título *Guía práctica para dinamizar procesos participativos sobre problemas ambientales y sostenibilidad* y que se muestran a continuación:

- La participación contribuye a una resolución más eficaz de los problemas:

A través de la participación se logran mejores diagnósticos de las necesidades puesto que la gente que se encuentra cerca de los problemas cuenta con información de primera mano que puede resultar de gran valor para realizar un diagnóstico adecuado.

En cualquier caso, “la participación permite reconocer mejor cómo perciben la situación aquellos más directamente afectados” (p.13). Por eso, escuchar y dar voz a quienes viven, trabajan y tienen relación con el medio rural es fundamental.

La participación genera una mayor riqueza en la búsqueda de soluciones. La guía pone este ejemplo: las poblaciones locales poseen una valiosa sabiduría con relación a la gestión de su entorno. A través de su participación esos conocimientos pueden ser compartidos.

Esto es fundamental en el problema de la despoblación. La población que reside en el medio rural cuenta con un conocimiento de gran valor que ha de ser escuchado. De hecho, una de las grandes críticas que se hacen es que cualquier intento de solucionar el problema siempre procede del mundo urbano, de personas que con nulo o escaso contacto con el mundo rural.

- La participación fomenta la integración social, reforzando y estructurando a las comunidades:

La participación puede ser “una oportunidad excelente para generar o reforzar un tejido social a favor” de la repoblación (p.14). Si se comparten objetivos, experiencias y responsabilidades, las personas y las organizaciones establecen conexiones que perduran más allá de un proyecto concreto y que, además, pueden dar lugar a redes útiles para acometer nuevas iniciativas a favor de la repoblación del medio rural. Todo suma. Y es que la participación favorece la construcción “de una comunidad viva, integradora, comunicativa, respetuosa y responsable”. El mundo rural necesita esto.

- La participación desarrolla el sentido de pertenencia y la identificación de las personas con su medio.

El gráfico que se muestra a continuación lo refleja a la perfección:

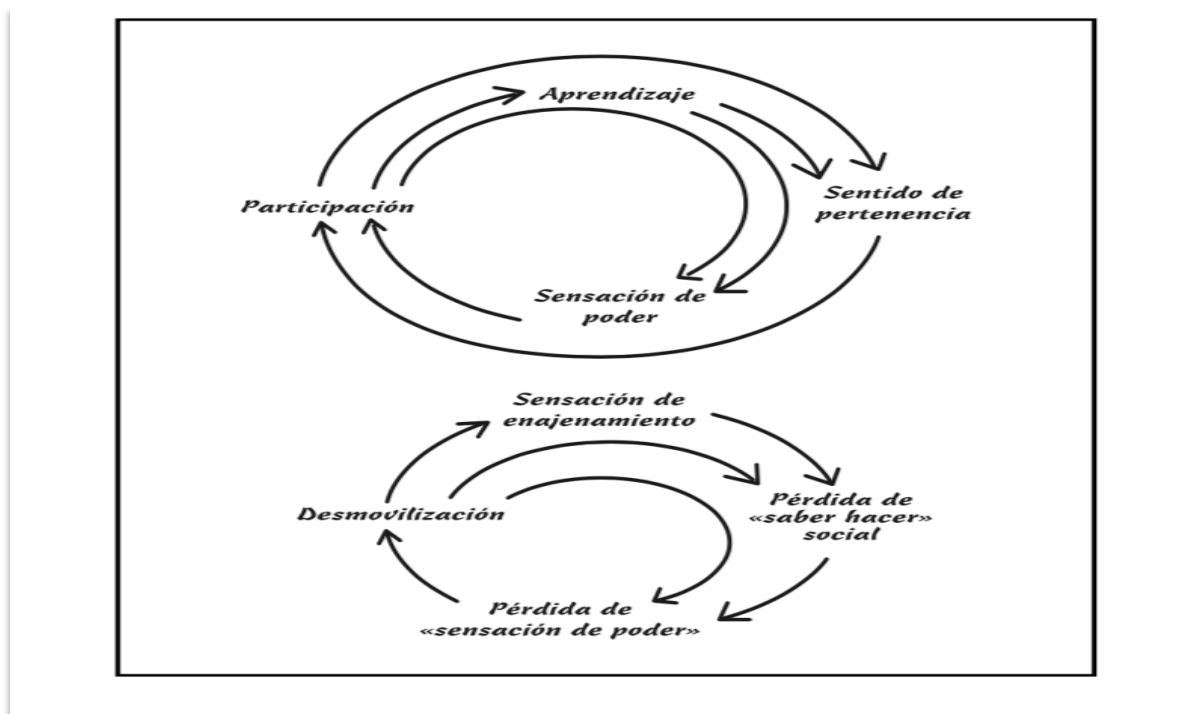


Figura 17. Importancia de la participación en el proceso comunicativo. Fuente: Fundación EntreTantos.

Este es otro aspecto esencial en lo relativo a la repoblación. La gente asume responsabilidades ante aquello que considera propio. De ahí la importancia del arraigo, del cariño a la tierra, de las raíces, de hacer resurgir nuestros pueblos. Como indica el psicólogo Enric Pol (1993), la vivencia del lugar, el sentirse agente de su conservación o transformación es clave para construir un sentido de pertenencia.

- La participación puede prevenir conflictos:

Se pone el énfasis en la construcción de consensos. Se persigue que los grupos cooperen para resolver los retos, de forma que el proceso se dirige a enfrentar los problemas que hay que resolver y no a enfrentar a las personas con puntos de vista distintos.

- La participación es más necesaria en situaciones de cambio:

La Fundación EntreTantos (2002) resalta el valor de la participación en situaciones de crisis o de cambio, como puede ser la que atañe en estos momentos a la despoblación. Parece que se ha llegado a un punto de no retorno. No se pueden postergar más las soluciones. Toca

actuar ya. Y toca hacerlo con la mayor participación posible por parte de administraciones públicas, sector privado, sociedad civil y ciudadanos.

Finalmente, el manual enREDando (2007) recuerda que, si se desean conseguir aportaciones enriquecedoras y una implicación constructiva de la gente, se debe abrir el proceso a la participación “desde el principio” y en todas las etapas de planificación (p.31).

Asimismo, el citado paradigma entiende la comunicación como una herramienta de impacto social y como un proceso comunitario. Es tarea de todos cambiar la situación de los pueblos. Apostar por la repoblación. También se requiere un cambio de mentalidad. Vivir en un pueblo aporta calidad de vida y quienes deciden quedarse o regresar no son “paletos”, como muchas veces se ha hecho creer. Aquí la comunicación es el núcleo. La comunicación se deshace de la idea de ejercer como instrumento para vender y se erige en clave para vencer determinados prejuicios que lastran lo rural.

#### **2.4.2 Los estereotipos sobre el medio rural que persisten**

La sociedad capitalista del siglo XXI es una sociedad profundamente urbana que ha desvalorizado lo rural. Hasta la edición del año 2014, el diccionario de la Real Academia Española (RAE) mantuvo la siguiente definición del término rural: “Inculto, tosco, apegado a cosas lugareñas”. Por el contrario, el término urbano es definido como aquello “perteneciente o relativo a la ciudad. Cortés, atento, de buen modo”. Ya ven, la gente de pueblo era ordinaria por norma y los de ciudad muy caballerosos y educados.

La RAE no suprimió la definición que despreciaba a los habitantes del mundo rural hasta que en el año 2011 la Alianza por la Unidad del Campo, integrada por la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA) y la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), denunció la injusticia semántica. Sostuvieron que asociar las acepciones inculto y tosco a rural era “claramente discriminatorio y una ofensa a todos los hombres y mujeres que viven y trabajan en los pueblos”.

El lenguaje del desprecio ha marcado la visión del medio rural. Paletos, garrulos, isidros, atrasados, pueblerinos... Palabras como estas han hecho (y hacen) tanto daño al mundo rural como el hundimiento de la agricultura, la falta de industrias y la carencia o escasez de servicios (De Dios, 2017).



Esos vocablos, escupidos como insultos, lanzados con desprecio, han marcado a fuego a generaciones de hombres y mujeres nacidos en el medio rural, a gentes de pueblo que, al llegar a la ciudad, trataban de borrar acentos, costumbres, expresiones para que nadie se mofase de su pasado. A los pocos días de estar en Madrid ya decían “eg que” y achulaban la dicción para borrar el pasado. Y lo mismo los que se fueron a Bilbao, Barcelona o Valladolid (Ibídem, p.139).

Es un estereotipo que sigue muy vivo. Nos inculcaron que prosperar era marcharse del pueblo. Y quien se quedaba era un fracasado. El pueblo era lo pequeño, el atraso, lo que no tenía futuro. Mientras, la ciudad representaba todo lo contrario, pese a que el desgarramiento doliera (y de qué manera), tal como describe De Dios (2017):

El paleta no tuvo quien le escribiera. Ni quien le defendiera. Se tuvo que ir. Y lo hizo sin ruido, como la cosa más normal del mundo (...). Quien se iba, sobre todo si regresaba bien vestido, con coche y contando maravillas, había triunfado. Quien se había quedado se convertía, ante sus propios, en fracasado, en alguien sin aspiraciones ni progresos por mucho que hubiese adquirido tractor, cosechadora, lluvia artificial, como se llamaba al riego por aspersión, más tierras, ordeño mecánico... No, todo aquello no contaba. Lo importante, lo trascendente, lo que marcaba diferencias entre éxito y fracaso era lo que venían contando los de Madrid, los de San Sebastián, los de Fasa-Renault, los de la SEAT, los que se fueron a Francia o Alemania (p.141).

Miguel Delibes lo detalla magistralmente en los diálogos que en *Las ratas* (1962) mantienen Justito, el alcalde, y su esposa, la Columba. Ella quiere que dejen el pueblo y se vayan donde sea. Él se resiste. Esta es la escena:

- Justo, así que me levanto de la cama, sólo de ver el mundo vacío me dan ganas de devolver.

El Justito se desazonaba:

- ¿Y dónde vamos a ir que más valgamos?

A la Columba le blanqueaban mucho los ojos:

- ¡Al infierno! ¡Donde sea! ¿No se fue el Quinciano?

- Valiente ejemplo, el Quinciano, de peón a Bilbao a morir de hambre -contestó él.

Fue entonces cuando ella contraatacó con una frase descarnada, que resume perfectamente una de las claves de la despoblación: “Mejor muerta de hambre en Bilbao que de hartura en este desierto”.

El diálogo finaliza así:

- ¿Y el Longinos, di? ¿No se marchó el Longinos? ¿Y quién había más desgraciado que él en estos contornos?

- Ése es otro cantar. El Longinos se fue con su hermana a León. Ése se fue a mesa puesta.

- Eso, di que sí. Todos tienen sus razones menos nosotros.

Puede que últimamente la situación haya mejorado, o al menos no ha empeorado, pero la herida sigue abierta “y amenaza con no cerrarse nunca o hacerlo en falso” (De Dios, 2017, p.139). Todavía abunda la gente -muchos incluso procedentes del campo- que considera que vivir en la ciudad es estar en un escalón superior: “Y no sólo porque haya más oportunidades laborales, sino porque lo urbanita mola más, está mejor visto socialmente, es motivo de orgullo, casi, casi de triunfo” (Ibídem, p.140).

Para muchos la palabra pueblo todavía hoy lleva acarreada la figura del paleta, del perdedor. Así lo ve uno de los entrevistados, el periodista Raúl Conde: “Te quedas en el pueblo, luego eres perdedor. Te quedas en el pueblo, luego no tienes otra alternativa, no puedes hacer otra cosa, no das para más”. En su opinión, este estereotipo que cundió en España a raíz de la gran emigración de finales de los años 50 y 60 continúa vigente en la actualidad. Conde considera que los políticos tienen parte de responsabilidad por “no haber hecho nada para cambiarlo” y también la prensa “por haber hecho seguidismo de eso”. En definitiva, el mundo rural no es la “Arcadia feliz”, recalca Conde, “pero tampoco es ese escenario lúgubre, triste y deprimido que a veces hemos contribuido a pintar los periodistas”.

El menoscabo de lo rural lo ha hecho inapreciable. “Lamentable y desgraciadamente, la despoblación no ha sido un problema ni para los gobiernos, ni para los gobernantes ni para la propia sociedad que se despoblaba”, asegura De Dios (p.142), para después rematar: “En el campo castellano-leonés primaron la resignación y el fatalismo sobre el espíritu de rebeldía o la capacidad de lucha para atajar el mal. No se protestó, no se peleó, no hubo iniciativas, faltaron agallas e imaginación” (Ibídem).

En la actualidad, medios de comunicación, instituciones y buena parte de la sociedad urbana continúan invisibilizando y estereotipando negativamente a quienes viven, ni más ni menos, que en dos terceras partes del territorio español. Una invisibilización y unos prejuicios de los que también da cuenta Assumpció Huertas Roig, docente en la Universidad Rovira i Virgili (Tarragona). En un estudio titulado *Limitaciones, deficiencias y oportunidades de las relaciones públicas en el ámbito rural: un sector por consolidar*, lamenta que las noticias rurales sean prácticamente inexistentes en las agendas de los medios de comunicación más relevantes. Lo achaca a un cierto desconocimiento y, a la vez, “un desprestigio de todo lo referente al mundo rural” (2011, p.247).

El estudio se compuso de dos partes: una cuantitativa y otra cualitativa. Respecto a la primera, la muestra de la investigación partió de una base de datos de 1.594 entidades rurales facilitada por la Fundación del Mundo Rural, que después fue ampliada con el fin de hacerla más representativa de todo el mundo rural. A las entidades públicas, asociaciones, organizaciones sin ánimo de lucro y empresas, se añadieron asociaciones culturales, centros cívicos, asociaciones de mujeres, de jóvenes, de la tercera edad, empresas turísticas, centros educativos y empresas deportivas. En cuanto a la parte cualitativa, se realizaron 21 entrevistas en profundidad: 15 correspondieron a agentes de prensa del mundo rural y las otras seis a periodistas.

Asimismo, la investigadora expresa que debido a la escasa presencia de lo rural en los medios y en la sociedad en general, predominan los estereotipos y una imagen muy sesgada. Prevalcen los temas de crisis, desastres climatológicos, huelgas o irregularidades administrativas. Algo que contribuye a generar una imagen negativa de todo lo que engloba el mundo rural y para terminar de influir negativamente, también aparecen noticias sobre curiosidades o hechos insólitos, “las cuales fomentan la persistencia de los estereotipos, que en ningún aspecto son positivos” (p.263).

### **2.4.3 Apostar por mensajes sobre el medio rural que ilusionen**

La comunicación es clave. Su papel es decisivo para superar el lenguaje del desprecio y la losa del fracaso que han estado ligados al campo castellanoleonés desde hace lustros. En este sentido, la creación de la Red de Periodistas Rurales en enero de 2019 marca un antes y un después. Su impulsor, el periodista Manuel Campo Vidal, tiene claro que el mundo rural

necesita un gran plan de comunicación. De ahí la puesta en marcha de esta red, que actuará como un grupo de presión para dar visibilidad a lo rural, reivindicando su identidad y futuro partiendo del principio de la igualdad de oportunidades.

Para ello, es fundamental apostar por mensajes que refuercen el éxito de vivir en el mundo rural. Resulta esencial empezar a hablar en positivo de la vida en los pueblos.

Nadie, en su sano juicio, quiere ir a vivir a un sitio donde no hay nadie, no tiene servicios y hace un frío que pela. La lista interminable de cosas que nos faltan las conocemos, pero hay que empezar a hablar de las cosas que sí que tenemos (...) Queremos seguir viviendo aquí. Y, por encima de todo, lo que queremos es dejar de mirar hacia atrás y empezar a construir. Porque aún estamos a tiempo, aún es posible y aún tenemos ganas de luchar (Benedí, 2019. Recuperado de [https://www.eldiario.es/aragon/elprismatico/Cosmopueblitas\\_6\\_857474272.html](https://www.eldiario.es/aragon/elprismatico/Cosmopueblitas_6_857474272.html)).

Eso sí, sin crear falsas expectativas, sin idealizar. Se pueden poblar adaptándolos a los nuevos modos de vida, con nuevas tecnologías y nuevas comunicaciones. Pero siempre teniendo en cuenta que revertir el proceso de despoblación “implica hablar bien de nosotros mismos y poner en valor todos los aspectos positivos que la España interior tiene” (Urquizu, 2019).

Es cierto que las visiones melancólicas pueden generar popularidad, “pero sin transmitir una imagen ilusionante de nuestros pueblos, nunca lograremos convencer a la ciudadanía de que opte por construir sus proyectos de vida en el mundo rural” (Ibídem). Porque la España interior no está vacía. Está llena de riquezas. Toca ponerlas en valor.

Y nada mejor que empleando lenguaje positivo. Los pensamientos positivos generan sentimientos positivos y estos, energía positiva que favorece los procesos de comunicación. Castellanos (2016) asegura que “al cerebro le encanta el lenguaje positivo” y que, de hecho, reacciona más rápido al escuchar palabras positivas que negativas. Esto significa, según el autor, que, ante palabras positivas, el cerebro mejora la atención, la concentración y la creatividad. En definitiva, “las expresiones de ánimo incrementan nuestra inteligencia” (Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=7IDiTMzR100>).

Para Castellanos, el ‘sí’ es la palabra que da poder, que abre puertas. Es fundamental en el ser humano, ya que construye puentes. “Si digo ‘no’ a la primera estoy sellando mi cerebro. Las palabras negativas comprimen, te reducen tu campo de visión del mundo”, asegura, para rematar: “El lenguaje positivo es la capacidad de construir buenas historias”.

¿Cómo se aplica el lenguaje positivo al ámbito de la despoblación? Precisamente intentando decir lo menos posible la palabra despoblación. Es lo que opina Roberto Ortega, director de comunicación de El Hueco (Soria), que prefiere el término repoblación por ser otra manera de enfocar la misma situación. También apuesta por dejar a un lado expresiones como España vacía y optar por España poco poblada o España rural. Ahora dice, falta que los medios de comunicación nacionales ayuden a consolidar ese lenguaje.

#### **2.4.4 Claves para poner en valor lo rural a través de la comunicación**

Dado que el papel de la comunicación resulta fundamental, a continuación, se exponen algunas propuestas comunicativas para poner en valor lo rural:

En primer lugar, se deben fomentar las noticias rurales positivas para cambiar la visión negativa del mundo rural. Dar a conocer proyectos, ventajas o avances que mejoren la imagen de los pueblos y rompan los estereotipos existentes. Huertas Roig (2011) reclama realizar más estudios y profundizar en las informaciones con datos reales y contrastados. “Así pues, los relaciones públicas rurales deben ser estratégicos en la selección de temas e informaciones a comunicar, saber encontrar qué es noticia y darles el tratamiento y la difusión adecuados” (p.249).

Una postura que comparten en El Hueco y que su director, Joaquín Alcalde, expuso públicamente en el seminario *Cómo los medios de comunicación pueden ayudar a repoblar la España rural*, celebrado los días 11 y 12 de junio de 2019 en El Burgo de Osma (Soria):

Es preciso cambiar el relato y poner el foco en las potencialidades de la España rural mostrando la mejor imagen posible del territorio para atraer el talento emprendedor, algo para lo cual es fundamental el papel de los medios de comunicación en una operación rescate del mundo rural que se desvanece. Es necesario generar una nueva retórica, un nuevo lenguaje que contribuya a la nueva ruralidad del siglo XXI en el que las redacciones de los medios sean proactivas y piensen por igual en el medio rural que en el urbano relacionándolos, contribuyendo así a descongestionar las ciudades a la vez que se generan oportunidades en los pueblos. Los medios son fundamentales para el cambio.

En la misma línea, Javier Martín, gerente de la asociación Tierras sorianas del Cid, reclamó construir una mirada positiva sobre lo rural, que se olvide de Puerto Hurraco y piense más

en el pueblo abulense de Gotarrendura (la localidad más pequeña de España distinguida como ciudad de ciencia e innovación). “Os pedimos a los medios que ayudéis a dar nombre a las soluciones que precisa el medio rural, asumiendo que está en riesgo el equilibrio demográfico de todo el Estado”, dijo Martín en el citado seminario, agregando que vivir en un pueblo no puede ser un acto de resistencia o heroicidad.

Por su parte, Roberto Ortega, director de comunicación de El Hueco, sugiere a los medios de comunicación que dejen a un lado los reportajes que hablan de un pastor que vive solo en su pueblo con 200 ovejas y empiecen a fijarse en historias rurales positivas, de gente emprendedora y con ideas en el mundo rural. Es decir, que junto a describir las carencias que tiene la España rural, también se presente una imagen optimista, vital, de personas que no renuncian a luchar por un mundo rural mejor.

Sin dulcificar, ni tampoco ensuciar. Basta aplicar las reglas elementales del periodismo: rigor, buenas historias y fidelidad a la verdad, para describir los efectos de la desigualdad que aqueja a buena parte del territorio español sin opacar el “orgullo rural”, término acuñado por Joaquín Alcalde. Ya lo dijo Mathieu de Taillac, corresponsal en España del periódico *Le Figaro* en el seminario mencionado: “Los periodistas no podemos ayudar a repoblar, pero sí debemos contar lo que pasa en Soria con la misma exigencia que en Madrid”. Se trata, como repetía el periodista Manu Leguineche, de ir, ver y contar. Sin tremendismos ni clichés.

La Red Rural Nacional (RRN) también trabaja en la construcción de una imagen positiva del medio rural, sin obviar la realidad. En sus publicaciones, así como en las jornadas, talleres, grupos de debate que organizan intentan transmitir casos de éxito de emprendedores para que sirvan de inspiración a otras personas que quieran emprender y también para captar nuevos pobladores, especialmente jóvenes y mujeres. Asimismo, en estos momentos se encuentran desarrollando un plan de comunicación, cuya pata principal será hacer llegar a la población del medio urbano los valores y potencialidades del medio rural, conscientes de que “se ha dado una visión casposilla; queremos mejorar esa imagen”, sostuvo Carolina Gutiérrez Ansótegui, subdirectora general de Dinamización del Medio Rural del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en El Burgo de Osma.

En segundo lugar, sería oportuno que los comunicadores rurales establezcan unas buenas relaciones comunicativas con los medios y unos canales de comunicación eficaces “con la

finalidad de crear sentimiento de identidad entre el mundo rural, dar a conocer sus beneficios potenciales, así como crear cohesión entre los propios comunicadores rurales” con el objetivo de que puedan desarrollar proyectos de forma conjunta (Huertas Roig, p.247).

Y en tercer lugar y no por ello menos importante, se debe hacer pedagogía para revalorizar el mundo rural. Como ya se ha dicho, en la sociedad actual persiste un cierto desprestigio de lo rural, hasta el punto de que sus propios agentes en ocasiones no se sienten identificados como tales. Lo rural se asocia con la ignorancia y la rudeza. Por ello, “es necesaria una labor de revalorización o sensibilización con acciones compensatorias de todo tipo que demuestren la importancia del mundo rural y lo fomenten en todas sus vertientes” (Huertas Roig, 2011, p.250).

La Fundación Entretantos, una entidad sin ánimo de lucro que apuesta por la participación ciudadana como herramienta de construcción colectiva y toma de decisiones sobre los asuntos comunes y las políticas públicas, también aboga por la visibilización de lo rural. La fundación reclama que se dejen de subalternizar los saberes rurales para generar un acercamiento bidireccional entre campo y ciudad.

Desde Entretantos defienden que el desarrollo emocional es tan importante como el económico para construir alternativas sostenibles en lo humano. Pero también “despojarse de los prejuicios que, mutuamente, nos hemos colocado” (Recuperado de <http://www.entretantos.org/escuelaboratorio-2018/>). Consideran que aplicar herramientas de participación para el empoderamiento, especialmente femenino, será la llave para acceder a sociedades más horizontales.

Por su parte, Luis Miguel de Dios considera que las redes sociales son el medio ideal para difundir propuestas e iniciativas con las que conseguir que la sociedad española y la europea se enteren del drama de la despoblación. Puede que hace apenas unos años fuera impensable que a miles de kilómetros de distancia alguien pudiera conocer casi al instante lo que sucedía en su pequeño pueblo. Pero hoy la tecnología ha roto las barreras. Por ello, internet es para De Dios la herramienta clave para tratar de implicar a los que se marcharon y a sus descendientes en la revitalización del medio rural.

Pero no sólo eso. El periodista zamorano defiende que hace falta dar un paso más. “Y ese paso (o zancada) pasa por concienciar a la sociedad sobre lo irracional y peligroso de mantener y potenciar el salvaje desequilibrio entre la España vacía y la España atestada”, apunta (p.144). Por eso, dice, es clave insistir en los prejuicios que ocasiona la despoblación no sólo para los pueblos afectados sino para todos. Porque es un problema que concierne a España como país. Ahora bien, ¿cómo hacerlo? El miedo no funciona. “La gente está harta del mensaje desagradable del miedo”, advierte el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en su guía *Comunicando la sustentabilidad. Cómo producir campañas públicas efectivas* (2005, p.16). En su lugar, apuesta por una comunicación personal y práctica. Y lo justifica con una frase de Nelson Mandela: “Si le hablas a un hombre en un lenguaje que entiende, llegas a su cabeza. Si le hablas en su lenguaje, llegas a su corazón”.

Centrándonos en los aspectos del mundo rural que se podrían o deberían potenciar a través de la comunicación, el sociólogo Fermín Bouza destaca la defensa de los recursos naturales como fuente básica de vida. Lo resume a través de lo que podría considerarse un buen eslogan rural: “Defender el campo es defender la vida”, (2002, p.3).

Bouza también cree que otro elemento que hay que comunicar es la ventaja de la calidad y el control de los productos naturales. Es decir, apostar por campañas de difusión encaminadas a reivindicar la materia prima sobre los sucedáneos, el campo sobre la “fábrica urbana de vegetales” (p.4). A ello suma otro aspecto sociopolítico: el nuevo agricultor, al que el sociólogo ve como “un sujeto emergente desde las profundidades del viejo régimen, resucitado como sujeto político de primer orden, ocupando un espacio decisivo en la creación de las nuevas políticas, con capacidad de decisión y voto, con fuerza simbólica y económica, organizado e informado” (p.5).

Poner en valor los recursos endógenos de los que dispone el medio rural también es la clave para José Antonio Corraliza (2011), catedrático de Psicología Ambiental de la Universidad Autónoma de Madrid. A su juicio, resulta imprescindible poner en marcha programas de difusión, de información y comunicación sobre el amplio abanico de posibilidades que ofrece el medio rural. También ve necesario establecer vías que consigan una adecuada complicidad entre el medio urbano y el medio rural (Recuperado de [https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf\\_DRS/DRS\\_2011\\_10\\_6-7.pdf](https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DRS/DRS_2011_10_6-7.pdf)).



Las propuestas de comunicación no quedan ahí. Desde Alma Natura, una empresa social que diseña proyectos públicos y/o privados para las comunidades rurales, consideran que la clave está en que el medio rural sea “capaz de vender a los medios de comunicación su aptitud de promover nuevos modelos económicos más sostenibles y que permiten a las personas relacionarse con el entorno social y natural de una forma más sana” (Recuperado de <http://almanatura.com/2016/07/medios-comunicacion-mundo-rural/>).

En Alma Natura se muestran convencidos de que este es el momento para que el medio rural sea el abanderado de las nuevas economías, como pueden ser la economía del bien común, la economía de la cooperación y la economía circular. ¿Por qué? Por tratarse de modelos productivos que tienen en cuenta el desarrollo sostenible del territorio, y donde los valores sociales y ambientales, además de los económicos, juegan un papel importante.

Todo ello, recalcan, en un momento en el que cada vez más personas deciden volver al pueblo en gran medida por la incapacidad de la ciudad de cumplir sus expectativas laborales y sociales. En Alma Natura consideran que el mundo rural fracasó, a nivel de comunicación, por no haber sabido poner en valor la calidad de vida que ofrecía a sus habitantes y que así no sintieran la necesidad de marchar. No obstante, a su juicio tampoco las urbes han acertado y muchas personas han perdido el sentido de pertenencia e identidad. Así pues, la empresa social apuesta por una comunicación en la que se destaque con especial fuerza lo que aporta el medio rural a la sociedad, fundamentalmente, el sentido de pertenencia al territorio.

#### **2.4.5 La relevancia histórica de la radio**

Más de 100 años de existencia, consolidan a la radio como uno de los medios de comunicación por excelencia que ha sabido mantener una relevancia social, informativa y educativa destacada. Los orígenes de la radio están ligados a dos inventos: el desarrollo del telégrafo a mediados del siglo XIX por Samuel Morse y el del teléfono en 1875 cuando Graham Bell consiguió propagar los sonidos a través de un cable. Asimismo, el descubrimiento de las ondas electromagnéticas desembocó en la creación del primer receptor de radio. La telegrafía sin hilos conseguida por Guillermo Marconi permitió que las señales sonoras pudieran empezar a propagarse. La llegada del siglo XX traería por fin la transmisión de la voz a través de las ondas, gracias a los trabajos de A. Fleming y R.A. Fessenden. La radio tal como la conocemos había nacido por fin. Desde entonces hasta el

desarrollo de los podcast y la radio online, son muchos los hitos protagonizados por este medio de comunicación.

En 1916, Nueva York ya contaba con su primera emisora y en los años sucesivos la radio experimentaría un verdadero boom en Estados Unidos, Francia o Gran Bretaña. Tal fue el desarrollo que la radio experimentó en EEUU que en 1935 el país ya contaba con una agencia de noticias, bajo el nombre de Columbia Nexus Service, encargada de proporcionar información a las emisoras existentes en aquel momento.

En España hubo que esperar hasta 1924 para encontrar la primera emisora oficial española, la EAJ-1 Radio Barcelona. Si bien es cierto que antes de esa fecha se produjeron otros intentos de emisoras a través de Radio España de Madrid o Radio Ibérica de Madrid, debido a la irregularidad de sus emisiones se considera que la primera emisión radiofónica española fue la de EAJ-1 Radio Barcelona el 14 de noviembre de 1924 a las 18:30 horas (Recuperado de <https://www.businessinsider.es/dia-mundial-radio-repaso-historia-nuestras-ondas-190420>).

El 19 de diciembre de 1924 se creó Unión Radio, que inauguró Radio Madrid en junio de ese mismo año. Sucesivamente se integraron en Unión Radio las principales emisoras que se crearon en la época, constituyendo el grupo radiofónico más importante de los años 30. Tras la Guerra Civil, en 1940, se convirtió en la Cadena SER.

Durante la dictadura alcanzó su reconocimiento con programas de entretenimiento y seriales radiofónicos como Matilde, Perico y Periquín, Simplemente María o La saga de los Porretas. La Cadena SER dispone en la actualidad de más de 240 emisoras en propiedad, más otras 194 asociadas. Superan las 161 emisoras propias más 38 asociadas de la Cope, las 155 propias y 41 asociadas de Onda Cero y las 68 de Kiss FM. La SER es líder de audiencia con alrededor de cuatro millones de escuchantes, según el último Estudio General de Medios (EGM).

Fue precisamente en la Guerra Civil (1936-1939) cuando la radio fue extendiéndose por toda España. Ambos bandos se sirvieron de este medio de comunicación para sus respectivas propagandas. En este contexto se produjo el nacimiento de Radio Nacional de España (RNE), emisora que vio la luz el 19 de enero de 1937, y sobre la que recayó el monopolio de

la información radiofónica española tras la promulgación de la Ley de Prensa, que estuvo en vigor hasta 1966.

Con el fin de la guerra y el inicio de la dictadura, la radio sufrió varios envistes en su desarrollo. Por un lado, la radio catalana dejó de emitir en catalán, y a nivel general la censura llegó a las ondas. Toda la programación debía contar con el visto bueno del régimen dictatorial. Asimismo, las emisoras privadas debían conectar para los informativos con RNE, encargada de emitir el boletín oficial.

Por otra parte, la radio se ha erigido siempre como un potente medio de entretenimiento. Durante los años 50 y 60, el desarrollo de las radionovelas mantuvo a buena parte de la población española enganchada a sus aparatos radiofónicos, que por aquella época comenzaban a extenderse. En 1957, se creó la Cadena de Ondas Populares (Cope), mientras que Onda Cero se inauguró en 1990.

La Constitución de 1978 y la consiguiente división del Estado español en 17 comunidades autónomas trajo el desarrollo de las primeras radios autonómicas, hasta configurar el mapa radiofónico actual, dividido en emisoras nacionales y autonómicas, generalistas y temáticas.

Este es el modelo español de radiodifusión:

1. Grupos nacionales				
Grupo	Cadena	Emisoras que han emitido durante el año con sus repetidores	Cobertura	Contenidos
RTVE	RNE 1	182	Nacional	Generalista
	Radio Clásica	121	Nacional	Música clásica
	Radio 3	115	Nacional	Cultura, música actual
	Radio 4	13	Cataluña	Generalista en catalán
	Radio 5 TN	126	Nacional	Noticias
Prisa Radio	SER	221	Nacional	Generalista
	40 Principales	100	Nacional	Música comercial, éxitos
	Cadena Dial	90	Nacional	Música en español
	M-80	34	Nacional	Éxitos de siempre
	Radiolé	21	Nacional	Música española
	Máxima FM	24	Nacional	Música <i>dance</i>
	Ona FM	10	Cataluña	Música y deportes
COPE	COPE	175	Nacional	Generalista
	Cadena 100	84	Nacional	Música comercial
	Rock FM	42	Nacional	Música
	MegaStar	30	Nacional	Música comercial
Onda Cero	Onda Cero	160	Nacional	Generalista
	Europa FM	58	Nacional	Música e información
	Melodía FM	40	Nacional	Música
Radio Blanca	Kiss FM	79	Nacional	Música. Éxitos 80 y 90
	Hit FM	17	Nacional	Música comercial
Unión Liberal de Radio (Libertad digital-Unidad Editorial)	EsRadio	80	Nacional	Generalista
Radio Marca		43	Nacional	Deportes
Radio Intereconomía		32	Nacional	Actualidad económica

Figura 18. Listado de emisoras nacionales. Fuente: SGAE

2. Cadenas y emisoras autonómicas			
Cadena	Emisoras que han emitido durante el año con sus repetidores	Cobertura	Contenidos
2.2. Cadenas de ámbito autonómico (sus emisoras funcionan como repetidores)			
Radio Andalucía Información	23	Andalucía	Información
Canal Fiesta	39	Andalucía	Música e información
Radio Galega	36	Galicia	Generalista en gallego
Radio Galega Música	10	Galicia	Música
Euskadi Gaztea	19	País Vasco	Emisión en euskera y castellano
Icat FM	1	Cataluña	Cultura
Catalunya Informació	4	Cataluña	Información
Catalunya Música	4	Cataluña	Música
Catalunya Ràdio	4	Cataluña	Generalista
Onda Madrid	1	Madrid	Generalista
Onda Regional Murcia	12	Murcia	Generalista
Radio Castilla La Mancha	20	Castilla-La Mancha	Generalista
Canal Extremadura Radio	38	Extremadura	Generalista
Aragón Radio	16	Aragón	Generalista
Canarias Radio	23	Canarias	Generalista
RPA (Radio del Principado de Asturias)	12	Asturias	Generalista

Figura 19. Listado de cadenas y emisoras autonómicas. Fuente: SGAE

Al margen de las radios comerciales, cabe destacar el papel que juegan las radios comunitarias un tipo de medio de comunicación cuya propiedad es una entidad sin ánimo de lucro y en la que la ciudadanía aprende a ejercer su derecho a comunicar de una forma veraz y atractiva. Según la Red de Medios Comunitarios, “es la propia comunidad la que gestiona el medio para hacer posible el ejercicio de ese derecho” (Recuperado de: <https://medioscomunitarios.net/>). Su principal fortaleza es la implicación en la comunidad y la participación ciudadana.

En España, unas 5.000 personas producen contenidos en radios comunitarias sin ánimo de lucro, de acuerdo con la Red de Medios Comunitarios (2018. Recuperado de: <https://www.europapress.es/sociedad/noticia-5000-personas-espana-producen-propios-contenidos-radio-red-medios-comunitarios-20180213145710.html>). De acuerdo con la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP), en España hay 200 medios comunitarios de radio y televisión. El 29% se ubican en municipios de menos de 100.000 habitantes, si bien también hay radios comunitarias en capitales como Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao o Sevilla.

Un buen ejemplo internacional de radios comunitarias, horizontales y dialógicas, es la Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio en Colombia. Es una acción de las comunidades para mejorar su vida y promover la convivencia a través de procesos de organización comunitaria y expresar su voz mediante la radio. Se inició en 1996 en medio de un fuerte conflicto. La red ha sido ejemplo de resistencia pacífica a la guerra. De hecho, estas emisoras comunitarias surgieron por la necesidad de la gente de decirle a su país que no eran guerrilleros ni paramilitares. Así, las radios comunitarias se unieron para construir escenarios de diálogo. La comunidad encontró en la radio una manera de contar su historia, a veces trágica y violenta y, otras esperanzadora y alegre. Los programas de las emisoras comunitarias van desde musicales, pasando por magazines sobre temas de salud o agricultura hasta franjas de noticias y debate local (Recuperado de <https://www.radionacional.co/documentales/red-de-emisoras-comunitarias-del-magdalena-medio-15-os-de-historia>).

Otro ejemplo son las Radios Mineras de Bolivia, inauguradas en 1949 en los distritos mineros de Potosí y Oruro. Estas emisoras jugaron un papel preponderante en el fortalecimiento de los sindicatos mineros. El impacto social de las radios mineras también fue importante en el proceso de construcción de una identidad cultural tanto en los centros mineros como en las comunidades campesinas aledañas. Diariamente, las radios mineras estaban abiertas a la participación. Las visitas a las emisoras eran frecuentes, de modo que cuando alguien necesitaba expresarse sobre cualquier tema que afectaba a su vida, recurría a la radio. Por ello, lo más innovador en la experiencia de las radios mineras de Bolivia fue la participación comunitaria, algo que constituía casi un hecho revolucionario en los años 50. De hecho, pocas experiencias de comunicación participativa han alcanzado un nivel de apropiación total de un medio en cuanto a tecnología, gestión cotidiana, contenidos y servicio a la comunidad.

La radio se ha adaptado siempre bien, en el curso de la historia, a los cambios sobrevenidos por la adopción de nuevas tecnologías. Desde hace unos años, se beneficia de las plataformas multimedia por la digitalización de la producción. Y de las ventajas de la comunicación no-visual que se traducen en poder escuchar haciendo otras cosas (entornos *multitask*), así como del valor de la relación entre lenguaje radiofónico alejado del mero discurso imitativo (Balsebre, 1999), imaginación y conocimiento. La palabra oída es una poderosa ayuda para potenciar y estimular la atención y la escucha. La lengua como realidad viva contiene su propia dinámica natural (García González, 2013) “y es posible valorar el relato como una

comunicación más expresiva, más atractiva, más flexible y lúdica, que confiere dinamismo y creatividad al proceso comunicativo” (p.5).

La radio informativa conserva la inmediatez; ni siquiera es preciso someterse a los horarios de emisión, sino que el comunicador puede enviar al aire de manera inmediata sus noticias en el momento en que las obtiene; la distancia temporal es un *clic*. Uno de los cambios más evidentes que ha experimentado la radio en los últimos años ha sido trasladar al oyente la facultad de organizar los contenidos y disponer libremente de ellos: elegir qué escuchar, a qué hora hacerlo, modificar aleatoriamente el orden de un informativo, rechazar determinadas informaciones... Es decir, una radio a la carta en la que los podcast cobran un protagonismo especial.

Son cambios que modifican también la mentalidad de las audiencias. Los nuevos oyentes constituyen audiencias *multitasking*, es decir, escuchan radio mientras navegan, o atienden el correo, participan en un chat, etc. Estas mismas audiencias (principalmente jóvenes nativos digitales) ya no consumen lo que se les da, sino que consumen lo que quieren. Ante la sobreabundancia de oferta online cobra nuevo sentido la selección; son los oyentes quienes establecen la selección de contenidos radiofónicos. De cierta forma, se atisba el final de la escucha pasiva, del modelo unidireccional (Ibídem).

Los nuevos oyentes de esta radio de elección (García & Román, 2008) son considerados *prosumers*. Controlan y personalizan el consumo de radio. Por una parte, cada vez un número mayor de individuos es capaz de ofrecer información, y a coste más bajo. Por otra, la escucha de radio se hace de manera personalizada: cada oyente organiza su propio *playlist*, o el orden en que quiere escuchar unas noticias. Para García González, “la verdadera potencia del cambio ha sido la interactividad que ha permitido a la radio intercambiar los roles de emisor y receptor. Y comentar, intervenir y a su vez contestar las demandas de los oyentes” (p.9).

## **CAPÍTULO III. Estado de la cuestión.**

### **3.1 La despoblación rural en España: causas y consecuencias**

La despoblación es uno de los principales problemas a los que se enfrenta el medio rural en España. Se trata de un fenómeno demográfico y territorial, consistente en la disminución del número de habitantes de un territorio respecto a un periodo previo de tiempo (CES, 2018). La caída de población puede ser resultado de un crecimiento vegetativo negativo, de un saldo migratorio negativo o de ambos simultáneamente.

Las mayores pérdidas de población se producen en los municipios afectados por la despoblación desde hace décadas. Como señala Camarero (2017), no estamos ante una nueva enfermedad, sino ante “un achaque crónico que perjudica a todo un país. El despoblamiento es secular y su despertar actual no es sino el eco de una crónica que ya había sido anunciada” (p.21).

Las zonas escasamente pobladas y con baja densidad de población padecen una serie de problemas comunes, entre los que se incluyen el envejecimiento, la baja natalidad, el aislamiento geográfico, la falta de conexión de transporte, la escasa o nula cobertura de banda ancha, ausencia de servicios básicos como educación y sanidad, dificultades de integración territorial con otras regiones, menores dotaciones de capital humano y oportunidades de empleo y, por tanto, un mayor declive económico (CES, 2018).

Pinilla y Sáez (2017) agregan que las zonas afectadas por la despoblación suelen ser “áreas económicamente deprimidas, atrasadas o escasamente dinámicas en relación a otras del país” (p.2). En este sentido, aseguran que los procesos de despoblación en Europa se han desencadenado como consecuencia de las altas tasas migratorias desde las zonas rurales a los núcleos urbanos en expansión. Es lo que en las primeras décadas de la segunda mitad del siglo XX se conoció como éxodo rural. El motivo es sencillo. La migración hacia las ciudades tuvo que ver con los mayores salarios que se pagaban en ellas, las mayores oportunidades laborales y los servicios, así como bienestar material.

Los investigadores del Centro de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo de Áreas Rurales de la Universidad de Zaragoza sostienen que también pueden existir fenómenos de



despoblación en grandes ciudades y espacios densamente poblados. Pero que cuando éstos afectan a áreas de baja densidad, desequilibradas en estructura de edades, género y cualificaciones, “la perspectiva futura es muy negativa” (p.3). En este caso, “la desertización demográfica es síntoma de graves problemas estructurales que pueden conducir a su desaparición en breve plazo” (p.3).

Es relevante trazar un recorrido histórico. El punto de partida es el mapa de España en el año 1900. Se advierte que la mayoría de zonas del interior de España no rebasaban los 20 habitantes por kilómetro cuadrado. No existían núcleos urbanos relevantes. Había cierto equilibrio demográfico. De acuerdo con el análisis de Pinilla y Sáez (2017), la agricultura y la ganadería tradicionales redundaban en bajos niveles de vida, pero eran capaces de sostener una manufactura y un artesanado local, de pequeña escala, preindustrial. Se mantenían pequeñas oscilaciones demográficas dentro de una tendencia “ligeramente creciente o estable, casi nunca decreciente” (p.4).

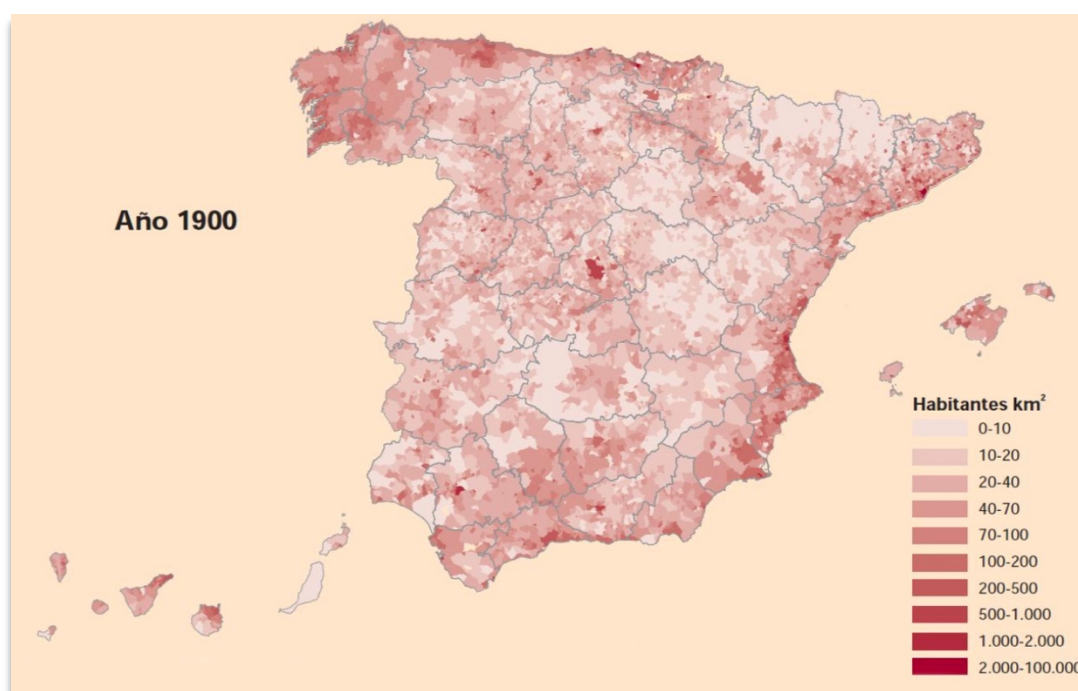


Figura 20. Densidad demográfica en España en el año 1900. Fuente: SSPA.

Según el estudio *Las áreas urbanas funcionales en España: economía y calidad de vida*, presentado por la Fundación BBVA en febrero de 2019, en el año 1900 la mitad de la población española vivía en municipios de menos de 5.000 residentes y sólo un 14% lo hacía en municipios de al menos 50.000 habitantes.

En las primeras décadas del siglo XX, una vez que la industrialización cobró fuerza, se intensificaron las migraciones interiores en España. El rasgo territorial que suele asociarse con las sociedades industriales es el crecimiento de las ciudades a costa de las zonas rurales. En consecuencia, la población del medio rural que se instaló en los grandes centros industriales de Europa constituyó la fuerza de trabajo fundamental para el desarrollo de la industria.

Ante este contexto, “lo rural quedaba relegado en lo económico a un papel subalterno de sostenimiento de la población del país a través de economías agrarias de productividad reducida” (Del Pino y Camarero, 2016, p.6). ¿Y en lo cultural? Los dos académicos indican que lo rural era sinónimo de lo tradicional, de “aquello que es menester dejar atrás si se quiere alcanzar el progreso” (p.6).

No obstante, según el informe *La despoblación rural en España: génesis de un problema y políticas innovadoras* (2017), el rápido crecimiento demográfico urbano coexistió con un moderado crecimiento de la población rural. Eso sí, algunas zonas rurales próximas a núcleos urbanos muy dinámicos como Barcelona empezaron suavemente a perder habitantes.

Comenzó entonces el declive demográfico relativo del medio rural, pero no el absoluto. Es decir, la población rural en España había descendido en términos relativos al pasar de representar el 68% de la población total en el año 1900 a un 52% en 1940. Pero en términos absolutos había aumentado (de 12,5 millones en 1900 a 13,3 en 1940).

En la segunda mitad del siglo XX empezó el declive demográfico absoluto. Fue en el periodo comprendido entre los años 1950 y 1975 cuando se produjeron importantes trasvases de población desde las regiones más rezagadas hacia las regiones más punteras. El patrón de movimiento migratorio lo protagonizaron familias al completo que dejaban atrás el campo para instalarse en la ciudad. Sirva la siguiente reseña recopilada por Pinilla y Sáez (p.5):

Entre 1961 y 1965, los municipios de menos de 2.000 habitantes perdían unos 100.000 habitantes al año, lo cual sería como si cada año hubiera aparecido una ciudad totalmente nueva de 100.000 habitantes y a la vez hubieran desaparecido unos cien municipios pequeños. En términos más generales: si en la década de 1950 vivían en municipios menores de 2.000 habitantes algo más de 11 millones de personas, en la actualidad lo hacen en torno a siete millones. La población en estos municipios representaba en los años cincuenta el 39% de la población española total, mientras que hoy día sólo representa el 18%.

En total, la caída de la población rural rondó el 40% en la segunda mitad del siglo XX. Afectó a casi todas las regiones, aunque fue más intensa en el interior del país, donde la pérdida de habitantes superó el 50%, que en la zona mediterránea y cantábrica.

Entre 1960 y 1980, los pueblos españoles perdieron en conjunto el 23% de su población mientras que las ciudades ganaron casi un 60% (Del Pino y Camarero, 2016).

En los años 80, coincidiendo con la estabilización democrática y la apertura internacional, el éxodo rural comenzó a perder velocidad. López Ruiz (2007, p.84) asegura que la despoblación “deja de ser un fenómeno generalizado en el medio rural”.

¿Qué factores lo explican? Por un lado, el ajuste que sufrió la economía española tras la crisis mundial del petróleo de los años 70. A ello se sumaron un desempleo en niveles preocupantes. Ante este panorama, “el atractivo de los destinos urbanos disminuyó a los ojos de los emigrantes rurales potenciales” (Pinilla y Sáez, p.7).

Por otro lado, también influyó el agotamiento biológico del medio rural, como consecuencia de la intensidad con la que se produjo el éxodo rural de 1950 a 1975. Cabe destacar que el grueso de la emigración lo protagonizaron jóvenes y mujeres.

Así, en 1991 había 85 mujeres de entre 35 y 39 años por cada 100 hombres en el medio rural. Mientras, en las ciudades la proporción era de 105 mujeres por cada 100 hombres. A principios del siglo XXI, los varones en el medio rural ya eran entre un 10% y un 15% más que las mujeres. No especifican datos, pero Pinilla y Sáez señalan que la masculinización alcanzaba proporciones aún mayores en los pueblos de Aragón, Asturias, Cantabria, Extremadura, Castilla y León, Galicia y La Rioja.

La primera década del siglo XXI se caracteriza por la gran heterogeneidad de comportamientos. En la mitad occidental de España, las zonas rurales siguieron perdiendo población en términos absolutos, aunque a menor ritmo que en décadas anteriores. Sin embargo, en la mitad oriental española, las zonas rurales ganaron población, gracias fundamentalmente, a la llegada masiva de inmigrantes durante los años del apogeo económico. Hubo quien creyó que tal fenómeno podría ser el contrapunto a la despoblación. Nada más lejos de la realidad. Cercenados esos flujos de llegada como consecuencia de la crisis económica de 2008, se recuperó la tendencia precedente (Delgado Urrecho y Martínez Fernández, 2017). Es decir, el problema ha vuelto a la situación de partida.

Así las cosas, la presencia actual de población extranjera en los municipios rurales es baja: 4% en municipios de hasta 100 habitantes, 6,4% en los municipios que tienen entre 101 y 1.000 habitantes, y 7% en aquellos que cuentan con una población de 1.001 a 2.000 habitantes (CES, 2018).

Las personas que abandonan el medio rural (tanto autóctonas como extranjeras) son mayoritariamente jóvenes (hasta 35 años), lo que socaba la base de la población activa. De la permanencia de estos jóvenes, denominados como la generación soporte, “dependen las posibilidades de crecimiento y desarrollo de las zonas rurales, pues son los encargados del trabajo productivo, reproductivo y de cuidados de mayores” (CES, p.20).

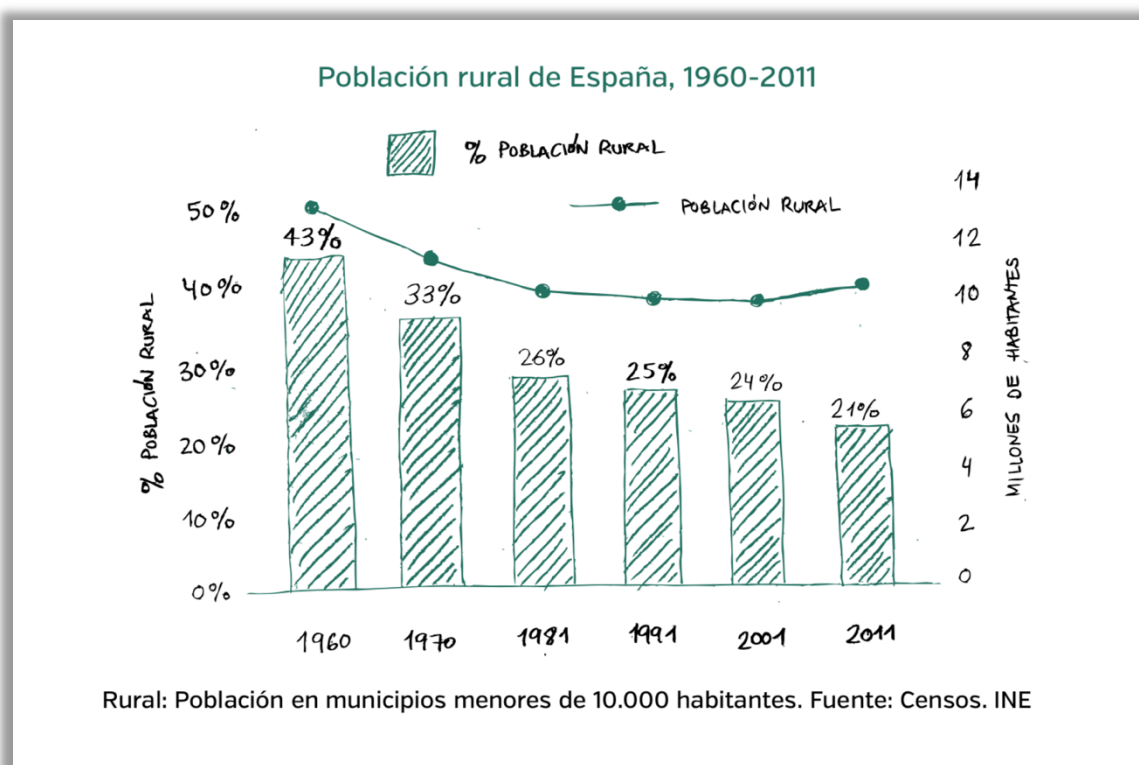


Figura 21. Porcentaje de población rural en España hasta el año 2011. Fuente: INE

En 2011, más de un siglo después del punto de partida de este recorrido histórico, el cambio es radical. De acuerdo con el estudio de la Fundación BBVA, el 52% de la población española pasó a residir en los 144 municipios con más de 50.000 habitantes y sólo el 13% lo hacía en pueblos con menos de 5.000 habitantes. Y todo ello teniendo en cuenta que entre los años 2001 y 2011 la población experimentó “el mayor crecimiento de su historia” (p.25) con casi seis millones de nuevos residentes. No obstante, las provincias de Zamora, Orense, Lugo y Palencia y la mitad de los municipios españoles perdieron población, de acuerdo con el estudio.

En conclusión, “la población española se ha desplazado de la montaña al valle, del interior a la costa, del campo a la ciudad y a las capitales de provincia” (BBVA, p.25).

Gran parte de España ha experimentado a lo largo del siglo XX un intenso proceso de despoblación. Como consecuencia, la mayor parte de su territorio tiene una baja densidad demográfica, siendo el crecimiento natural negativo una de sus causas. Éste, viene explicado, sobre todo, por el elevado sobreenviejamiento de la población, lo que genera un reducido número de nacimientos y relativamente elevado de defunciones. Desde el punto de vista económico las zonas despobladas tienen una elevada especialización agraria, muy escasa diversificación estructural y una casi segura imposibilidad para poder reemplazar a corto plazo a la población activa próxima a la edad de retiro. Las menores posibilidades de acceso a bienes, muchos de ellos públicos, y servicios, muy valorados por la sociedad, así como la dificultad de sus comunicaciones y el pequeño tamaño de los núcleos de población existentes, son dificultades añadidas para garantizar una estabilización de la población de estas zonas y cierta capacidad para atraer inmigrantes a ellas.

Vistos los movimientos y las causas, toca analizar las consecuencias. Los impactos cuentan con múltiples vertientes: desde la económica, pasando por la patrimonial y la medioambiental.

En lo que respecta a la economía, la despoblación afecta a la estructura económica a través de la desagrarización y la reducción de los ya de por sí escasos servicios. No obstante, el Consejo Económico y Social señala que lo irreversible es la pérdida de recursos humanos. El razonamiento es lógico: por debajo una población mínima es prácticamente imposible mantener la actividad económica.

Por otro lado, la despoblación rural provoca problemas para garantizar la seguridad del patrimonio histórico y artístico, y también supone un factor de riesgo para conservar el medio natural (CES, p.32). Se abandona un territorio. Se extinguen las actividades agrícolas y / o ganaderas que hubiera. Se pierden muchos valores y un modo de vida. Pero se abre la puerta a la recolonización descontrolada de ciertas especies de fauna y vegetación. También se favorece la propagación de incendios. Del mismo modo, la menor capacidad de control sobre el territorio, “facilita la ocupación de canteras y minas, la tala de árboles y el expolio del patrimonio artístico” (p.33).

No terminan ahí los impactos. El vaciamiento de los pueblos repercute también en el plano de políticas públicas. En los territorios con poca población, por lo general envejecida y dispersa, es más costoso prestar servicios públicos como la sanidad. Por ello, las administraciones locales optan por compartir personal y mancomunar servicios (por ejemplo, el secretario del ayuntamiento), mientras que en otros casos desaparecen y son absorbidos por otros municipios.

En definitiva, la despoblación conlleva la pérdida de valores sociales, culturales y medioambientales, así como cambios sociales y económicos. Para afrontar estos impactos, deberían desplegarse soluciones de forma coordinada entre los distintos niveles de la administración y la sociedad civil, desde múltiples ámbitos, con una estrategia transversal y en un marco normativo adaptado a la realidad del mundo real. Eso sí, conviene aclarar desde un principio que no hay una receta milagrosa ni tampoco una varita mágica que pueda solucionar el problema de la despoblación rural. Y mucho menos de manera inmediata.

### **3.2 Los datos que reflejan el problema de la despoblación en España**

España ostenta el dudoso honor de ser el país más despoblado del sur de Europa. La zona cero de la despoblación en la Unión Europea. En el 53% del territorio sólo vive el 5% de la población (SSPA, 2017). Con 2,63 habitantes por kilómetro cuadrado, El Señorío de Molina de Aragón (al nordeste de Guadalajara) es el epicentro desértico.

Inquietan los titulares. El mayor desierto demográfico de Europa tras la zona ártica de Escandinavia. El territorio más desestructurado del Viejo Continente. El primer caso ibérico de demotanasia. Un éxodo humano transmutado en metástasis de la desolación. Un etnocidio silencioso. Una zona biológicamente muerta y condenada a su inmediata desaparición. La Laponia del sur. El vacío.

Este es el retrato de la despoblación española que dibuja el periodista Paco Cerdà (2017, p.1) en el arranque del libro *Los últimos. Voces de la Laponia española*. Recorre la ‘nada’ demográfica para narrar la terrible realidad de esta zona de España, la llamada Serranía Celtibérica, cuya densidad demográfica es menor que la de Etiopía y en la que centenares de pueblos se hallan vacíos o a punto de desaparecer.

La Serranía Celtibérica “es el territorio más desarticulado de la Unión Europea” (Burillo Cuadrado y Burillo Mozota, 2018, p.21). Se trata de una interregión que se extiende por las

comunidades de Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Comunidad Valenciana y La Rioja. Concretamente, abarca parte de las provincias de Burgos, Castellón, Cuenca, Guadalajara, La Rioja, Segovia, Soria, Teruel, Valencia y Zaragoza. Ocupa un territorio de 65.825 kilómetros cuadrados, dos veces más que Bélgica o Cataluña.

En 2017, su censo fue de 475.149 habitantes, lo que da una densidad de 7,22 habitantes por kilómetro cuadrado, frente a los 92 hab. / km<sup>2</sup> del conjunto de España. Hay que tener en cuenta que en Geografía Humana se considera desierto demográfico a un territorio con menos de 10 hab. / km<sup>2</sup>.

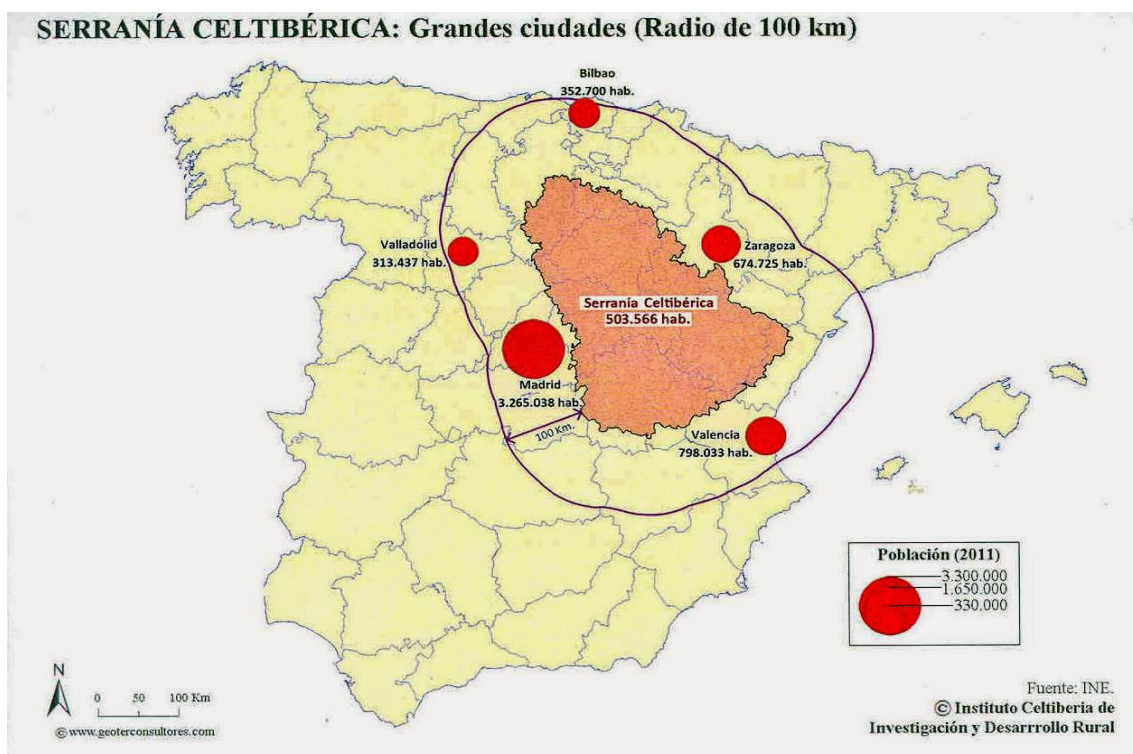


Figura 22. La denominada Serranía Celtibérica se extiende por cinco autonomías. Fuente: INE.

Sólo tiene cuatro municipios con más de 20.000 habitantes (Teruel, Cuenca, Soria y Calatayud) de los 400 que hay en España, seis municipios con más de 5.000 habitantes de los 1.300 españoles y 647 de menos de 101 habitantes de los 1.286 que salpican el conjunto del país. A ello se suma que su tasa de envejecimiento es la más alta de la UE.

Pero no sólo eso. La Serranía Celtibérica, también conocida como Laponia del Sur, además de ser una región escasamente poblada, es región montañosa y zona predominantemente rural remota. “Esto reúne tres de las condiciones establecidas en el Tratado de la UE para

aquellos territorios que deben recibir Fondos de Cohesión debido a sus desventajas relativas por sus condicionantes geográficos, debilidades estructurales, problemas de accesibilidad y alejamiento de los centros demográficos y de servicios importantes” (Burillo Cuadrado y Burillo Mozota, 2018, p.22).

En el informe *Serranía Celtibérica y la visibilización de las zonas españolas desfavorecidas* (2019), Burillo Cuadrado y Burillo Mozota explican que la Serranía Celtibérica y Laponia (Finlandia) son los únicos territorios europeos que cumplen las condiciones de ser zonas muy escasamente pobladas. No obstante, hay algo que diferencia a ambas. La situación de Laponia se debe, a su juicio, a causas estructurales, fundamentalmente a su climatología extrema. No obstante, la población de Laponia presenta un crecimiento moderado. Cuentan con ciudades como Umea con 114.966 habitantes, que duplica la mayor ciudad de la Serranía Celtibérica, que es Cuenca con 55.428 personas.

El panorama es bien distinto en la Laponia española. Burillo-Cuadrado y Burillo-Mozota (2019) aseguran que se ha llegado a la situación actual por un proceso continuado de “demotanasia” (p.22). Es decir, la desaparición lenta y silenciosa de la población de un territorio, que emigra y deja la zona sin relevo generacional. Vayamos a los datos. En el año 1940, esta zona tenía 971.575 habitantes. En 2015, la cifra cayó hasta 483.191. Y todo ello mientras España se produjo la tendencia inversa: pasó de una población de 26 millones en 1940 a más de 46 en 2015.

El pasado marzo, el Proyecto Serranía Celtibérica, que trabaja desde 2012 en el marco de la Universidad de Zaragoza en el campus de Teruel, publicó el mapa de la despoblación de España con los datos del Instituto Nacional de Estadística de 2018.



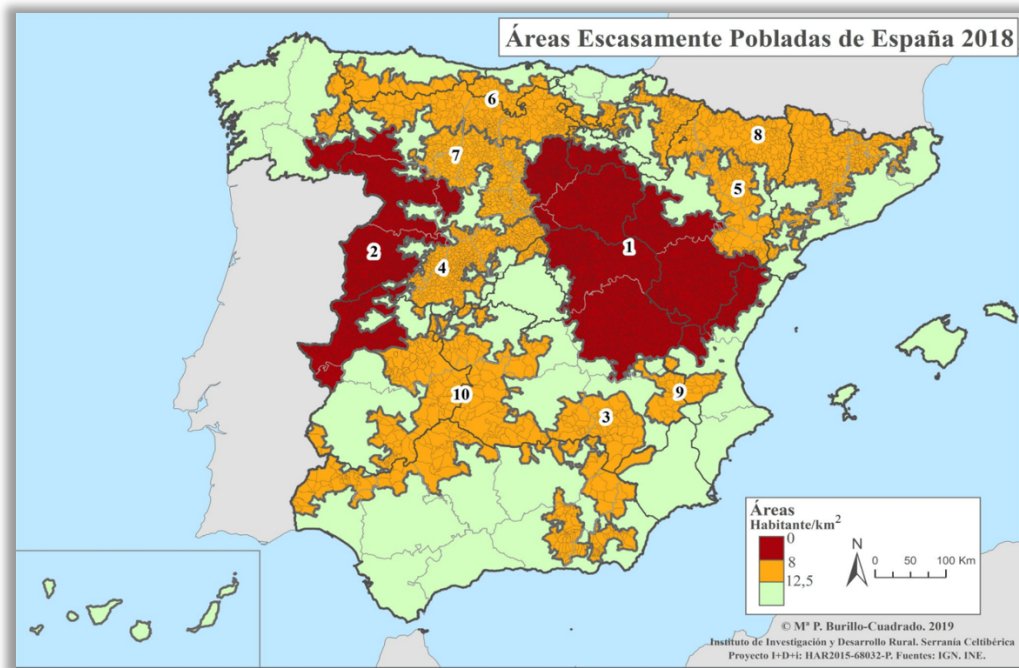


Figura 23. Áreas escasamente pobladas de España en 2018. Autor: Pilar Burillo.

De este mapa se desprenden varios puntos importantes:

- El 5,39% de la población española vive en el 53,95% del territorio. Dicho de otra manera: dos millones y medio de personas residen en un área de casi 273.000 kilómetros cuadrados. Mientras, los otros 44 millones de españoles viven hacinados en 232.996 kilómetros cuadrados.
- La Serranía Celtibérica ya no es el único territorio español visibilizado que cumple los requisitos de ser considerado área muy escasamente poblada por tener una densidad inferior a 8 hab. / km<sup>2</sup>. En esta categoría también entra la Franja con Portugal.
- Existen otros ocho territorios españoles que cumplen los requisitos para ser considerados zonas escasamente pobladas por tener menos de 12,5 hab. / km<sup>2</sup>. Son los que figuran en el siguiente gráfico:

## Áreas Escasamente Pobladas de España

SESPAs (2018)	Nº Municipios	Población	Área(Km <sup>2</sup> )	Densidad (hab/Km <sup>2</sup> )
1. Serranía Celtibérica	1.383	492.453	69.162	7,12
2. Franja con Portugal	586	248.901	33.477	7,43
3. Serranía Bética	169	189.307	21.495	8,81
4. Serranía Central	477	135.540	13.979	9,70
5. Tierras del Ebro	174	122.268	12.275	9,96
6. Cordillera Cantábrica	378	293.515	29.526	9,94
7. Tierras del Duero	400	150.471	13.914	10,81
8. Pirineos	477	328.608	29.559	11,12
9. Serranía Levantina	50	63.533	5.715	11,12
10. Sierra Morena y Submeseta	281	496.055	43.983	11,28
<b>Total</b>	<b>4.375</b>	<b>2.520.651</b>	<b>272.995</b>	<b>9,23</b>
<b>España</b>	<b>3.749</b>	<b>44.212.432</b>	<b>232.996</b>	<b>189,76</b>

Figura 24. Relación de áreas escasamente pobladas de España en 2018. Autor: Pilar Burillo.

Por su parte, la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) aporta otros dos datos de interés en su informe de 2016:

- Hay 4.000 municipios con menos de 500 habitantes. De estos, 1.286 localidades tienen menos de 100 habitantes. Entre todas, suman únicamente 74.943 vecinos.
- En 14 provincias, más del 80% de todos sus municipios no pasan de 1.000 habitantes. Según la FEMP, la situación es “especialmente preocupante” en provincias como Soria, donde el 94% de todas sus localidades no sobrepasan los 1.000 empadronados; en Burgos, donde representan el 92,7% de todo su campo municipal; el 92,4% en la provincia de Ávila, el 92,3% en la de Zamora y el 92% en la de Salamanca.

La densidad de España en su conjunto se situó en 2016 en 92 personas por kilómetro cuadrado, por debajo de la media de la Unión Europea, de 177 personas / km<sup>2</sup>, y de países como Alemania, con 233 personas / km<sup>2</sup>, según los últimos datos de la Oficina de Estadística de la Unión Europea, Eurostat.

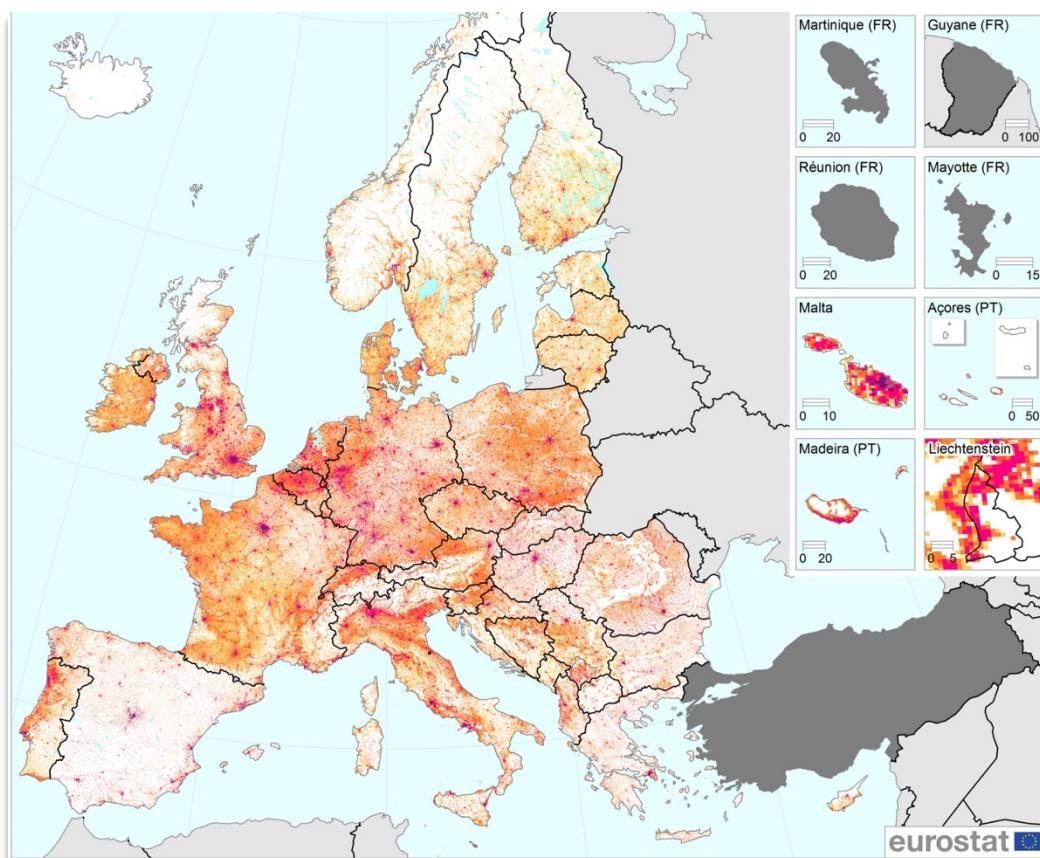


Figura 25. Densidad de población en Europa. Fuente: Eurostat.

### 3.2.1 Castilla y León es la comunidad más afectada por la despoblación

Castilla y León es la comunidad que más población perdió en 2018. Cuenta con un total de 2.398.214 personas inscritas en el Padrón a 1 de enero de 2019 frente a los 2.409.164 registrados en la misma fecha en 2018 y los 2.425.801 de 1 de enero de 2017, de acuerdo con el INE. Es decir, en 2018 la población cayó en 10.950 habitantes, un 0,5% respecto al año anterior. La región perdió 30 habitantes cada día del año 2018.

En 2018 la población disminuyó en todas las provincias castellanoleonesas, de acuerdo con las últimas cifras de la Revisión del Padrón Municipal a fecha 1 de enero de 2019 por el INE. León perdió 5.570 habitantes, Zamora 2.855, Ávila 2.132, Salamanca 2.130, Valladolid 1.279, Palencia 1.355, Burgos 1.101, Segovia 842 y Soria 303. Precisamente Soria es la provincia menos poblada de España con 88.600 habitantes. Las siguientes provincias con menos habitantes son Teruel (134.572), Segovia (153.342), Ávila (158.498) y Palencia (162.035).

## Total > 2018 > 07 Castilla y León

**Fecha:** 2018

**Dato:** 2.409.164 Personas

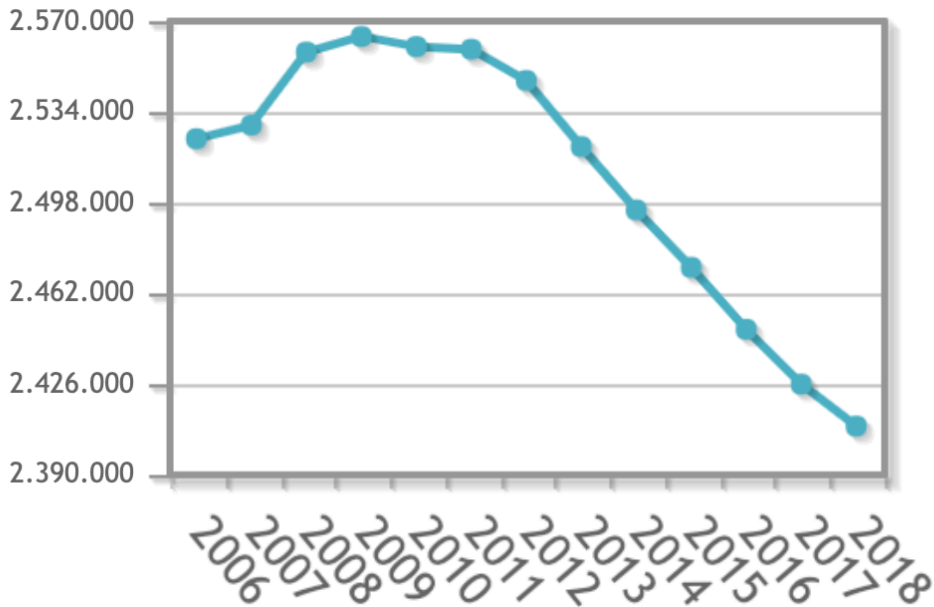


Figura 26. Evolución de la población en Castilla y León. Fuente: INE.

En cuanto a las capitales, sólo Burgos y Soria ganaron habitantes a lo largo de 2018, de acuerdo a los mismos datos. La capital burgalesa sumó 298 residentes hasta sumar 175.921 mientras que la soriana lo hizo en 231 empadronados para alcanzar los 39.112. En el resto de capitales castellanoleonesas las pérdidas fueron constantes. La más elevada en Ávila: -1.492; seguida de Valladolid (-849), Zamora (-562), León (-545), Salamanca (-458), Palencia (-263) y Segovia (-73).

Tras Castilla y León se sitúan Extremadura y Asturias, con 5.865 y 5.574 habitantes menos, respectivamente. En el lado opuesto se sitúan la Comunidad de Madrid, que ganó 83.870 residentes y Cataluña que sumó 72.634. El total de inscritos en el Padrón Continuo de España a 1 de enero de 2019 fue de 47.007.367 personas, lo que supone un aumento de 284.387 habitantes (0,6% más) respecto a enero de 2018.

Más allá de los datos, la región presenta algunos rasgos significativos, que se analizan a continuación. En primer lugar, se trata de una región rural predominantemente de montaña,

con más del 67% de su territorio situado por encima de los 500 metros y el 31,6% por encima de los 1.000 metros de altitud (López Ruiz, 2006).

Las áreas montañosas con menor densidad de población (menos de 25 hab. / km<sup>2</sup>) en Europa están en los países nórdicos, Escocia, Irlanda y el Pirineo francés, y también en varios sistemas montañosos españoles entre los que se encuentra Castilla y León.

Un rasgo importante de Castilla y León es que es la comunidad autónoma con mayor porcentaje de municipios rurales: el 98,9%. De un total de 2.248 municipios, 2.225 tienen menos de 10.000 habitantes. De estos, 1.681 son municipios con menos de 500 habitantes, de acuerdo con los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (p.485). Esta circunstancia conlleva que en la región haya un elevado número de municipios en los que la densidad de población es muy baja.

Otro aspecto clave de Castilla y León es el envejecimiento de la sociedad. El mapa de la región no es uniforme. No obstante, si hubiera que trazar un boceto, estos serían sus principales rasgos: en la comunidad hay más personas que superan los 80 años que veinteañeros. Los octogenarios, nonagenarios y centenarios censados en Castilla y León ascienden a 234.076, según los datos publicados en marzo de 2019 por la Oficina del Censo Electoral. Mientras, los jóvenes de entre 20 y 29 años sólo llegan a 190.087.

De acuerdo con Del Barrio Aliste (2013), el porcentaje de personas de 65 y más años con respecto al total de la población se concentra en Zamora (28,3%) y Soria (25%), en los municipios más pequeños (por encima del 30%) y en las localidades que se sitúan a 25 o más kilómetros de distancia de las capitales (algo más de uno de cada cuatro residentes tiene 65 y más años).

Asimismo, no debe pasarse por alto otro dato relevante. En Castilla y León había en 2013 226 municipios en los que más del 50% de la población tenía 65 y más años. Estos municipios se agrupan, sobre todo, en las provincias de Soria, Ávila y Zamora.

A todo ello se añade que, según datos del INE a 1 de enero de 2017, en España había 1.027 pueblos en los que no hay censado ni un solo niño menor de cinco años. Otros 633 pueblos españoles no cuentan con ningún niño menor de 11 años censado.

En lo que respecta a la masculinización del medio rural, las regiones con menos mujeres en dicho ámbito son Castilla y León, el norte de Castilla-La Mancha, sur y norte de Aragón, a los que se suman parte de La Rioja y Navarra (López Ruiz, 2006, p.98).

Del Barrio Aliste (2013) detalla que la masculinización es un fenómeno más rural que urbano y que los índices en Castilla y León sobrepasan la media regional. Pone como ejemplo lo que sucede en las localidades con menos de 101 habitantes: se alcanzan hasta 200 varones por 100 mujeres en el intervalo entre 45 y 49 años. Así pues, ellas abandonan el medio rural antes y en mayor proporción que los hombres.

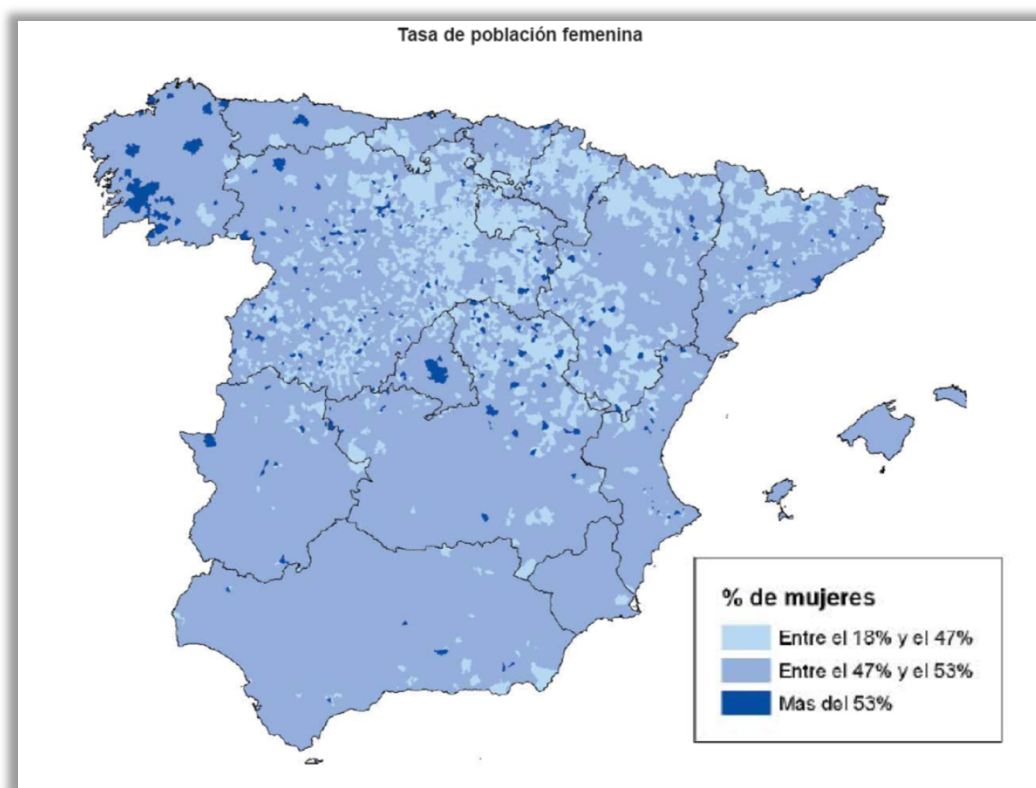


Figura 27. Tasa de población femenina en España en 2011. Fuente: INE.

Finalmente, otro de los factores que explica que Castilla y León sea uno de los territorios rurales más afectados por la despoblación es su mayor tradición agraria (García Sanz, 1998). A la creciente demanda de fuerza de trabajo en sectores típicamente urbanos se sumó la modernización del sector agrario -el cambio de la agricultura tradicional a la agricultura moderna-. Ambos acentuaron el éxodo rural siendo un proceso más acusado cuanto mayor era el peso de la agricultura en la economía de una zona rural, como sucedía en la mayoría de municipios castellanoleonés.

### 3.2.2 Más atracción urbana que expulsión rural en Castilla y León

López Ruiz (2006) va un paso más allá y plantea un análisis de las diferentes dimensiones sociales que también pueden influir en la despoblación de Castilla y León. Es lo que llama factores de atracción y factores de expulsión en el proceso migratorio rural-urbano.

Dos categorías que analiza en el siguiente contexto: una modernización tardía con el éxodo rural correspondiente, la consolidación del Estado de las Autonomías y el sistema de Estado actuales, la incorporación de España a la UE, la globalización, la mercantilización del consumo y el desarrollo de la sociedad de la información, la crisis del Estado de bienestar y la fragmentación social por la cual casi un 20% de la población vive en los umbrales de la pobreza o sufre exclusión social.

Estos son los factores de atracción que ofrece la ciudad (López Ruiz, 2006):

- Oportunidades y expectativas de mejora y bienestar:
  - Clima benigno u otra situación geográfica favorable
  - Mejora de infraestructuras viarias y de comunicaciones
  - Relación de valores como el éxito personal y profesional y la capacidad de promoción al medio urbano frente al rural
  - Mayor cobertura de los servicios públicos, especialmente sanidad y educación
- Mayor oferta de empleo
  - Mayor demanda de mano de obra
  - Las ciudades congregan la mayor actividad comercial, bancaria y de hostelería
- Existencia de redes migratorias
  - Efecto demostración: los emigrados retornan por vacaciones haciendo gala de su éxito personal y enfatizando las bondades de la vida urbana.
  - Efecto llamada: los ya establecidos facilitan la llegada de nuevos emigrantes

Y estos los de expulsión en las zonas rurales:

- Determinadas zonas rurales de Castilla y León imponen un clima extremo en la temporada invernal y estival.
- Aislamiento. “Un aislamiento que se da solo entre pueblos, sino también entre familias dentro de las mismas comunidades pequeñas, sobre todo en los meses más rigurosos del invierno. Apenas hay lugares de encuentro” (López Ruiz, p.106).

- Falta de infraestructuras. En muchos casos los teléfonos móviles no tienen suficiente cobertura, no hay conexión de banda ancha para internet y no llega la televisión por satélite ni por cable.
- Causas económicas. Crisis de la minería y crisis de la agricultura tradicional.
- Insuficiencias en el acceso a servicios sanitarios, educación, bienes de consumo y actividades culturales, entre otros.
- Crisis del estilo de vida rural tradicional, que entronca con la efervescencia de determinados valores asociados a la posmodernidad descrita en el marco teórico. López Ruiz (p.107) lo explica así:

Esta crisis se debería no sólo a cambios económicos y a las oportunidades de empleo, sino a cambios sociales en el orden de la cultura y los valores predominantes. No obstante, en los últimos veinte años se están produciendo transformaciones en los valores de la llamada posmodernidad, que apuntan hacia una reorientación de la vida hacia la armonía con la naturaleza, al reconocimiento de la sabiduría y las costumbres tradicionales.

### **3.2.3 El 88% de españoles vivirá en ciudades en 2050**

La brecha entre la población rural y la urbana seguirá ensanchándose paulatinamente las próximas décadas. El atractivo de lo rural cae sin remedio al tiempo que se dispara el atractivo de las ciudades. Si en la actualidad el 55% de la población mundial vive en áreas urbanas, para el año 2050, la División de Población de Naciones Unidas prevé que el porcentaje aumente hasta el 68%.

Las proyecciones de la ONU reflejan que la urbanización y el cambio gradual de residencia desde el mundo rural hacia el urbano, combinado con el crecimiento general de la población mundial, podrían agregar otros 2,5 billones de personas a las ciudades en 2050. La mayor parte de tal aumento recaería en Asia y África, de acuerdo con el pronóstico de Naciones Unidas. España no escapa de esta tendencia. La ONU estima que en 2050 el 88% de la población española vivirá en ciudades. En 2018, el porcentaje se situó en el 80%. Mientras, en 1950 era del 51,9%.



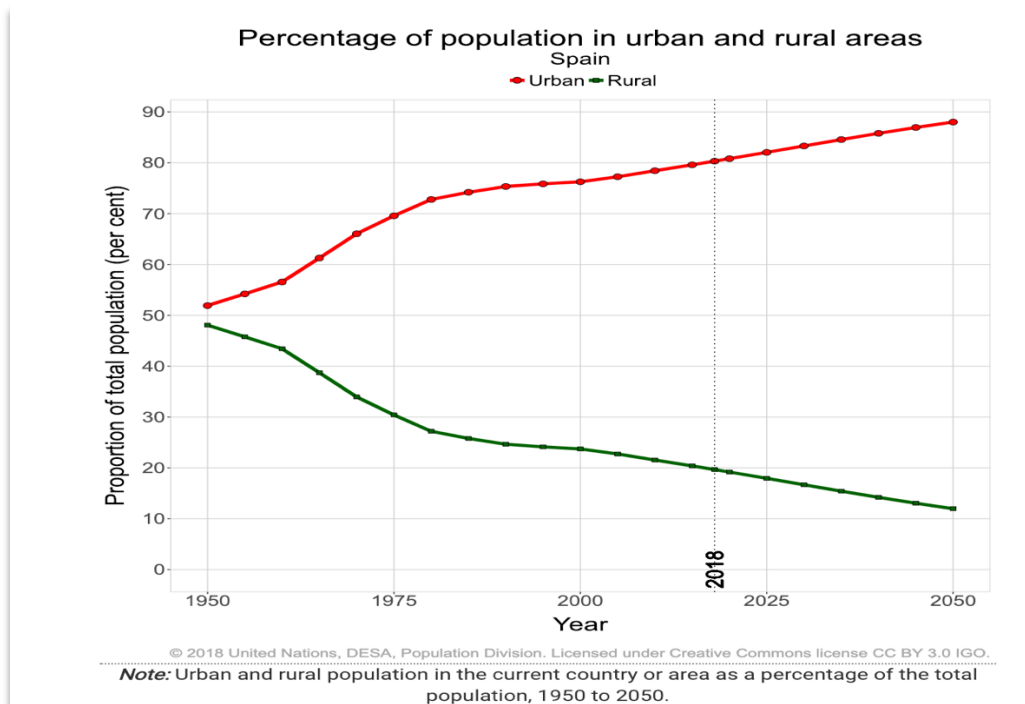


Figura 28. Porcentaje de población española que vive en áreas urbanas y rurales. Fuente: ONU.

Asimismo, Naciones Unidas calcula que en el año 2035 casi un tercio de los españoles (28%) vivirá repartido entre Madrid y Barcelona. Será un 33% si se suman las siguientes tres ciudades más grandes: Valencia, Sevilla y Zaragoza -contando las coronas metropolitanas-. En el censo actual, las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona suman casi 11 millones de personas, menos de un cuarto de la población española.

De hecho, la ciudad de Madrid fue el municipio que más población ganó a lo largo de 2018, con 40.353 habitantes más que el año anterior, según los datos del INE. La Comunidad de Madrid también creció en términos demográficos (+83.870). Los municipios de Getafe y Parla, por ejemplo, aumentaron en 2.459 y 2.358 residentes, respectivamente. Unos incrementos que contribuyen a que Madrid también sea la comunidad autónoma donde más creció la población en 2018 al sumar cerca de 71.000 nuevos habitantes. Esta es una tendencia al alza que se va fraguando con los años. Si en junio de 2008, la comunidad madrileña contaba con 6.283.747 residentes, en junio de 2018 la cifra ascendió a 6.587.711. Es decir, 303.964 habitantes más en la última década.

Frente a la concentración de habitantes principalmente en Madrid y Barcelona, un total de 26 provincias, más de la mitad de España, perdió población en 2017, según los datos de la Revisión del Padrón Municipal publicados por el Instituto Nacional de Estadística.

Así queda el mapa de la sangría demográfica: Asturias (-6.716), Jaén (-5.385), León (-4.570), Cáceres (-3.549), Badajoz (-3.508), Ciudad Real (-3.478), Córdoba (-2.979), Zamora (-2.855), Ourense (-2.387), Lugo (-2.307), Ávila (-2.202), Salamanca (-2.130), Cuenca (-1.496), Palencia (-1.355), Valladolid (-1.279), Albacete (-1.246), Burgos (-1.101), Teruel (-990), Pontevedra (-959), A Coruña (-943), Granada (-863), Segovia (-842), Cádiz (-721), Huesca (-357), Soria (-303) y Cantabria (-66).

Además, Naciones Unidas prevé que en 2030 la población española vivirá mayoritariamente en dos grandes ciudades de entre cinco y diez millones de habitantes, en cinco ciudades de un tamaño entre 500.000 residentes y un millón, y en otras siete urbes de entre 300.000 y 500.000 habitantes. Crece y seguirá creciendo la presión entre lo rural y lo urbano. De ahí que Camarero Rioja (2017) señale que el vaciamiento rural de hoy es otro. En su opinión, la despoblación se refiere a la concentración de la población en ciudades. El modelo socioeconómico dominante es urbano.

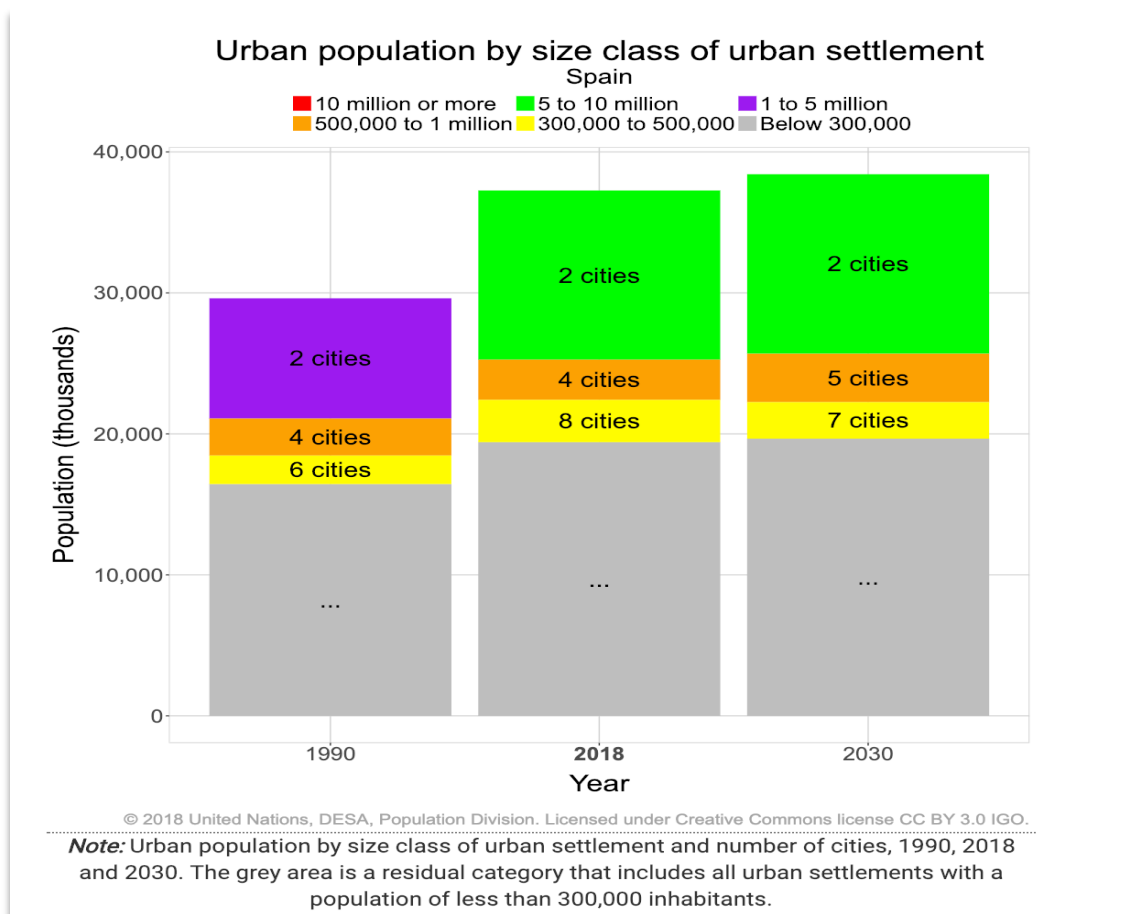


Figura 29. Población urbana en España por el tamaño de las ciudades. Fuente: ONU.

Los datos y mapas ofrecidos por el Ministerio de Política Territorial y Función Pública indican que el 90% de la población española vive en el 30% del territorio, en concreto en Madrid y las zonas del litoral. La comisionada del Gobierno para el Reto Demográfico, Isaura Leal, pone el foco en que éste es un problema que comprende a todo el país porque el resultado del éxodo rural es la creación de macrociudades muy difíciles de gestionar. “Surgirán tensiones de todo tipo como el aumento del precio de la vivienda o el problema del transporte. Las soluciones implican a todo el territorio, no es un problema de los pueblos. Es un problema que afecta a España como país”, explicó Leal en el III Congreso sobre Despoblación en el Medio Rural celebrado en 2018 en Palencia.

Por su parte, el Banco Mundial también destaca que en la actualidad el 54% de la población mundial vive en zonas urbanas y se prevé que esta tendencia continuará. El organismo pronostica que la cantidad de habitantes en las ciudades aumentará 1,5 veces hasta llegar a 6.000 millones de personas en el año 2045, es decir, una cifra adicional de 2.000 millones de residentes urbanos.

En lo que respecta a población rural, el Banco Mundial proporciona datos para España desde 1960 hasta 2017. El valor medio fue de 27,52% con un mínimo de 19,92% de personas residiendo en el mundo rural en 2017 y un máximo de 43,43% en 1960.

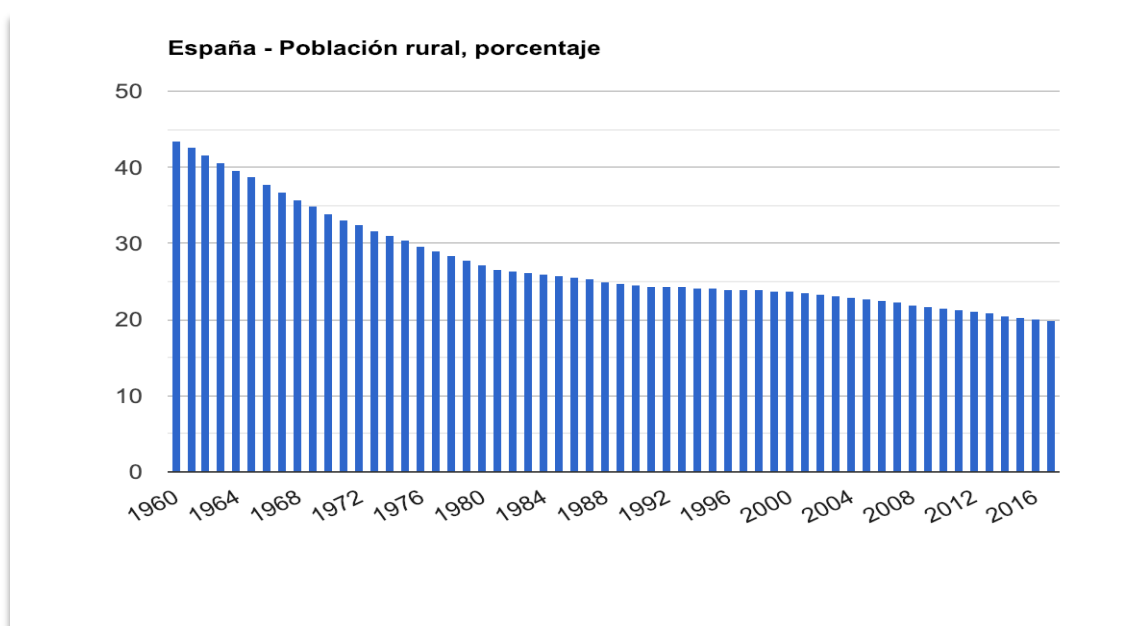


Figura 30. Población española que vive en el medio rural. Fuente: Banco Mundial.

### 3.3 La despoblación, un tema en la agenda social

“Mucha gente pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, puede cambiar el mundo”. Es la máxima que se puede aplicar al trabajo que en las últimas décadas vienen desempeñando plataformas ciudadanas como “Soria ¡Ya!” y “Teruel Existe”. Nadie como ellos sabe lo que es la despoblación. Lo viven. Lo sufren en sus carnes. Como también sufren el olvido de la clase política. Por eso, hace mucho que tomaron las riendas para luchar contra el despoblamiento rural hasta situarlo en la agenda social.

“Soria ¡Ya!” y “Teruel Existe” fueron de las primeras asociaciones en advertir del drama de ver como muchos pueblos quedaban abandonados por completo por la pérdida de habitantes. Después se han sumado muchas más, prácticamente de todos los puntos de España. Estos mismos objetivos también motivan el trabajo de múltiples Grupos de Acción Local (GAL) en el marco de los Programas de Desarrollo Rural LEADER. Todos trabajan en el mundo rural con proyectos de desarrollo, en muchos casos facilitando la llegada de nuevos vecinos.

Es, por tanto, la sociedad civil, gran conocedora del terreno, la que desde hace muchos años se puso manos a la obra ante la falta de proyectos concretos por parte de las administraciones o directamente ante la dejadez política.

#### 3.3.1 Las plataformas ciudadanas Teruel Existe y Soria ¡Ya! unen fuerzas

Teruel Existe y Soria ¡Ya! llevan dos décadas luchando contra el olvido institucional y reivindicando mejoras para frenar la despoblación de sus territorios. La primera nació en 1999. La segunda lo hizo en 2001. Y la de ambas es una historia de reivindicaciones, cuya creación ha supuesto un punto y aparte en la lucha contra el despoblamiento rural.

**Teruel Existe** lleva 20 años reclamando un trato justo e igualitario para la provincia turolense, así como inversiones e infraestructuras que permitan frenar la despoblación. Según los datos del INE, Teruel perdió 9.425 habitantes en el último decenio, el 6,56% de su población. Si hace diez años, la provincia rozaba los 144.000 residentes, en 2018 la cifra cayó hasta 134.572 habitantes. De cara al futuro, el INE prevé que Teruel perderá otros 11.000 vecinos hasta 2033, quedándose en torno a los 123.000.

La primera acción reivindicativa que realizó Teruel Existe se produjo el 20 de diciembre de 1999 y consistió en un paro silencioso de cinco minutos en la capital turolense, que fue secundado por unas 20.000 personas, lo que equivalía a aproximadamente el 66% de la población de la ciudad ese año. El titular del periódico *El País* fue “Teruel existe, pero poco”. El periodista Jorge Rodríguez lo narró así (1999):

¿Qué pasa en Teruel para que más de la mitad de su población se haya echado a la calle para reivindicar un lugar en el mundo al grito de “Teruel existe”? Nada, no pasa nada: ni una autovía, ni una vía férrea que la una con Madrid, ni un helicóptero, ni un avión. Por eso, porque no pasa nada, entre 15.000 y 20.000 personas -la ciudad tiene 31.000 habitantes- se concentraron un buen día en silencio en sus plazas para denunciar “la situación de abandono histórico” de una provincia tan estratégicamente situada en el mapa de España que se ha quedado aislada.

Desde entonces, Teruel Existe ha protagonizado un sinnúmero de manifestaciones. En el año 2000, se firmó el Pacto de Teruel, por el que todos los grupos políticos se comprometieron a emprender iniciativas legislativas que satisficieran sus reivindicaciones; la plataforma mantuvo una entrevista con el entonces príncipe Felipe de Borbón y otra con la presidenta del Congreso de los Diputados, Luis Fernanda Rudi; así como la recogida de 107.000 firmas bajo el lema “Teruel en los presupuestos ¡ya!”, que entregaron tanto en el Congreso de los Diputados como en las Cortes de Aragón.

En 2001, El Justicia de Aragón manifestó en un informe la necesidad de aplicar una discriminación positiva a Teruel, recogiendo las quejas que previamente le había hecho llegar Teruel Existe. Ese mismo año, 100 personas, vestidas con trajes medievales, se desplazaron hasta Bruselas para realizar una marcha en la que representaron la muerte de la provincia. Un año más tarde, los Reyes de España, en su visita a Teruel, recibieron a la coordinadora. Ya en 2003 se produjo la primera manifestación conjunta de Teruel Existe y Soria ¡Ya! en Madrid bajo el lema “Desarrollo para todos”. Reclamaron que los fondos de solidaridad españoles y europeos fueran prioritarios para estas zonas.

En 2005, el gabinete de Presidencia del Gobierno invitó a Teruel Existe a una reunión en Moncloa para conocer de primera mano sus opiniones sobre la situación de Teruel antes de elaborar el Plan Específico que se había anunciado. Unos días después acudieron a la cita los agentes sociales de la provincia. También en 2005 y con motivo del aniversario de la

Constitución Española, la entonces vicepresidenta del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega, visitó Teruel y se entrevistó con la plataforma. Acontecimientos que ponen de manifiesto uno de los ejes de acción de Teruel Existe: buscar incidencia política.

Hay más puntos en el recorrido histórico de Teruel Existe. En marzo de 2008, la plataforma se entrevistó con Mariano Rajoy (entonces líder de la oposición) para exponerle sus demandas. Ya en 2010 se produjo el Primer Encuentro Nacional de Plataformas Ciudadanas que aprobó un decálogo común basado en la cohesión territorial, social y económica, bajo la premisa del desarrollo sostenible y la protección del patrimonio cultural y natural.

Desde 2015 hasta la actualidad, Teruel Existe ha participado en multitud de actos junto al proyecto Serranía Celtibérica por distintos puntos de la geografía española, incluido Zaragoza, donde en mayo de 2018 se congregaron 40.000 personas bajo el lema ¡Salvemos Teruel! Asimismo, en 2018, prestaron su eslogan a Ikea para lanzar una campaña publicitaria. Paco Juárez, portavoz de la plataforma ciudadana, argumentó así tal decisión: “Nos pensamos mucho si aceptar o no, pero nosotros no podemos hacer un anuncio de estas dimensiones: lo único que pedimos a Ikea es que fuera respetuosa con la provincia y que el mensaje fuera positivo” (El Español, 2018. Recuperado de: [https://www.elespanol.com/economia/empresas/20180901/ikea-aprovecha-despoblacion-teruel-promocionar-novedades-absurda/334467583\\_0.html](https://www.elespanol.com/economia/empresas/20180901/ikea-aprovecha-despoblacion-teruel-promocionar-novedades-absurda/334467583_0.html)). Ikea no tiene ninguna tienda en la provincia turolense. De hecho, necesitó trabajadores de Zaragoza para rodar el anuncio.

En 2019, la plataforma Teruel Existe ha realizado diversos actos. En enero, por ejemplo, participaron junto con sindicatos, confederaciones empresariales, la Cámara de Comercio, asociaciones vecinales y la Plataforma en Defensa del Ferrocarril en la manifestación en defensa de la provincia que tuvo lugar en la localidad de Andorra. Reclamaron un futuro para las cuencas mineras turolenses ante el cierre de la Central de Endesa. Después, el 11 de febrero, la plataforma, junto a otros colectivos sociales y vecinales de la capital, sacó a la calle a más de 10.000 personas (casi un tercio de la población, puesto que la capital tiene 35.000 vecinos) para exigir un trato de igualdad en sanidad y más médicos especialistas. “Ser pocos no resta derechos” fue el lema.

Por su parte, **Soria ¡Ya!** es una plataforma ciudadana independiente, sin ánimo de lucro, que se creó en 2001. Con una densidad de población de 8,6 habitantes por kilómetro cuadrado,

Soria es la zona cero de la despoblación, la provincia que lidera el ranking de las zonas más despobladas de Europa del Sur, según Eurostat.

Se definen como ciudadanos normales, con vidas y trabajos corrientes. Ciudadanos muy diversos que no están conformes con la situación que atraviesa su provincia y que lejos de resignarse al abandono institucional, denuncian y protestan ante las actuaciones que consideran perjudiciales para Soria. Unas reivindicaciones que se producen al margen de ideologías políticas, simplemente movidos por la mejora de sus tierras y de sus ciudadanos.

Estos son sus principios (Recuperado de <http://soriaya.org/>):

- Somos parte de la sociedad civil y con nuestras actuaciones buscamos empoderar a la sociedad soriana e influir en la política que se aplica a esta provincia.
- Somos una plataforma territorial adscrita a la provincia de Soria.
- Nuestro único ánimo es el bienestar y la mejora de la provincia de Soria. Defendemos que los ciudadanos sorianos tengan los mismos derechos que el resto de ciudadanos de España.
- Nos financiamos con donaciones y aportaciones voluntarias privadas.
- Somos reivindicativos: nos informamos, denunciemos, demandamos y exigimos un mejor futuro para la provincia de Soria con una visión realista, demandando actuaciones viables y creíbles.
- Somos respetuosos y tolerantes, y ejercemos nuestras demandas con honestidad y desde la humildad.
- Somos transitorios: estaremos activos hasta que la provincia de Soria esté al mismo nivel de infraestructuras y servicios que el resto de España.

Entre sus principales reivindicaciones destacan infraestructuras viarias como la Autovía del Duero (A-11) y la Autovía de Navarra (A-15), la mejora de la línea ferroviaria Soria-Madrid, adaptándola a la velocidad alta (el trayecto dura dos horas) y ampliando frecuencias (sólo hay un tren al día), así como la integración en la futuro línea ferroviaria Mediterráneo-Cantábrico. Asimismo, reclaman una discriminación fiscal positiva para empresas y profesionales ubicados en la provincia de Soria, garantizar los servicios sociales básicos (educativos, sanitarios y de seguridad) en todo el territorio provincial independientemente de la densidad de población y un Plan Estratégico de Turismo y Cultura para la puesta en valor del patrimonio cultural y natural de la provincia soriana, entre otras muchas medidas. De hecho,

18 años después de nacer, algunas reivindicaciones siguen siendo las mismas en la actualidad, especialmente la Autovía del Duero.

La primera manifestación de Soria ¡Ya! se produjo en 2002 con un parón de 10 minutos. Un año más tarde llegó la citada manifestación conjunta con Teruel Existe. Ya en 2004, con motivo del partido de fútbol en Primera División que enfrentó al Real Madrid con el CD Numancia en el estadio Santiago Bernabéu, la plataforma organizó una caravana lenta en la que participaron unos 400 vehículos y que en el recorrido Soria-Madrid no pasaron de 60 kilómetros por hora, la velocidad mínima para circular por la A2, generando numerosos atascos. Una acción con la que lograron una importante incidencia mediática, algo que buscan en cada acto que realizan sea del tipo que sea.

Al igual que Teruel Existe, Soria ¡Ya! también busca incidencia política. La primera reunión a la que acudieron a Moncloa se produjo en octubre en 2004. Justo un año después, el 23 de octubre de 2005, volvieron a realizar otra caravana lenta, en esta ocasión hasta Valladolid. Este acto tuvo un verdadero impacto en la circulación puesto que la N-122 que une ambas localidades apenas contaba con 21 kilómetros de autovía de los más de 200 kilómetros que separan Soria y Valladolid. En 2006, realizaron cortes en diversas carreteras de la provincia, entre ellas la N-111 a la altura de Medinaceli, la N-122 a la altura de Ágreda y la N-234, cerca del límite provincial entre Soria y Zaragoza.

En 2013, reunieron 18.000 firmas en contra de suprimir el grado en Ingeniería Agraria en el campus universitario de Soria. Y en 2014, realizaron una carrera por relevos por la N-122 para solicitar inversiones para la Autovía del Duero. Después llegaron unos años de caer, de alguna manera, en el olvido. La gente veía que salir a la calle no generaba consecuencias, dado que todas las promesas que se le hacían a Soria nunca llegaban. Además, algunos miembros fundadores fueron abandonando la plataforma hasta el punto de que apenas quedaron cuatro o cinco involucrados.

2017 fue un año clave en el resurgir de Soria ¡Ya! Dos de los fundadores hicieron un llamamiento en los medios de comunicación para que entrara savia nueva. Esta solicitud fructificó con la entrada de 20 nuevos miembros y la celebración de multitud de protestas que les han permitido recuperar el apoyo ciudadano con el que contaron en sus primeros



años y, por supuesto, protagonizar la Revuelta de la España Vacía el 31 de marzo de 2019 en Madrid, que se explica más adelante.

### 3.3.2 Abraza la Tierra, un proyecto pionero para fijar población en el medio rural

Abraza la Tierra es un proyecto de cooperación interterritorial para preparar las condiciones de acogida de nuevos pobladores-emprendedores en el mundo rural que arrancó esta aventura en el año 2004. Las regiones que participan en este proyecto son Castilla y León, Castilla-La Mancha, Madrid, Cantabria y Aragón, así como dieciocho Grupos de Acción Local (GAL), pieza clave en las zonas rurales. Al estar pegados al terreno, tienen un mejor conocimiento de los recursos existentes y de las necesidades.

El objetivo principal de Abraza la Tierra es crear una red de oficinas de acogida para informar, asesorar y prestar apoyo al nuevo poblador, tratando de conjugar sus necesidades personales y empresariales con los recursos del entorno. Además, realizan funciones de intermediación, promoviendo la sensibilización de la población local y la coordinación interinstitucional. Su tercer gran objetivo es fomentar la transferibilidad de las buenas prácticas en los procesos de asentamiento de población en zonas rurales.



Figura 31. Grupos de Acción Local que participan en Abraza la Tierra. Fuente: Codinse.

Abraza la Tierra nació en un contexto en el que grupos de la sociedad civil, alcaldes, agentes socioeconómicos y, en general, los habitantes del medio rural empezaban a movilizarse para evitar el cierre del colegio, la pérdida de servicios como la atención médica y el cartero, o el cierre de pequeños comercios.

Sin embargo, los intentos de fijar población y de atraer a nuevos habitantes no contaban con las herramientas “apropiadas”, tal como señalan en su página web. Por ello, “con el objeto de buscar soluciones prácticas y de forma contrastada con otros territorios”, en el 2001 se creó el Proyecto ANER de Cooperación Transnacional entre Grupos de Desarrollo Rural de distintas comunidades autónomas españolas y la región francesa de Limousin. Su trabajo se concretó después en el proyecto Abraza la Tierra.

¿Qué acciones realizan? El proyecto Abraza la Tierra se orienta hacia dos vertientes: el proyecto de vida y el proyecto laboral.

- Inventario de recursos, viviendas disponibles y empleos de cada pueblo.
- Información y acompañamiento a los nuevos pobladores emprendedores en el momento de seleccionar el pueblo en el que van a vivir.
- Información para el desarrollo del proyecto laboral-empresarial-productivo o la obtención de trabajo.
- Información sobre los incentivos específicos para cada proyecto.
- Seguimiento de la acogida y el proceso de integración en el pueblo.
- Realización de charlas coloquio en las que se da a conocer el proyecto y se analiza la aceptación del mismo.
- Fomentar la transferibilidad de las buenas prácticas en los procesos de asentamiento de población en zonas rurales.
- Desarrollo de propuestas que se elevarán a la administración.
- Organización de foros de debate.

Echando la vista atrás, puede decirse que el mensaje de Abraza la Tierra ha llegado a millones de personas a través de los medios de comunicación de masas. No ha habido prácticamente ningún periódico, emisora de radio o cadena de televisión que no haya informado en algún momento sobre este proyecto. Son múltiples los reportajes que ha publicado el periódico *El*

*País* (“Uno nuevo en el pueblo” o “Volverse al pueblo”), también el diario *Abc* (“Cuando la tierra llama” o “Abraza la Tierra y descubre tu pueblo”), así como Radio Nacional y la Cadena Ser, en programas como *Reserva Natural* y *Hoy por hoy*, sólo por citar algunos.

Según el informe *Abraza la Tierra en los medios de comunicación 2004-2008*, la buena acogida de los medios de comunicación y el impacto que tiene en las audiencias “demuestra el gran interés de la opinión pública por el tema” (2008, p. 1). Aseguran que la labor de difusión de esta iniciativa ha contribuido a generar una imagen más realista de un medio rural que mira al futuro. Y es que detrás de cada acción realizada por Abraza la Tierra hay una intención de influir en la agenda mediática. Así lo aseguró María del Mar Martín, gerente de Codinse, en unas jornadas sobre despoblación y envejecimiento organizadas por el periódico *El Adelantado de Segovia* en el campus universitario María Zambrano en enero de 2019: “Llevamos 25 años hablando de despoblación. Ahora nos empiezan a escuchar. ¿Por qué está de moda ahora la despoblación? Porque hemos llegado a un límite. Hemos conseguido calar en los medios”.

Ya en 2006 y después de varios años de trabajo y de acercamiento a la población local para potenciar los valores de lo rural, Abraza la Tierra publicó el manual de buenas prácticas *Nuevos vecinos en zonas rurales. Abraza la Tierra: un camino hacia pueblos con vida* en el que transferían la metodología de trabajo que aplican. Apenas unos meses después, Cruz Roja le concedió el premio de buenas prácticas en inclusión social. No es el único premio que ha recibido Abraza la Tierra. En 2007, la Fundación Villalar Castilla y León le otorgó el primer galardón a las políticas demográficas locales por poner en marcha procesos de acogida de nuevos pobladores y ayudar al incremento paulatino de población en el medio rural.

Martín también señaló en las jornadas que se ha conseguido incluir la despoblación en la agenda política con tres momentos clave: la ponencia de estudio en el Senado, el primer congreso sobre despoblación que organizó la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y la creación del Comisionado del Gobierno para el Reto Demográfico. “Es importante ver realidades, medidas de verdad”, remató.

Cabe recordar que en diciembre de 2014, la presidenta de la Fundación Abraza la Tierra y varios representantes del patronato intervinieron en el Senado en la Ponencia de estudio para la adopción de medidas en relación con la despoblación rural. Confiaron en que dicha

ponencia no quedara en un simple estudio y se empezaran a establecer medidas, pero se equivocaron, como se explicará en el epígrafe dedicado a la agenda política. Después, en 2017, el patronato de la fundación, compuesto por Grupos de Acción Local de las provincias de Segovia, Teruel, Zaragoza, Guadalajara, Salamanca, Soria y Valladolid, se entrevistó con la excomisionada del Gobierno para el Reto Demográfico, Edelmira Barreira. Hubo sintonía entre ambas partes y acordaron mantener una comunicación constante. Sin embargo, todo quedó en el aire con el cambio de gobierno tras la moción de censura a Mariano Rajoy.

La Fundación Abraza la Tierra, creada a partir del proyecto de cooperación interterritorial del mismo nombre, recibe cada año una media de 1.600 solicitudes de información, de las cuales unas 200 cuajan en proyectos concretos (Serrador, 2017).

Partiendo de su propia experiencia, Abraza la Tierra ha elaborado un protocolo de actuación fiable y contrastado para minimizar los riesgos en el asentamiento de los nuevos vecinos. A través de las Oficinas de Acogida en los territorios, realizan un estudio de las potencialidades económicas de los municipios en los que actúa y de los recursos existentes. A partir de ahí, los interesados en vivir en un pueblo, contactan con Abraza la Tierra a través de la web y les ayudan a seleccionar el municipio, buscar los recursos necesarios para el desarrollo de su proyecto y a la vez les ponen en contacto con los habitantes del pueblo. Finalmente, realizan un seguimiento de la acogida e integración de los recién llegados a la vida del pueblo.

En el caso de Segovia, el grupo encargado del proyecto Abraza la Tierra es Codinse, la Coordinadora para el Desarrollo Integral del Nordeste de Segovia, una de las zonas más despobladas de Castilla y León.

Su gerente, María del Mar Martín, recordó en las jornadas citadas sobre despoblación y envejecimiento organizadas por el periódico *El Adelantado de Segovia* en el campus universitario María Zambrano que España tenía 28 millones de habitantes en 1950, Castilla y León tres millones, Segovia 200.000 y la comarca Nordeste 33.000. En la actualidad, España suma unos 46 millones de ciudadanos, Castilla y León 2,4 millones, Segovia 154.000 y “en el Nordeste hemos perdido un 31,75% de la población, con una densidad de población de 5,7 habitantes por kilómetro cuadrado”.

Codinse es una asociación sin ánimo de lucro creada en 1992 por asociaciones culturales, empresarios, ayuntamientos, mancomunidades de municipios, sindicatos y personas físicas de la comarca. Aspiran a mejorar la calidad de vida de las personas que viven o quieren vivir en él. El empleo y autoempleo y la dinamización social son sus dos grandes líneas de acción.

Además del proyecto Abraza la Tierra, Codinse ha generado sinergias con la Fundación para el Desarrollo Rural Macario Asenjo, con los Colectivos de Acción Solidaria, con Huebra (la red de grupos de desarrollo rural de Castilla y León) y con la Red Española de Desarrollo Rural, que engloba a casi 200 grupos de acción local de toda España.

Entre sus acciones destaca la publicación del periódico mensual *El Nordeste de Segovia*, cuya primera edición salió a la calle en diciembre de 1996.

En cuanto a los retos pendientes, María del Mar Martín señaló los siguientes en las jornadas:

- “Actuar es cosa de todos”. La gerente de Codinse reclamó actuaciones conjuntas de asociaciones, empresas, comunidades autónomas, el Estado español y la Unión Europea. Tampoco se olvidó de quienes viven en los pueblos, de aquellos que van temporalmente y, por supuesto, de las personas que residen en las ciudades. A este respecto, señaló: “Si el medio rural muere, va a afectar al conjunto de la sociedad”.
- En segundo lugar, creer que es posible revertir la despoblación. En su opinión, la sociedad debe asumir que se van a vivir cambiar y que se debe caminar hacia una nueva ruralidad. Martín considera que es importante hablar de repoblación y crear un nuevo modelo rural sin olvidarse de la agricultura y la ganadería, facilitar viviendas a los jóvenes, favorecer la conciliación familiar y generar una actividad cultural y social que genere arraigo.
- En tercer lugar, Martín abogó por potenciar los GAL como dinamizadores del territorio; mejorar el transporte interno en las comarcas y analizar cómo va a influir cada norma que se aprueba en el mundo rural, entre otras cuestiones.
- Finalmente, la gerente de Codinse envió un mensaje de esperanza: “Tenemos la voluntad y algunas herramientas. Pero sólo será posible invertir el proceso si todos remamos en la misma dirección. Este territorio sigue vivo. Espero que podamos ceder a nuestros hijos una tierra en la que se pueda vivir y no una tierra vacía”.

### **3.3.3 El Hueco fomenta la responsabilidad social territorial**

Si algún colectivo resulta especialmente innovador y creativo actualmente, en lo que a búsqueda de soluciones se refiere es El Hueco, un ecosistema para el fomento del emprendimiento social y la innovación social en Soria promovido por la ONG española Cives Mundi, cuyo pilar es el desarrollo humano sostenible. La ONG cuenta con distintas fuentes de financiación pública, entre las que destacan la Comisión Europea, la Agencia Española de Cooperación al Desarrollo, la Junta de Castilla y León, la Agencia Catalana de Cooperación, así como ayuntamientos y diputaciones de toda España. Mientras, entre las instituciones privadas que lo respaldan se encuentra Fundación La Caixa y la Obra Social de Caja Madrid.

Creado en 2011, El Hueco está conformado por instituciones públicas y privadas, empresas y emprendedores, entidades financieras, inversores y mentores. Todos han unido esfuerzos para lanzar un mensaje positivo del mundo rural. Es buen ejemplo de gobernanza donde convergen administraciones públicas, sector privado, sociedad civil y ciudadanos.

Se ubica en un local cedido por Caja Rural de Soria y disponen de más de 2.500 metros cuadrados de espacio para oficinas, aulas, cafetería, comercio y almacenaje.

Dentro del fomento del talento emprendedor, la incubación y aceleración de emprendedores sociales, destaca el trabajo que realizan para impulsar estas cuestiones en las regiones más despobladas de Europa. Es decir, para luchar contra la despoblación. O mejor dicho, a favor de la repoblación. De atraer nuevos pobladores rurales en la provincia de Soria.

Estas son sus cinco líneas de acción:

- 1.- Mejorar el acceso al capital, la generación de incentivos fiscales y financieros específicos para desarrollar emprendimientos y empresas sociales en áreas poco pobladas.
- 2.- Políticas públicas que favorezcan la innovación social y el emprendimiento social. Promover el espíritu del emprendimiento social en el sistema educativo y en los dispositivos públicos de empleo.
- 3.- Desarrollar los recursos endógenos que tienen cada uno de los territorios.

4.- Trabajar en estrategias multisectoriales y de solidaridad interterritorial. Promover la innovación social y el conocimiento, generando herramientas, espacios y actuaciones para crear y fortalecer redes, intercambiar experiencias entre emprendedores sociales y medir el impacto social de sus iniciativas.

5.- Mejorar las infraestructuras de apoyo (físicas y de internet) en áreas poco pobladas, favoreciendo su conectividad.

En El Hueco apuestan por un ecosistema que atraiga el talento emprendedor en las regiones más despobladas de Europa. “Abierto, colaborativo, moderno y atractivo para empresas y emprendedores, que genere oportunidades para la creación de empresas sostenibles, empleo de calidad y desarrollo económico, social, responsable y sostenible”, explican en su página web (Recuperado de: <https://www.elhueco.org/>).

El Hueco es un buen ejemplo de aplicación del concepto de responsabilidad social territorial. Es decir, de cómo aplicar la responsabilidad social a un territorio. Desde la Red de Territorios Socialmente Responsables (Retos), dependiente del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social, parafrasean a Cicerón a la hora de justificar la necesidad de tener territorios socialmente responsables (TSR): “Por lograr la vieja aspiración de la humanidad: crear una sociedad para vivir y convivir, una sociedad justa e integradora y, por tanto, feliz”.

Según Retos, la responsabilidad social territorial “puede plantearse como modelo o estrategia de desarrollo urbano, local o territorial integrado y corresponsable, en la que el foco no se pone en el análisis de la actividad económica, sino que incorpora de manera equilibrada otras dimensiones extraeconómicas y pasa de entender el territorio como un problema a verlo como una oportunidad”.

Por su parte, la Red Europea de Gobiernos Locales por la Economía Social (REVES) señala que un territorio socialmente responsable “conjuga el equilibrio entre los aspectos económicos, sociales, ambientales y culturales del modo de vida local buscando conseguir una mejor calidad de vida para los habitantes locales y otros agentes implicados, a través de un enfoque de gobernanza participativa”.

Es lo que hacen en El Hueco. Ahí están los tres pilares de la responsabilidad social corporativa: lo económico, lo social y lo medioambiental. Con ello se persigue varios objetivos, tal como apuntan desde la Red Retos, en un documento donde explica su marco teórico (2013):

- Un territorio socialmente responsable (TSR) contribuye a la mejora y protección del medio ambiente.
- Un TSR hace que el territorio sea más competitivo.
- Un TSR proporciona el espacio idóneo para el ejercicio de la ciudadanía libre y en igualdad.
- Un TSR genera cohesión social.
- Un TSR mejora la calidad de vida y el bienestar.

Trasladando el marco teórico que propone la Red Retos al caso práctico de El Hueco, se cumple la premisa de la triple ganancia: yo gano, tú ganas... gana el territorio. De ahí que la responsabilidad social territorial pueda actuar como un freno a la despoblación en la comunidad autónoma de Castilla y León.

Una de las empresas sociales más importantes nacidas en el ecosistema de El Hueco es La Exclusiva, la furgoneta que está frenando la extinción de los pueblos de Soria. “La Exclusiva llega a los pueblos donde nadie llega. Es la tienda de los pueblos sin tienda”, la definen desde El Hueco (Recuperado de: <https://www.elhueco.org/ecosistema/la-exclusiva/>).

Se trata de un emprendimiento social que busca reducir la despoblación en la provincia de Soria. Se dedican a llevar la compra puerta por puerta por todos los pueblos sorianos. Suministran a los vecinos todo aquello que necesitan: desde alimentos, calzado, medicamentos, libros, ropa, muebles, presentación de documentos oficiales en el registro público... Es decir, cubren las necesidades básicas para que la gente pueda seguir viviendo en pueblos.

Trabaja en la provincia de Soria y también en la de Burgos desde 2017. En Soria cuentan con 416 clientes (249 fijos, 167 esporádicos). Cada semana recorren cuatro rutas, que incluyen 518 núcleos de población, de los cuales 119 son fijos, de parada obligatoria, y los otros 399 a demanda. En Burgos llega a 59 pueblos, todos de parada obligatoria.



La Exclusiva recibió el Premio Emprendedor XXI de La Caixa en 2015 y en 2016 el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente les concedió el galardón “Excelencia a la innovación para mujeres rurales”. Se trata de una empresa social cuyo modelo es replicable en cualquier lugar que sufra problemas de despoblación, envejecimiento de la población y falta de servicios.

### **3.4 Evolución hacia un tema de la agenda política**

Con un retraso de al menos 15 años respecto a su instauración en la agenda social, la despoblación también ha entrado con fuerza en el terreno político. Y eso “es una buena noticia ya que se asume como un problema de Estado y no como un problema local o regional” (Moyano, 2017, p.11). Instituciones como el Senado lanzaron un primer informe de diagnóstico en 2015. Después se sumó la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y algunas comunidades autónomas gravemente afectadas por el despoblamiento rural como Castilla y León. Asimismo, la puesta en marcha del Comisionado del Gobierno para el Reto Demográfico en 2017 refleja un giro en el abordaje del tema. Y es que la repoblación del medio rural se ha convertido en objeto de discusión en prácticamente todos los espacios de deliberación y decisión social, política y mediática.

Todas con muchas recomendaciones. Pero la mayoría en un discreto segundo plano, sin terminar de pasar de los discursos y la evaluación a proyectos concretos de acción. Los múltiples foros y jornadas que vienen celebrándose con la despoblación como tema central también reclaman que se tomen medidas y no se pierda más tiempo en elaborar diagnósticos. Se buscan soluciones y, sobre todo, voluntad de aplicarlas. Así sucedió, por ejemplo, en el II Congreso Nacional de Despoblación en el Medio Rural que se celebró en Huesca en junio de 2017. Los miembros institucionales aglutinados en torno a la FEMP pidieron al Gobierno de España una ley específica con dotación económica para frenar la despoblación de las zonas rurales. Entienden que es el paso siguiente para frenar el despoblamiento “después de haber metido el tema en la agenda política y haber propuesto 88 medidas de actuación. Es la hora y el momento de pasar de las palabras a los hechos” (FEMP, 2017. Recuperado de: <http://www.femp.es/comunicacion/noticias/despoblacion-una-ley-especifica-con-toda-su-financiacion>). Cuesta dar el paso. La incertidumbre política tampoco ayuda. Por ahora, ni hay ley específica ni financiación para luchar contra la despoblación.

Por el contrario, el asunto ha cobrado un especial protagonismo en las distintas campañas electorales -especialmente en los comicios generales del pasado 28 de abril de 2019-. La cuestión rural reaparece en la agenda política de España como si siguiera los ciclos que marcan las urnas. Entra en campaña, pero apenas se queda a las puertas de ser incluida en la agenda política real, la de plantear propuestas y ejecutarlas.

Tras décadas de inacción por parte de nuestros representantes, sorprende la facilidad con la que ahora la clase política intenta sumarse al carro de las modas sociales. En la campaña de los comicios generales que se celebraron el 28 de abril de 2019, el líder del Partido Popular, Pablo Casado, se metió en un establo de vacas para hacerse una foto y el de Ciudadanos, Albert Rivera, se subió a un tractor (con traje y corbata relucientes). No quieren quedar desplazados una vez que buena parte de la ciudadanía sufridora del problema y algunos ensayos periodísticos exitosos han contribuido a resaltar la preocupación por el despoblamiento rural. Y todo a pesar de que la sangría demográfica en el medio rural español no es nada nuevo, ni imprevisto, ni circunstancial. Pero ahí está el repentino interés de los líderes políticos. Descubriendo en 2019 -o aparentando que descubren- un problema que se remonta al menos 70 años atrás. Si los políticos se han percatado ahora del problema de la despoblación es simplemente por puro interés electoral, conscientes de que el color del Gobierno central se decidiría en buena parte por los escaños que reparten las pequeñas circunscripciones, en las que se deciden cinco o menos diputados.

En la verborrea discursiva, nadie quiere permanecer al margen. Incluso el rey Felipe VI habló sobre la despoblación el pasado abril para reclamar un compromiso común de administraciones, empresas y sociedad civil para apoyar a los jóvenes de la España rural y lograr el relevo generacional que cree que necesita la agricultura. En su opinión, los jóvenes rurales deben tener los mismos derechos y disfrutar de las mismas oportunidades y beneficios que los que desarrollan su vida en las ciudades. Ahí queda el pronunciamiento.

Como en todas las facetas de la vida, hay quienes ven el vaso medio lleno y otros, medio vacío. El periodista Raúl Conde considera el hecho de ver a todos los candidatos lanzados hacia la España interior y empleando las palabras España vacía o vaciada, proponiendo planes y medidas fiscales diferenciadoras, “es poco, pero significa que hay interés”. Otros, como el escritor Julio Llamazares, creen que una vez pasan las elecciones, la moda suele olvidarse hasta dentro de cuatro años. El autor de *La lluvia amarilla* (1988) tiene claro que si

los políticos españoles hablan continuamente de la necesidad de fijar población en el mundo rural es porque no saben la dimensión real del problema ni están convencidos de aquella. “De lo contrario, ya habrían pasado a la acción” (Recuperado de [https://elpais.com/elpais/2017/01/13/opinion/1484307087\\_441671.html](https://elpais.com/elpais/2017/01/13/opinion/1484307087_441671.html)).

A continuación, se exponen los distintos diagnósticos de acción aprobados, entre otros, por el Senado y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), pero que no se han llevado a la práctica. Todavía hoy se proponen actuaciones por separado y sin demasiada coordinación entre ayuntamientos, diputaciones, comunidades autónomas y gobierno central. Múltiples voces reclaman políticas desde todos los frentes. Rico (2017) ve necesario establecer una hoja de ruta consensuada entre el Estado y las comunidades autónomas. Una estrategia transversal, integradora y que tenga la suficiente capacidad de reconocer la singularidad de cada territorio. Para ello, dice, es imprescindible que los partidos políticos demuestren voluntad de afrontar el problema.

#### **3.4.1 Las propuestas sin aplicar del Senado**

Hasta la fecha, el debate y trabajo parlamentario sobre la despoblación rural se ha desarrollado en la Cámara Alta. Cabe destacar la creación en noviembre de 2016 de la Comisión Especial de Estudio sobre la evolución demográfica y sus consecuencias en España. De hecho, su trabajo concluyó el 22 de febrero de 2019 con la presentación de un informe por parte del Partido Popular (PP) que fue rechazado por PSOE y Podemos al considerar que se trataba de un texto no consensuado y con matices partidistas.

Entre las 100 propuestas del PP se encuentra impulsar una ley de protección de la natalidad, proteger a las familias numerosas, certificación específica para familias monoparentales y deducciones a familias con madres menores de 30 años. También proponen medidas para una vejez saludable, incluyendo un Plan Nacional de Alzheimer. Finalmente, recomiendan elaborar un plan estratégico con campañas de convivencia y respeto para la integración de los inmigrantes en el medio rural. Medidas que, como queda de manifiesto, surgieron para afrontar el reto demográfico, no exactamente la despoblación. Dicho de otra manera. Con estos planteamientos, la lucha contra la despoblación empieza a diluirse en el problema del envejecimiento pese a que la despoblación además del envejecimiento también entraña la pérdida de habitantes de un territorio hasta convertirlo en desierto demográfico.

Más allá de este documento, destacan dos informes:

- 1.- Informe de la Ponencia de Estudio para la adopción de medidas en relación con la despoblación rural en España, de 24 de marzo de 2015.
- 2.- Informe de la Comisión Especial de estudios sobre las medidas a desarrollar para evitar la despoblación en las zonas de montaña, de 22 de junio de 2015.

Respecto al primero, la Comisión de Entidades Locales configuró un listado de 47 medidas para luchar contra la despoblación. Sólo 15 se adoptaron por consenso. La *Ponencia de estudio para la adopción de medidas en relación con la despoblación rural en España* se publicó en el Boletín Oficial de las Cortes Generales el 17 de abril de 2015 (Recuperado de: [http://www.congreso.es/public\\_oficiales/L10/CONG/BOCG/A/BOCG-10-A-143-1.PDF](http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/BOCG/A/BOCG-10-A-143-1.PDF)).

Estas fueron las 15 recomendaciones adoptadas:

1. Definición de los territorios “escasamente poblados” como aquellos municipios que han perdido población desde 1950 y tienen una densidad por debajo de 10 habitantes por kilómetro cuadrado.
2. Establecer las acciones políticas necesarias para garantizar la permanencia de la población en el mundo rural y especialmente de la mujer joven.
3. Mejorar la participación de los municipios rurales en los fondos económicos del Estado y de la Unión Europea utilizando, para ello, parámetros discriminatorios positivos en el reparto.
4. Adoptar las disposiciones necesarias para conseguir la mayor coordinación entre todas las AAPP implicadas en el mundo rural aplicando la metodología del LEADER+ y para establecer medidas de discriminación positiva de creación de empleo y actividad económica en el medio rural.
5. Compromiso de las AAPP de ofrecer a los habitantes del medio rural los servicios básicos que garanticen su permanencia (salud, educación, ayuda a mayores, alimentación).
6. Pedir a todas las AAPP, desde la UE a los municipios, que adopten medidas fiscales, sociales y financieras, estableciendo los incentivos económicos necesarios para apoyar a los emprendedores, empresas, profesionales, funcionarios que quieran instalarse o estén asentados en el medio rural.

7. Mejorar las comunicaciones entre territorios y crear un sistema transversal y vertebrado de comunicaciones dentro de los territorios rurales.
8. Asegurar las nuevas tecnologías de la información en los núcleos rurales con pleno acceso a internet y completa cobertura de la telefonía móvil como medio de fijar población.
9. Mantener el empleo impulsando los propios recursos naturales de la población, activar el turismo rural, apoyar el emprendimiento ganadero (incentivando la incorporación de nuevos ganaderos), agrario, forestal, medioambiental y agroalimentario de estas zonas rurales y rehabilitar los espacios naturales.
10. Favorecer la calidad de vida e igualdad de oportunidades ofreciendo unos adecuados servicios destinados a personas mayores y con discapacidad, niños y mujeres, apoyando y promocionando los sectores emergentes de la economía rural.
11. Desarrollar poblaciones intermedias con unos adecuados multiservicios rurales a los que los ayuntamientos de estas zonas rurales tengan la posibilidad de acceder para cubrir las necesidades básicas de sus vecinos.
12. Habilitar fórmulas de gestión y financiación.
13. Implicar a la población autóctona ante la recepción e integración de nuevos pobladores.
14. Difundir las medidas en los núcleos de población importantes, poniendo en valor la calidad de vida, la empatía y sensibilidad con los territorios despoblados.
15. Buscar la mayor coordinación de todas las AAPP e instituciones implicadas en la lucha contra la despoblación rural respetando su ámbito competencial.

Formuladas por expertos, representantes de instituciones, organizaciones empresariales y asociaciones del mundo rural, las propuestas fueron definidas como “generalistas y de dudosa aplicabilidad. Se trata de un caso típico de actuación inoperante, con la cual todo seguirá igual” (Regidor, 2017, p.116). O incluso peor, puesto que numerosas zonas rurales no hacen más que perder servicios, especialmente sanidad, servicios sociales y educación. La Junta de Castilla y León publicó en marzo de 2019 un decreto por el que plantea pagar 6.000 euros más a los médicos que ejerzan en zonas de difícil cobertura, que suman un total de 24 distribuidas por toda la comunidad autónoma.

Los profesores también se ven afectados por la sangría demográfica puesto que el alumnado matriculado en un Colegio Rural Agrupado (tipología de centro que da servicios a pueblos pequeños y medianos) ha disminuido un tercio en los últimos diez cursos en Castilla y León.

Si en 2007 empezaron el curso en estos centros 21.425 niños de tres a once años, en 2018 lo hicieron 15.213 alumnos, lo que representa una caída del 29,8% (Escribano, 2018. Recuperado de: <https://www.elnortedecastilla.es/castillayleon/colegios-rurales-castilla-20180325094246-nt.html>). Mientras, a la España despoblada también le faltan guardias civiles. A la infradotación de las plantillas del cuerpo de seguridad se une la distribución territorial de los efectivos disponibles, que resulta especialmente complicada en municipios pequeños y en las provincias más despobladas.

Sin que se implementaran tales medidas, la Comisión Especial de Estudio lanzó el segundo informe. ¿Su objetivo? Evitar la despoblación de las zonas de montaña y plantear medidas de “modernización y desarrollo de todos los sectores económicos y, en particular, de la agricultura, de la ganadería, de la pesca y de la artesanía” (BOCG-Senado, 2015). La comisión se ocupó de asuntos como la natalidad, el empleo, la inmigración y emigración, así como la despoblación rural y los desplazamientos a las grandes ciudades. Como en el caso anterior, el trabajo finalizó con una serie de recomendaciones en materia de ordenación del territorio, comunicaciones, recursos y espacios naturales, servicios públicos, empleo, medidas fiscales, económicas y modelos de gestión que como tal ahí quedan. Sobre el papel. Fue un paso más a la hora de visibilizar el problema y aportar un diagnóstico, pero no llegaron a aplicarse.

“No ha habido hasta la fecha voluntad de aplicarlas. No se han convertido en realidad porque el gobierno no lo ha considerado prioritario y porque realmente no se quiere hacer. Será que no interesa”, lamenta María del Mar Martín, gerente de Codinse.

### **3.4.2 La despoblación como “cuestión de Estado” según la FEMP**

La Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) es la Asociación de Entidades Locales de ámbito estatal con mayor implantación que agrupa ayuntamientos, diputaciones, consejos y cabildos insulares. Suman un total de 7.324, que representan más del 90% de los gobiernos locales españoles, según datos de la propia FEMP (Recuperado de: <http://www.femp.es/quienes-somos>).

La FEMP cuenta con una comisión de trabajo dedicada a la despoblación. Fue creada por la Junta de Gobierno el 27 de septiembre de 2015, recogiendo el mandato emanado del XI Pleno de la FEMP celebrado el 19 de septiembre de ese mismo año. Su actividad se orienta a impulsar acciones innovadoras que contribuyan a paliar los efectos de la desigualdad

generada por la pérdida de población. Hasta la fecha publicado dos informes relacionados con la despoblación:

#### 1.- Población y despoblación en España 2016

La FEMP define la despoblación como “un problema creciente, una cuestión de Estado” (2016, p.3). Según sus cálculos -realizados a partir del análisis de los datos de población por municipios certificados por el INE y publicados en diciembre de 2016- el 50% de los municipios españoles está “en riesgo de extinción” (2016, p.3).

2.- Documento de acción. Comisión de Despoblación. Listado de medidas para luchar contra la despoblación en España. El presidente de la FEMP, Abel Caballero, defiende que estos informes y su presentación en distintos foros favorecieron la creación del Comisionado del Gobierno para el Reto Demográfico y, con ello, colocar la despoblación en la hoja de ruta de la política española. Pero no sólo eso. Desde la FEMP también se muestran convencidos de que su labor ha permitido situar la despoblación en la agenda europea, puesto que la aprobación en el Parlamento Europeo del informe de la eurodiputada española Iratxe García se basa en otro previo impulsado por la FEMP. Dicho informe fue llevado a Bruselas por representantes del municipalismo español a través del Consejo de Municipios y Regiones de Europa (CMRE). “Ha sido un paso muy grande, tan grande como necesario y urgente para los territorios rurales que luchan a diario para no languidecer. Y la FEMP también ha estado ahí”, señala Caballero en la revista que edita la propia federación (2017. Recuperado de: <http://femp.fcemp.es/files/842-322-fichero/Carta%20Local%20n%C2%BA%20307,%20noviembre%202017.pdf>).

Este segundo informe, presentado en abril de 2017, plantea la necesidad de implicación de todas las Administraciones Públicas en su tratamiento (p.3):

La regresión demográfica se ha convertido en un problema de Estado y como tal ha de responderse a él desde una perspectiva de gobernanza multinivel que en la práctica conlleve la implicación de todas las Administraciones Públicas en todos sus frentes de acción.

La propuesta de la FEMP aspira, de alguna manera, a ser “el punto de partida” para la articulación de una estrategia nacional contra la despoblación (Gómez Caloca, 2017, p.170). Y al mismo tiempo, convertirse en una referencia para su inclusión en la agenda política

permanente de España con un tratamiento transversal, que incluya la lucha contra la despoblación en los planes y acciones de todas las Administraciones Públicas.

El documento articula una doble estructura de participación tanto para la elaboración como para el seguimiento de las acciones que se implementen. Por un lado, una Mesa Estatal contra la Despoblación con presencia de la FEMP, la Administración del Estado, las CCAA y los agentes sociales y económicos. Y por otro, propone crear Grupos de Trabajo Regionales contra la despoblación en cada comunidad autónoma con presencia de representantes de la Administración Autonómica y de las Diputaciones Provinciales.

Tras destacar la necesidad de que la despoblación se incorpore como un criterio a la hora de distribuir fondos a escala europea, nacional y autonómica, la FEMP propone 79 acciones, que se adaptarían a las necesidades concretas de cada territorio. Se dividen en siete áreas de trabajo: institucionales y financiación, economía y empleo, infraestructuras, servicios sociales, vivienda, incentivos demográficos y cultura, identidad y comunicación.

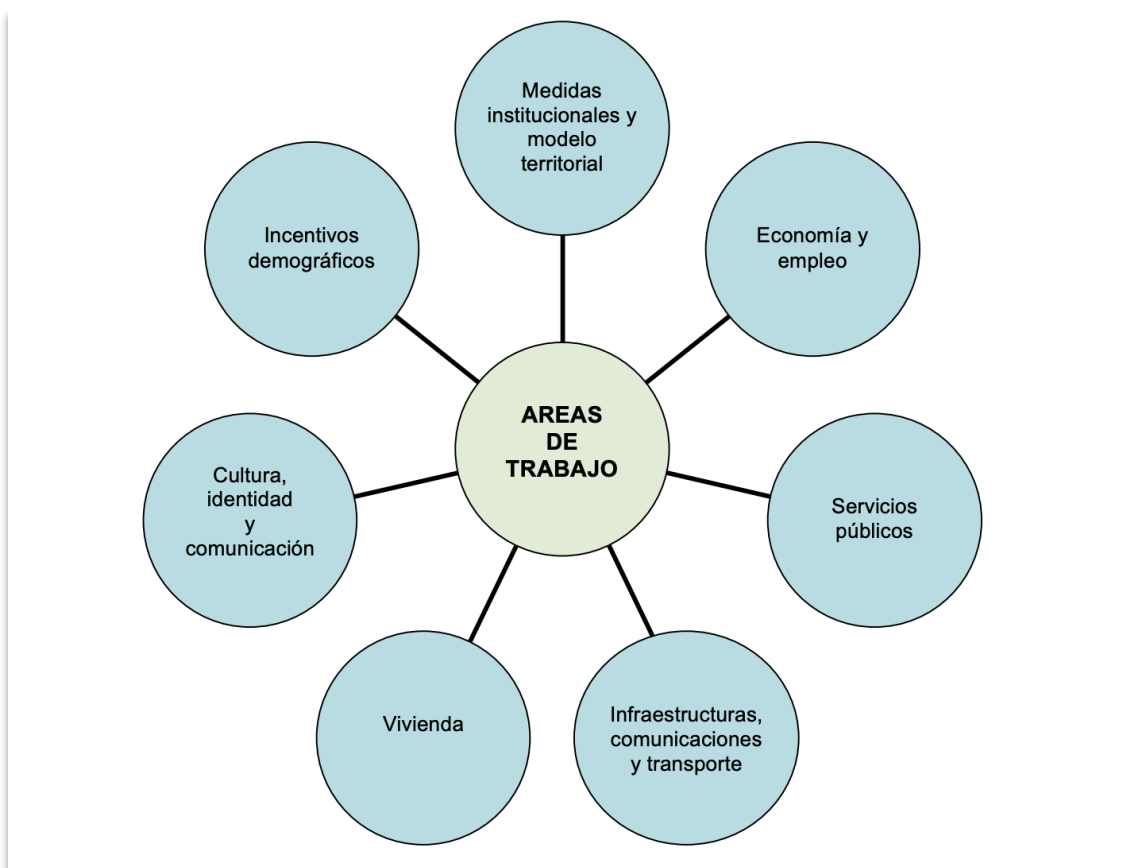


Figura 32. Áreas de trabajo de la Comisión de Despoblación de la FEMP. Fuente: FEMP.



A continuación, se recogen las principales medidas propuestas por la FEMP:

<b>Medidas institucionales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recuperar la Ley de Desarrollo Sostenible</li> <li>• Incorporar estrategias demográficas a los presupuestos de todas las administraciones públicas</li> <li>• Liderazgo de las entidades locales en la gestión de fondos europeos destinados al medio rural</li> <li>• Promover incentivos para empleados públicos que fijen su residencia en la zona rural en la que presten servicio</li> </ul>
<b>Economía y empleo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonificaciones de cuotas a la Seguridad Social para quienes desarrollen su actividad en zonas de prioridad demográfica</li> <li>• Bonificaciones y deducciones en el IRPF para los residentes en el medio rural</li> <li>• Impulsar sellos de calidad territorial para la producción local</li> </ul>
<b>Servicios públicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar planes provinciales de cobertura de servicios públicos</li> <li>• Potenciar servicios sociales que favorezcan la permanencia en el domicilio habitual</li> <li>• Plan de acogida e integración a la población inmigrante</li> <li>• Reactivar la Ley de Dependencia</li> </ul>
<b>Infraestructuras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan digital para que antes de 2020 todos los municipios dispongan de banda ancha de al menos 30 Mbps</li> <li>• Aceleramiento del desarrollo de la administración electrónica y extensión de las TIC</li> <li>• Adaptar los actuales modelos de transporte público</li> </ul>
<b>Vivienda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Líneas de subvención para adquisición y rehabilitación de viviendas que sean primeras residencias</li> <li>• Captar viviendas vacías y gestionar bolsas de viviendas en el medio rural</li> <li>• Rehabilitación de inmuebles de la bolsa pública de vivienda rural</li> </ul>

<b>Incentivos demográficos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayudas especiales a la natalidad, que podrían tener en cuenta las características de los espacios rurales</li> <li>• Estudiar bonificaciones impositivas para familias con hijos residentes en el medio rural</li> <li>• Fomentar servicios de guardería de proximidad</li> </ul>
--------------------------------	--

La mayoría de estas medidas gozan de amplio consenso, tal como se desprende en los múltiples foros sobre la despoblación que se celebran en toda España, pero no se han aplicado. No obstante, no han caído en saco roto. Cabe destacar que el Gobierno de Pedro Sánchez las asumió en octubre de 2018 como hoja de ruta contra la despoblación del medio rural. Así lo indicó el presidente de la Comisión de Despoblación de la FEMP y de la Diputación de Zaragoza, Juan Antonio Sánchez Quero, al término de una reunión con la comisionada del Gobierno para el Reto Demográfico, Isaura Leal, en la que estuvieron presentes 12 representantes de diputaciones y ayuntamientos (Pérez, 2018. Recuperado de: [https://www.abc.es/espana/aragon/abci-gobierno-asume-80-medidas-femp-para-luchar-contra-desierto-demografico-201810222102\\_noticia.html](https://www.abc.es/espana/aragon/abci-gobierno-asume-80-medidas-femp-para-luchar-contra-desierto-demografico-201810222102_noticia.html)).

Si por algo se diferencia del resto de informes elaborados por distintas instituciones es por resaltar la importancia de la comunicación. Así, plantea estas medidas:

A. Mejorar la comunicación de la realidad territorial del medio rural.

B. Potenciar, con estrategias territoriales de comunicación, la difusión de esa realidad y de las ventajas competitivas –sociales y económicas- de las áreas rurales.

C. Poner comunicativamente en valor la lucha contra la despoblación del medio rural como fuente de riqueza patrimonial, económica y medioambiental para el todo el país.

Pese a las recomendaciones en materia de comunicación, la FEMP no ha realizado ninguna campaña a fecha de cierre de esta investigación. Se limita a hacer sugerencias sin pasar a la acción.

### 3.4.3 El fracaso de la Agenda para la Población de Castilla y León

El Estatuto de Autonomía de Castilla y León incluye un apartado dedicado a población. En el artículo 16, que recoge los principios rectores de las políticas públicas, se dice que los poderes públicos castellanoleoneses, en el ejercicio de sus competencias, deben promover y adoptar las medidas necesarias para garantizar la plena eficacia de, entre otros, los siguientes objetivos:

- “El ejercicio efectivo del derecho de los ciudadanos de Castilla y León a vivir y trabajar en su propia tierra, creando las condiciones que favorezcan el retorno de quienes viven en el exterior y su reagrupación familiar” (art. 16.8).
- “La lucha contra la despoblación, articulando las medidas de carácter institucional, económico, industrial y social que sean necesarias para fijar, integrar, incrementar y atraer población” (art. 16.9).
- “La modernización y el desarrollo integral de las zonas rurales de Castilla y León, dotándolas de infraestructuras y servicios públicos suficientes” (art. 16.10).

Asimismo, en el artículo 43, referido a la organización territorial, se dice que “la Comunidad y las entidades locales de Castilla y León promoverán la cohesión y el equilibrio de todos sus territorios, con especial atención a las zonas periféricas y a las más despobladas y desfavorecidas” (art. 43.3).

Pues bien, en este sentido y en segundo lugar hay que subrayar la aprobación por parte de la Junta de Castilla y León de la Agenda para la Población 2010-2020 en mayo de 2010 “con el propósito final de mejorar la evolución demográfica de la comunidad autónoma, en el horizonte del año 2020” (BOCYL, 2010). Cabe destacar que los objetivos de fijar, integrar, incrementar y atraer población están reflejados en la Ley Orgánica 14/2007, de 30 de noviembre, de reforma del Estatuto de Autonomía de Castilla y León.

La estrategia se articuló en torno a cuatro focos de atención: los jóvenes, las familias, los inmigrantes y los emigrantes. En total, 118 medidas para aumentar la población. Así, se prometió incorporar a 400 investigadores en empresas, poner en marcha la Oficina Virtual para la Autonomía Joven, incrementar las ayudas directas por el nacimiento del segundo hijo (hasta llegar a 1.500 euros en algunos supuestos), reducir la lista de espera para la reproducción asistida, aprobar el proyecto de ley de integración de inmigrantes y una serie

de ayudas para el retorno de los emigrantes castellanoleoneses como impulsar la Oficina de Retorno, entre otras muchas medidas.

Todo ello en una doble dirección: mejorar el saldo vegetativo mediante el aumento de la natalidad e incrementar el saldo migratorio atrayendo personas de otros territorios y evitando las salidas de la región.

No obstante, llama la atención el diagnóstico realizado por la Junta de Castilla y León. El documento que presentó en 2010 el presidente del gobierno autonómico, Juan Vicente Herrera (2001-2019), sostenía que la percepción negativa respecto a la evolución demográfica castellanoleonesa se había convertido “en buena medida en falsos tópicos” que, además, sitúan a la región ante “el peligro de constituir un caldo de cultivo que opere en contra de nuestra propia capacidad de crecimiento” (BOCYL, 2010, pp. 9-10).

Castilla y León suma nueve años consecutivos de descenso poblacional. Este desplome certifica el estrepitoso fracaso de la Agenda para la Población aprobada por la Junta de Castilla y León a iniciativa de la Consejería de la Presidencia.

Y eso no es lo peor. Las proyecciones del INE para los próximos 15 años no invitan al optimismo. Según dichas proyecciones, en ese periodo Castilla y León puede perder 210.143 habitantes, que son más de los que tiene censados en estos momentos la provincia de Zamora (174.549). Tal caída demográfica dejaría el padrón regional en niveles propios del comienzo del siglo XX.

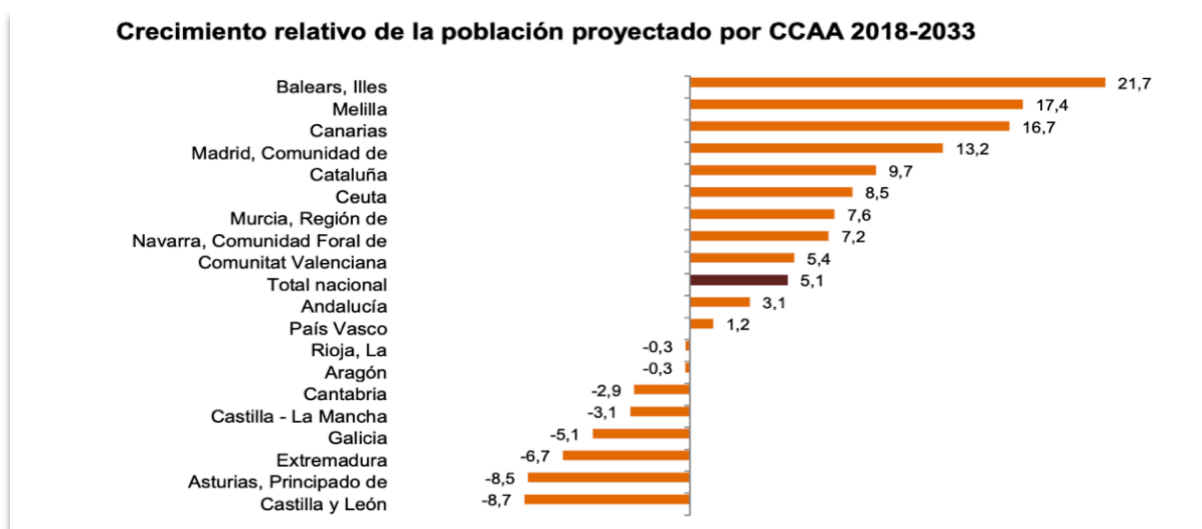


Figura 33. Proyecciones de población hasta el año 2033. Fuente: INE.

De ahí la conclusión del catedrático de Geografía en la Universidad de Salamanca Valentín Cabero (2014. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/meseta/Debacle-Gobierno-PP-Castilla-Leon\\_6\\_221937810.html](https://www.eldiario.es/meseta/Debacle-Gobierno-PP-Castilla-Leon_6_221937810.html)):

La fijación de la población se ha convertido en un lamentable fracaso, cuya explicación recae básicamente en las políticas erráticas y sin verdadero compromiso con el territorio y sus gentes de la Junta de Castilla y León, gobernada desde 1987 por el Partido Popular, y no en un fatalismo determinista. Un madrileño centralista, José María Aznar, utilizó la región como trampolín político; dos sorianos, Jesús Posada y Juan José Lucas, sin entusiasmo alguno por la región y sus comarcas, siguieron los mismos pasos de su mentor; y Juan Vicente Herrera, un burgalés que lleva 12 años en la presidencia de la Junta, ha fracasado una y otra vez en sus propuestas retóricas de vertebración regional y recuperación demográfica. Los otros ni lo intentaron. Sólo el poder, en su concepción más caciquil y patrimonial, les ha preocupado. La mayoría absoluta les permite reírse cínicamente de la despoblación y despreciar cuánto ignoran.

#### **3.4.4 La Unión Europea pasa a la acción**

La Unión Europea no habla de despoblación sino de reto demográfico. Así, el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) encomienda a las instituciones europeas una especial consideración a este reto. Destacan dos artículos. El 174 reconoce una “especial atención a las zonas rurales, a las zonas afectadas por una transición industrial y a las regiones que padecen desventajas demográficas graves y permanentes como, por ejemplo, las regiones más septentrionales con una escasa densidad de población y las regiones transfronterizas y de montaña” (2002, p. 81).

Por su parte, el artículo 175 del TFUE establece que la atención a los retos demográficos debe formar parte tanto de la elaboración de las políticas y acciones de la Unión Europea como del reparto de los Fondos de Cohesión, Fondos Estructurales y el resto de instrumentos financieros europeos.

Ha sido recientemente, en febrero de 2019, cuando el reto demográfico ha entrado con fuerza en la agenda de Bruselas. La UE pasa a la acción. Se adapta a los nuevos desafíos. La Comisión de Desarrollo Regional del Parlamento Europeo aprobó el pasado 14 de febrero

en Estrasburgo que la despoblación se convierta en un criterio a la hora de repartir los fondos de cohesión del periodo 2021-2027.

Dicho de otra manera: el nuevo reglamento de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (Feder) y los Fondos de Cohesión tendrán fondos específicos para el reto demográfico (término que incluye tanto el envejecimiento de la población como la despoblación, pese a ser dos cosas distintas). La despoblación se convierte en una prioridad financiera porque tal como recuerda el investigador Francisco Javier Gómez Caloca, la UE carecía hasta el momento de “una política transversal, coordinada y dotada de financiación e instrumentos potentes” para afrontar el fenómeno de la despoblación (2017, p. 182).

Antes, el 22 de enero de 2019, el Parlamento Europeo votó a favor del reglamento de disposiciones comunes de los fondos estructurales. Fue el primer paso de cara a la aprobación de la nueva generación de fondos europeos para el periodo 2021-2027 y también uno de los más importantes, ya que en ese voto se fijó la posición fundamental de la Eurocámara sobre las grandes directrices y prioridades de gasto de 360.000 millones de euros de los llamados fondos de cohesión: Fondo Europeo de Desarrollo Regional, Fondo Social Europeo, Fondo Europeo Agrario de Desarrollo Rural y Fondo Europeo Marítimo y de Pesca.

Se incluyó por primera vez un tratamiento específico de los problemas demográficos, no sólo como hasta ahora en lo referido a las regiones remotas o de montaña sino a aquellas afectadas por problemas de despoblación y crisis demográfica.

La inclusión de los aspectos demográficos como prioridad de gasto de los nuevos fondos es el resultado del esfuerzo de muchos actores, entre ellos de la presidenta de la delegación socialista española en el Parlamento Europeo, Iratxe García Pérez, autora del *Informe sobre el despliegue de los instrumentos de la política de cohesión por parte de las regiones para afrontar el cambio demográfico*, que fue aprobado en 2017.

Entre otras cuestiones, el informe defendido por García Pérez pedía que el Fondo Europeo de Desarrollo Regional destine más ayuda a que las zonas con altos índices de envejecimiento, ruralidad y éxodo poblacional puedan mejorar sus infraestructuras, reducir la brecha digital y contar con mejores servicios públicos (2017, p. 12).

Todo ello teniendo en cuenta los cambios en el empleo (más precario), el efecto aglomeración (es decir, la concentración de la actividad económica en muy pocos lugares. En Madrid y Barcelona en el caso español), el círculo vicioso entre la despoblación y la supresión de servicios públicos (sanidad, educación, transporte...). En su opinión, el cambio demográfico es uno de los principales problemas de la UE.

Una vez aprobadas las enmiendas presentadas por García Pérez, esta señaló en un comunicado que “la cohesión ha sido, es y será una de las políticas fundamentales para la UE, ya que es una herramienta fundamental para conseguir la igualdad de oportunidades de los europeos con independencia del territorio en el que vivan”. Según la eurodiputada socialista, se requiere una política de cohesión que favorezca la fijación de población, que dé oportunidades y alternativas de empleo a las mujeres y a los jóvenes y no se resigne a crear desiertos demográficos en Europa.

En esto mismo también ha trabajado el denominado *Grupo de trabajo de la Calre sobre despoblación y envejecimiento*. La Conferencia de Asambleas Regionales Europeas (Calre) está formada por 18 Asambleas Legislativas de ocho países de la Unión Europea (Italia, Alemania, Bélgica, Austria, Finlandia, Reino Unido, Portugal y España) y hasta febrero de 2019 estuvo coordinada por Silvia Clemente, expresidenta de las Cortes de Castilla y León. Así consta en la Memoria de Actividades de 2018, cuyo foco se situó en abogar por la inclusión de criterios demográficos en el contexto de las negociaciones para el próximo marco financiero plurianual 2021-2027 y la Política de Cohesión.

Previamente a estas decisiones, se produjo otro hecho destacable con protagonista castellanoleonés. El Comité Europeo de las Regiones aprobó por unanimidad el dictamen de iniciativa *La respuesta de la Unión Europea al reto demográfico*, presentado por el presidente de la Junta de Castilla y León, Juan Vicente Herrera, en 2016.

Herrera se refirió al reto demográfico como uno de los grandes “problemas silenciosos” de la Unión Europea (Ical, 2016) y señaló el envejecimiento de la población como su indicador más evidente. No obstante, también mencionó el descenso de jóvenes y la baja tasa de natalidad. El presidente autonómico sostuvo que “Europa no puede cerrar los ojos” ante tal desafío, que considera se debe afrontar con “decisión y unidad” ya que hasta ese momento la respuesta ofrecida fue “parcial” y “escasamente desarrollada”.

Según Herrera, los riesgos de este cambio demográfico causan problemas económicos, sociales, ecológicos y presupuestarios que marcarán el devenir de los sistemas públicos de pensiones y sanidad. En definitiva, el futuro del estado de bienestar europeo (Gómez Caloca, 2017).

El Comité de las Regiones es un organismo consultivo de la UE con representación de hasta 350 miembros, las regiones y entes locales de Europa que, mediante informes y dictámenes, pueden elevar sus opiniones sobre la legislación de Bruselas que les afecte directamente.

### **3.4.5 El Comisionado del Gobierno apuesta por la igualdad de oportunidades**

El Consejo de Ministros aprobó el 27 de enero de 2017 un Real Decreto por el que se creó el Comisionado del Gobierno para el Reto Demográfico frente al progresivo envejecimiento, el despoblamiento territorial y los efectos de la población flotante.

La decisión se tomó en un contexto de desequilibrio de la pirámide poblacional en España con 10 comunidades autónomas, entre ellas Castilla y León, con un saldo vegetativo negativo. Según los datos publicados en su web, se ha pronosticado una pérdida de más de medio millón de habitantes en 2031 y más de cinco millones de habitantes en 2066.

Cabe destacar que el Gobierno, entonces presidido por Mariano Rajoy, creó el citado Comisionado tras atender las demandas de varios presidentes autonómicos reunidos bajo el paraguas de la Conferencia de Presidentes. Estos le plantearon el sobre coste que implican servicios públicos como la educación y la sanidad en zonas con población escasa, envejecida y dispersa.

La exsenadora del PP Edelmira Barreira asumió el cargo. Con ello, se elevó el rango de la consideración política hacia la despoblación. Sin embargo, Barreira dejó inconcluso su trabajo: no presentó ninguna estrategia ni hubo iniciativas concretas.

Desde junio de 2018 hasta marzo de 2019, la diputada socialista Isaura Leal estuvo al frente del Comisionado, adscrito al Ministerio de Política Territorial y Función Pública. El objetivo general de la Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico es “sentar las bases de un proyecto de país que garantice la igualdad de oportunidades y el libre ejercicio de los derechos



de ciudadanía en todo el territorio” (La Moncloa, 2019). Todo ello a través de la coordinación y cooperación de todas las administraciones públicas, el aprovechamiento de los recursos endógenos y la colaboración público-privada.

Finalmente, en el último Consejo de Ministros antes de que se disolvieran las Cortes de cara a las elecciones generales del 28 de abril, se aprobó un acuerdo sobre las directrices generales de la citada estrategia. Su carácter es “global, transversal, desde una perspectiva multidisciplinar y con la participación de todos los departamentos a través del trabajo de un grupo interministerial”, tal como reseña el Gobierno. De hecho, los distintos ministerios incorporaron a las directrices de la estrategia más de 80 medidas.

Estos son los siete objetivos que plantea la Estrategia Nacional:

- Garantizar una plena conectividad territorial, con una adecuada cobertura de internet de banda ancha y de telefonía móvil en todo el territorio, de acuerdo con la Agenda Digital Europea 2020.
- Asegurar una apropiada prestación de servicios básicos a toda la población en condiciones de equidad, adaptada a las características de cada territorio.
- Incorporar el impacto y la perspectiva demográfica en la elaboración de leyes, planes y programas de inversión, favoreciendo la redistribución territorial en favor de una mayor cohesión social.
- Avanzar en la simplificación normativa y administrativa para los pequeños municipios, con el fin de facilitar la gestión de los ayuntamientos.
- Eliminar los estereotipos y poner en valor la imagen y la reputación de los territorios más afectados por los riesgos demográficos.
- Mejorar los mecanismos para una mayor colaboración público-privada, potenciando la incorporación de los factores demográficos en la responsabilidad social del sector privado, para convertir todos los territorios, sin exclusiones, en escenarios de oportunidades.
- Alinear las líneas de acción y los propósitos de la Estrategia con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y de la Agenda 2030.

Ahora, estas directrices se remitirán a las comunidades autónomas, ciudades con Estatuto de Autonomía y representantes de las entidades locales para su discusión junto con sus propias

propuestas con la meta de presentar la Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico en la próxima Conferencia de Presidentes. Una vez más, toca esperar para ver si las medidas se aplicarán o quedarán como ya es habitual sobre un papel que lo aguanta todo. Toca esperar a ver cómo se desgranarán, qué presupuestos se asignan y cómo influirán transversalmente en las políticas sanitarias o educativas, entre otras.

De momento, a Soria ¡Ya! no le convence la estrategia presentada, que definen como insuficiente y “más de lo mismo”. Aseguran que nadie del Comisionado se ha puesto en contacto con ellos y que, de haberlo hecho, quizá el documento publicado sería otro. Reclaman una discriminación fiscal positiva e infraestructuras que comuniquen su provincia con los territorios más próximos, algo que no recoge la estrategia. No obstante, ven esperanzador que Pedro Sánchez, en caso de formar gobierno, tenga la intención de crear un ministerio para el reto demográfico.

Asimismo, señalan que es necesario impulsar medidas a largo plazo que no varíen cuando cambie el gobierno. Algo que también pide El Hueco. Ortega (E1H1) recuerda que la primera comisionada, Edelmira Barreira, trabajó en la estrategia un año y medio aproximadamente y cuando estaba a punto de presentarla, llegó la moción de censura y el documento se quedó guardado en un cajón. Así, Isaura Leal tuvo que empezar de cero. Por ello, reclaman más coordinación y consenso político para que la repoblación sea una cuestión de Estado. “Eso que llevan diciendo tantas veces y que nunca hacen. Parece imposible que se pongan de acuerdo. Los egos matan”, remata Ortega.

Por su parte, María del Mar Martín, gerente de Codinse, espera que haya algo “más de fondo” que las pinceladas que se han publicado y que todavía no haya trascendido por la situación de inestabilidad política. En su opinión, dicha estrategia tiene que afectar al gobierno central, a las comunidades autónomas y también a los ayuntamientos. Cada uno tendrá que poner su aportación, económica y de políticas concretas para hacerla efectiva.

### **3.5 Eclosión reciente de la despoblación en la agenda mediática**

Como sucede con la agenda política, la despoblación también ha tardado muchos años en instalarse en la agenda mediática. De hecho, el verbo instalarse debería tomarse con matices. Si bien es cierto que en los últimos meses el tema acapara más titulares que nunca, no es

menos cierto que lo hace al calor del interés partidista ante las distintas elecciones que se celebraron en España (generales, autonómicas y locales).

Como muchos asuntos tratados por los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) la despoblación también es un tema pasajero. La esencia de los *mass media* es la actualidad y la despoblación no genera continuamente actualidad. El drama de la pérdida de habitantes está tan normalizado que es muy difícil contemplar la despoblación como una continua noticia que cada día genere titulares.

No obstante, hay un antes y un después en lo que respecta a la presencia de la despoblación en la agenda mediática. Los primeros ecos se remontan a la publicación en 2016 del ensayo *La España vacía: viaje por un país que nunca fue* (Editorial Turner), del periodista Sergio del Molino. Tres palabras -La España vacía- que han marcado un punto de inflexión, que han copado multitud de titulares periodísticos y que han sido pronunciadas en prácticamente todos los foros sobre despoblación.

Hasta el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, las hizo suyas en el Foro *Enfrentando el reto demográfico a través del turismo y la innovación*, celebrado en Segovia el pasado 26 de marzo. “Tenemos que ser valientes, impugnemos la idea de que la España vacía es una especie de profecía”, dijo (Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/3597638/0/sanchez-defiende-que-financiacion-incluya-especificidades-mundo-rural-para-dar-oportunidades-espana-vacia/>).

Después llegó *En tierra de nadie*, el capítulo que *Salvados*, uno de los programas estrella de La Sexta, dedicó a la despoblación. Se emitió el domingo 12 de marzo de 2017 en horario prime time. Tuvo 2.092.000 espectadores, lo que equivale a 10,5% de cuota de pantalla. No hay antecedentes de programas televisivos pertenecientes a canales nacionales que en horario de máxima audiencia hubieran emitido algún reportaje sobre despoblación. Se dio voz a quienes viven en los pueblos, muchas veces invisibles y silenciados, con un discurso que subrayó la dignidad de habitar en zonas rurales.

El reportaje abrió un camino. En el corto plazo fue eficaz. La misma noche en la que se emitió fue *trending topic* en Twitter gracias a la reflexión que hicieron los hermanos Pedro y Eusebio, del pueblo soriano de Utrilla. Junto a una pared de ladrillo comenzaron a hablar de cómo había cambiado el pueblo y de cómo veían el futuro. Una frase que dejaron y que tuvo

mucha repercusión fue ésta: “Antes había de todo menos dinero. Ahora hay y no hay humor”.

Más allá de las redes sociales, el hecho de que un medio de comunicación masiva como La Sexta y especialmente el programa Salvados pusieran cara y voz a la despoblación ayudó a que este problema empiece a formar parte (aunque sea tímidamente) de la agenda mediática. Después han sido bastantes medios los que han seguido los pasos de *Salvados* y han emitido reportajes y entrevistas diversas con un sinfín de llamados expertos en torno a un diagnóstico del problema más que sabido.

Ahora no hay medio de comunicación que no hable de despoblación. Todos se han sumado al carro y prácticamente cada día surgen noticias o reportajes en cualquier periódico, radio o canal de televisión. Desde *El Mundo* hasta *Abc*, pasando por *La Vanguardia*, *eldiario.es*, la Cadena Ser, Onda Cero o Antena 3. No importa la línea editorial de cada medio. Todos en algún momento dado han hablado de despoblación.

Pese a estos dos hechos significativos, numerosas noticias que salpican la actualidad relativa a la despoblación se siguen quedando en simples anécdotas. Y lo que es peor: incendios, crímenes y estampas bucólicas de pueblos componen la galería de imágenes sobre el mundo rural que los medios de comunicación exponen de forma habitual (Federación de Asociaciones de Periodistas de España, 2006).

### **3.5.1 Emergen alternativas de comunicación: la revista Salvaje**

Pero no todo es negativo. Empiezan a surgir modelos que apuestan por aportar una visión atractiva del medio rural. Con este objetivo, en junio de 2019 nació la revista Salvaje. Su lema es rotundo: “La revista que quiere sacarte al campo”.

Su fundador, el periodista Guillermo López Linares, apuesta por reivindicar la naturaleza, por dar voz a los pueblos. En definitiva, recuperar las raíces. En su web, explica que quieren cambiar la imagen que existe del campo, asociada al pesimismo y el abandono, y disfrutarlo “porque está lleno de vida. Sólo hace falta que alguien lo cuente”.

López Linares asegura que no pretenden lamentarse por lo perdido, sino contar historias positivas para el lector y que éste sienta unas ganas irresistibles de salir al campo. Disfrutar

de la naturaleza desde un enfoque optimista. Que la gente vea que hay otro estilo de vida, no necesariamente mejor, pero sí diferente y que puede colmar determinadas aspiraciones.

Dice el fundador de esta revista que, para que un joven se quede, lo primero que hay que modificar es el discurso: “¿Cómo no se va a ir a la ciudad si todos le dicen que ahí no hay futuro? Es un asunto de relato, no solo de infraestructuras. Por eso elegí montar una empresa de construcción de relato. Queremos proponer ideas y que hable de la gente que se está quedando y la que está volviendo”.



Figura 34. La revista Salvaje reivindica recuperar las raíces. Foto: Salvaje.

La revista es trimestral y únicamente se venderá en papel. “No queríamos que hiciera falta conectarse, sino leer en el monte y sin cobertura. Tenemos la atención secuestrada por el móvil”, justifica el López Linares. La revista surge, además, en un contexto de sobredosis de información. De ahí su idea de distanciarse del modelo económico actual de los medios digitales, donde prima lograr el mayor número de clics con titulares llamativos. “No es sólo una saturación mental, es algo físico, es cansancio”, agrega.

Es una revista destinada a:

- Toda persona interesada por el campo, la naturaleza y el aire libre
- Habitantes de los pueblos en busca de ideas para desarrollar sus zonas
- Lectores que buscan contenido de calidad y buenas historias

- Amantes del papel que disfrutan y coleccionan revistas hechas con gusto
- Gente involucrada en la innovación y la revitalización del medio rural
- Familias que buscan planes para salir de la ciudad
- Urbanitas estresados que buscan desconexión
- Hijos y nietos del éxodo rural que quieren reconectar con sus raíces
- Aquellos que no quieren leer ni un artículo más en el móvil
- Personas que deseen apoyar un proyecto que va en contra de la deriva actual de los medios de comunicación

### **3.6 Nuevo contexto de solución: la repoblación**

Entre las cuestiones que urge solucionar para atraer población al medio rural, resulta imprescindible que los pueblos cuenten con internet, puesto que hoy es tan importante como el agua y casi como el oxígeno. Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), las claves para el futuro de las áreas rurales seguirán siendo la innovación, los territorios inteligentes y la digitalización. En uno de sus últimos informes, el organismo internacional defiende que “la revolución tecnológica va a afectar a nuestras zonas rurales y tenemos que estar preparados. Los procesos innovadores serán críticos para la sostenibilidad de las economías rurales” (2018, p.110). Pero, ¿qué innovación puede haber si muchos pueblos de Castilla y León todavía no disponen de internet?

Los datos reflejan que aún queda bastante camino por recorrer. A mediados de 2018, el 20% de la población española no tenía cobertura de internet con velocidad superior a 100 Mbps, según la información proporcionada por la Secretaría de Estado de Avance Digital a los medios de comunicación. Una situación que afecta especialmente a las zonas rurales. A 1 de julio de 2018, sólo el 48% de las localidades de menos de 5.000 habitantes tenían banda ancha de 30 Mbps.

Tocará realizar un sprint. Antes del 1 de enero de 2020, las compañías deberán cubrir con 100 Mbps el 90% de los pueblos del mencionado tamaño. Se trata de un compromiso adquirido en la Agenda Digital Europea, que contempla que el 1 de enero del próximo año se llegará al 100% del territorio a esa velocidad.

De acuerdo con los datos que publica el INE en la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares, en 2017 un 70,8% de los

hogares de núcleos de población con menos de 10.000 habitantes disponía de algún tipo de ordenador, un 76,1% contaba con acceso a internet y un 75,2% disfrutaba de conexión a banda ancha. Aún hay mucho trabajo por hacer.

**CUADRO 8.** VIVIENDAS CON ALGÚN TIPO DE EQUIPAMIENTO, POR HÁBITAT, 2007 Y 2017  
(% horizontales sobre viviendas, con al menos un miembro de 16 a 74 años)

	Hábitat: menos de 10.000 habitantes		Hábitat: más de 100.000 habitantes y capitales de provincia	
	2007	2017	2007	2017
Viviendas con algún tipo de ordenador	48,5	70,8	64,0	82,4
Viviendas que disponen de acceso a internet	30,4	76,1	50,4	86,1
Viviendas con conexión de banda ancha (ADSL, red de cable, etc.)	23,7	75,3	45,8	85,5
Viviendas con teléfono móvil	84,4	95,7	92,1	98,0

Fuente: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

Figura 35. Todavía hay un 30% de hogares en núcleos rurales sin ordenador. Fuente: CES.

Por su parte, autores como José Antonio Herce (2019) justifican la importancia de tener internet asegurando que “la banda ancha es más importante que la vía estrecha” (p.16). En su opinión, se debería pelear más por tener un repetidor de la señal de banda ancha que por contar con una parada de AVE. El economista tiene claro que “mientras la totalidad del territorio no tenga instalada la banda ancha de máxima velocidad y calidad no empezaremos a resolver el grave problema de la despoblación” (p.17).

Relacionado con todo lo anterior aparece el impulso que puede proporcionar el teletrabajo (trabajo a distancia) para combatir la despoblación rural. Apoyados en las tecnologías, especialmente en el sector TIC, han sido muchas las voces y expertos que recomiendan el uso del teletrabajo como una forma de atajar la despoblación. Especialmente, entre los más jóvenes y cualificados.

El informe *Trabajar a todas horas, en cualquier lugar: Efectos sobre el mundo del trabajo*, elaborado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), analiza el estado del teletrabajo en 15 países. En España, sólo el 6,7% de los empleados realiza su actividad laboral a distancia frente al 17% de media en la Unión Europea. El estudio hace hincapié en los efectos positivos del teletrabajo tanto para el trabajador, que aumentaría su productividad y mejoraría

la conciliación entre vida laboral y personal, como para las empresas, que reducirían la rotación de personal, así como ciertos costos y se beneficiarían del aumento de la motivación en sus trabajadores. Por ello, el teletrabajo abre una gran oportunidad en las zonas rurales.

Pero, ¿quién se iría a vivir a un pueblo si no hay médicos, colegios, servicios sociales y de dependencia, servicios administrativos y financieros, ocio, comercio...? Todos ellos forman parte de la lista de necesidades por cubrir en el medio rural. Los promotores privados no se interesan dada su escasa o nula rentabilidad y la escasez de recursos públicos es el mantra que se repite constantemente y más si cabe en el medio rural.

Basta un ejemplo. Cada vez son más los pueblos en los que no hay entidad bancaria ni tampoco cajero automático. En total, 1,13 millones de ciudadanos no disponen de acceso a una oficina en su lugar de residencia, según el informe *El acceso a los servicios bancarios en España* (2017), publicado por Joaquín Maudos, catedrático de Análisis Económico de la Universidad de Valencia. Representan el 2,4% de la población española. Como recuerda Maudos, en la actualidad funcionan las mismas sucursales que en 1983. La mayor exclusión financiera está en Zamora, Ávila, Burgos, León y Palencia. Aunque existen otros canales para acceder a los servicios bancarios, como las tarjetas o la banca online, la brecha tecnológica hace prácticamente imposible su uso.

Asimismo, en las zonas rurales se aprecian, en términos generales, deficiencias en la dotación de algunas infraestructuras y en el acceso a servicios como el transporte, el abastecimiento de energía, las tecnologías de la información y las comunicaciones, el abastecimiento y depuración de agua, o la gestión de residuos.

Paliar estas dificultades es clave. La mejora de la movilidad en las áreas rurales, con infraestructuras adecuadas y servicios de transporte, favorece el desarrollo económico y la creación de empleo. Así lo subraya el Consejo Económico y Social: “Las infraestructuras viarias y los transportes públicos cobran especial relevancia en estas áreas favoreciendo la accesibilidad de la población rural a los servicios básicos y contribuyendo en última instancia a luchar contra el despoblamiento” (p.66). La institución ve necesario renovar las redes secundarias de transporte al tiempo que se promueve el transporte sostenible. Algo que se está trabajando con los fondos FEDER.



En lo que respecta a los sistemas de depuración de agua, en los núcleos de población de menos de 2.000 habitantes, el grado de cumplimiento medio de vertidos está en torno al 50%, según el CES, por los elevados costes, limitaciones de financiación y ajustes a la baja en los presupuestos de ejecución y mantenimiento. También influye la falta de personal especializado y los bajos ingresos municipales. ¿Cómo solventar este problema? Los expertos coinciden en que hacen falta inversiones. Tan sencillo y tan difícil al mismo tiempo. Inversiones dirigidas a optimizar el abastecimiento y la calidad del agua para el consumo - mediante nuevas tecnologías que reduzcan el consumo energético y generen menos contaminación.

Después están la economía y el trabajo. Herce (2019) recuerda que estos dos elementos son el leitmotiv del poblamiento, pero que ni las empresas ni el trabajo se crean por decreto. Así, para conseguir que las compañías se instalen en el medio rural, “las políticas y los incentivos deben alinearse con inteligencia para propiciar la actividad y el empleo sostenibles, no para obstaculizarlos o hacerlos florecer por un breve periodo de tiempo”. Un aliciente podría ser aplicar una fiscalidad diferenciada a las zonas rurales. Una discriminación positiva como la que tienen Canarias, Ceuta o Melilla.

El informe *Una fiscalidad diferenciada para el progreso de los territorios despoblados en España* (SSPA, 2019) pide la reducción del 50% en cinco impuestos para facilitar la repoblación: IRPF, Impuesto sobre el Patrimonio, Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, Impuesto de Sucesiones y Donaciones e Impuesto de Sociedades. Según sus cálculos, el PIB de Cuenca, Soria y Teruel (provincias en las que se aplicaría esta fiscalidad diferenciada) se incrementaría en 260 millones de euros al año. Tal crecimiento traería aparejada la necesidad de más trabajadores y empresas, con una estimación de unos 4.000 empleos al año.

En cualquier caso, el estudio no plantea una fiscalidad diferenciada de manera indefinida, sino por un periodo de tiempo puesto que tal medida es sólo un factor coadyuvante, no determinante.

Finalmente, la vivienda es otro de los problemas a solucionar. Si no hay vivienda disponible (ya sea en venta o alquiler), es muy difícil que se pueda repoblar ningún municipio. Desde el medio rural se insiste una y otra vez en que hay un déficit de oferta de vivienda en sus

municipios. “Entiéndase, un déficit de vivienda habitada en un océano de vivienda desocupada que requiere mucha gestión y otros tantos recursos para su adaptación, si de verdad se piensa en atraer nuevos pobladores”, tal como explica el informe de la red SSPA (p.19). No es un problema global de todo el medio rural. Como en todo, hay diferencias. Pero en general se precisa ampliar / renovar el parque de vivienda, sea para su adquisición o alquiler, y tanto de vivienda pública como privada.

Cada vez son más las voces que se alzan con el objetivo de buscar soluciones y tratar de revertir la complicada situación que vive el medio rural, que representa el 80% del territorio nacional pero sólo acoge al 20% de la población. Entidades públicas y privadas, asociaciones, diputaciones, grupos de acción local... Todos han puesto en marcha iniciativas, elaborado informes, organizado congresos y participado en seminarios con el fin de hacer más visible el fenómeno de despoblación y el intento de repoblación.

En la actualidad, la despoblación es vista como una cuestión de Estado. “El mayor desafío como país” (Conde, 2018). Así definió Meritxell Batet, ministra de Política Territorial y Función Pública (2018-2019), el reto que supone la despoblación para España en la inauguración de la segunda Feria Nacional para la Repoblación de la España vacía, celebrada en Soria en noviembre de 2018. La sola presencia de la ministra en una feria considerada un referente en el sector puede interpretarse como la consolidación de la despoblación en la agenda política nacional. Asimismo, la puesta en marcha del Comisionado del Gobierno para el Reto Demográfico en 2017 refleja un giro en el abordaje del tema. Y es que la repoblación del medio rural se ha convertido en objeto de discusión en prácticamente todos los espacios de deliberación y decisión social, política y mediática.

### **3.6.1 La Feria Presura muestra lo rural de manera positiva**

Con la Feria Nacional para la Repoblación de la España vacía, también conocida como Feria Presura, El Hueco ha conseguido en buena medida situar el tema de la repoblación en la agenda política nacional. En noviembre de 2018, las instalaciones de El Hueco en Soria acogieron la segunda Feria Nacional para la Repoblación de la España vacía. Acudieron la Alta Comisionada del Gobierno para el Reto Demográfico, Isaura Leal; representantes de gobiernos regionales, diputaciones y ayuntamientos, grupos de acción local, distintas ONG, emprendedores, académicos... y múltiples medios de comunicación tanto nacionales como regionales.

La feria surgió de las conversaciones que mantenían los responsables de El Hueco, quienes se plantearon hacer algo que no hubiera hecho nadie, algo para dar una imagen diferente del mundo rural (E1H1). Así, entre unas conversaciones y otras llegaron a la conclusión de que podían organizar una feria en la que además de conferencias, intentarían que asociaciones y quienes viven en la España rural presentaran lo bueno que tienen sus territorios y contarán a los urbanitas que quisieran instalarse en el medio rural porque es buena idea irse a vivir a Soria o a Teruel.

El comité organizador de Presura lo forman El Hueco, Tierras Sorianas del Cid, Asopiva, Asfoso y Fundación Oxígeno. Como patrocinadores destacan las Diputaciones de Soria, Burgos y Segovia; la Fundación Villalar, Caja Rural de Soria, Trebia-Inmobiliaria Ética y FOES. En el apartado de colaboradores se cuenta con AGALSA Sierra de la Demanda, el proyecto Interreg Soцент SPAs, la Federación Española de Municipios y Provincias, la Asociación Nacional de Municipios de Montaña, el Festival Sonorama y Abraza la Tierra.

Desde la organización definen Presura como “el punto de encuentro entre los territorios escasamente poblados y las personas con espíritu emprendedor que quieren dejar de vivir en el entorno urbano y poner en marcha una idea de negocio y un proyecto de vida en el medio rural”. Se trata de una feria para mostrar todos los recursos que hacen del mundo rural un destino atractivo. “Podríamos decir que Presura persigue resolver el interrogante de por qué es una buena idea venir a vivir a Soria o a cualquier zona de esa España vacía para poner en marcha tu idea”, agrega la Memoria de la Feria de 2018.

La organización también subraya en su página web la importancia de generar empleo de calidad: “No hablamos sólo de gente que quiera venir sin más a vivir al mundo rural, sino de personas que aporten un valor añadido, que creen riqueza en el pueblo con sus proyectos. En resumen, nuestro objetivo es atraer talento a las zonas rurales”.

En paralelo, hay un trabajo de comunicación muy relevante. Insisten en ofrecer un mensaje positivo del medio rural. De ahí, por ejemplo, que hablen de repoblación en lugar de despoblación. “Queremos seguir contribuyendo a presentar el mundo rural de una manera positiva, como un territorio cargado de oportunidades. Hay que dar al país una imagen optimista y vibrante de la España vacía. Tenemos que dar envidia, no avergonzarnos”,

señalaron en una nota de prensa con motivo de la segunda feria (Recuperado de: <https://www.elhueco.org/la-diputacion-de-soria-se-convierte-en-el-principal-patrocinador-de-la-feria-presura/>).

En la primera edición, celebrada en noviembre de 2017, hubo 60 expositores y más de 3.000 visitantes llegados desde toda España. Presura tuvo una repercusión mediática valorada en 1,5 millones de euros, de acuerdo con los datos de la propia organización. En 2018, se registraron 55 expositores, 5.000 visitantes (la mitad de ellos de fuera de Soria) y un impacto económico de 1,61 millones de euros (un 9,3% más que en la primera edición). El retorno económico fue de 23 euros por cada euro invertido.



Figura 36. El retorno económico de Presura 2018 fue de 23 euros. Fuente: El Hueco.

Ya lo dice la Red de Territorios Socialmente Responsables (Retos), dependiente del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social. Los territorios socialmente responsables tienen expectativas de retorno. Retorno “que servirá de palanca para un nuevo impulso y así de manera continuada acercarse cada vez más al modelo de sociedad visionada” (p. 10). En ello está el equipo de El Hueco. De hecho, la tercera edición de Presura está previsto que se celebre del 8 al 10 de noviembre de 2019 en Soria.

Para promocionar la próxima edición de la feria Presura, desde El Hueco han puesto en marcha una iniciativa novedosa, que consiste en realizar una gira a bordo de un autobús vinilado por completo con las palabras Presura 19 y #OrgulloRural. Es el denominado Presurabus. La gira comenzó el 26 de junio en Plasencia (Cáceres) y terminará el 29 de octubre en Madrid. El autobús es uno de los pilares de comunicación por los que apuesta El

Hueco dado que el año pasado descubrieron que una de las cosas que funciona realmente es ir con el coche por los pueblos para presentar la feria. Los promotores de Presura creen que la feria tiene más valor cuando llegan en persona a un pueblo con problemas de despoblación. En un mundo tan hiperconectado, el cara a cara sigue teniendo mucho peso.



Figura 37. El Presurabus recorrerá 25 lugares de la España interior. Fuente: L. Núñez



Figura 38. Presurabus es uno de los pilares de comunicación de El Hueco. Fuente: L. Núñez

Desde Retos también señalan que para “facilitar este retorno, poner en valor los activos responsables, rendir cuentas, realimentar el compromiso de los *stakeholders* y enriquecer otras prácticas y experiencias de TSR es necesario comunicar los resultados” (2013, p. 10). Así lo hacen en El Hueco, con múltiples canales en redes sociales, con una memoria de cada feria Presura y también con la publicación hasta el momento de dos revistas sobre repoblación - también con el título de Presura-. Una herramienta de comunicación para combatir la amenaza de la despoblación.

La revista “Presura”, que se publica en papel, cuenta con cien páginas en las que se da cabida a artículos de opinión (entre ellos uno del expresidente del Gobierno Mariano Rajoy), reportajes sobre cómo se combate la despoblación en Escocia, sobre emprendimiento social, múltiples entrevistas (incluyendo dos con las dos comisionadas para el reto demográfico que ha habido hasta el momento), reportajes sobre algunos de los expositores que participan en la feria... En la revista también participan varios artistas y diseñadores sorianos, que realizan las distintas ilustraciones sobre la repoblación.

Pero la comunicación que realizan va más allá. De hecho, El Hueco también acoge la primera agencia de comunicación rural: Inaka Digital. Su lema es “comunicación para la repoblación”. Presta servicios de gabinete de prensa y *community management* a pequeños municipios para que esas localidades puedan tener presencia en los medios de comunicación y en las redes sociales. La dirige el periodista Ignacio Razquin, quien también forma parte de la organización de la feria Presura.

Estos son sus objetivos:

- 1.- Mantener informados a los ciudadanos sobre las actividades del consistorio por medio de diferentes canales.
- 2.- Establecer una relación directa con todos los medios de comunicación.
- 3.- Visibilizar en el exterior las posibilidades del municipio, ofreciendo acceso e información, bien con intereses turísticos, empresariales, sociales, emprendedores...
- 4.- Reforzar el sentimiento de identidad de todas las personas relacionadas con el pueblo pese a la distancia física que les separe.

En 2018, Ignacio Razquin recibió el premio al Mejor Emprendedor que otorga El Hueco por su “capacidad para reinventarse, aprovechando su larga experiencia profesional en el mundo de la comunicación para crear un producto innovador que pueden ser una buena herramienta en la lucha contra la despoblación”.



Figura 39. Inaka Digital es la primera agencia de comunicación rural. Fuente: El Hueco.

### **3.6.2 La Revuelta de la España Vacía, una cita clave para la defensa del mundo rural**

La madurez de las tres agendas -social, política y mediática- tuvo como colofón la Revuelta de la España Vacía, que recorrió las calles de Madrid el pasado 31 de marzo. Soria ¡Ya! y Teruel Existe decidieron sumar fuerzas conscientes de que el tiempo corre en contra y con el fin de pedir conjuntamente medidas a los gobiernos central y regionales. Los convocantes destacaron que la “revuelta” no iba en contra de ningún partido político concreto, sino que era el momento oportuno de lanzar el mensaje de hartazgo por estar a las puertas de las elecciones generales (28 de abril de 2019), municipales, autonómicas y europeas (26 de mayo).

A ellas se unieron 94 plataformas de 24 provincias de toda España, de las cuales más de 30 son asociaciones que trabajan en Castilla y León. En total, la Revuelta de la España Vacía congregó a 50.000 asistentes, según la Delegación del Gobierno en Madrid, y a 100.000 según los convocantes.

Estas fueron las peticiones de Soria ¡Ya! y Teruel Existe:

- 1.- Cohesión social y territorial. El mandato constitucional y europeo tiene que ser atendido.
- 2.- Desarrollo para todos. Lema de la manifestación conjunta de Teruel Existe y Soria ¡Ya! realizada en 2003.
- 3.- Que los fondos europeos sean finalistas. Es decir, que lleguen a las provincias.
- 4.- Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico. Inversiones reales.
- 5.- Auditoría externa sobre la utilización de los fondos europeos y nacionales destinados a los desequilibrios territoriales. Quiénes son los responsables, porqué los problemas siguen estando y se agravan.

Las plataformas ciudadanas exigieron que las promesas políticas que llevan años escuchando se cumplan. Que las medidas no cambien con el color del partido de Gobierno. Pidieron servicios públicos de calidad, inversiones reales y una fiscalidad diferenciada.

“España vaciada, España arruinada”, gritaban unos. “Sin inversión, despoblación”, aclamaban otros. “Queremos vivir en el pueblo y no nos están dejando”, se quejaba un grupo de jóvenes del Bloque Joven Rural de Palencia, al tiempo que agregaban: “No pedimos un hospital en cada pueblo, ni una estación de AVE, ni un concierto de Maluma. Queremos cosas reales. Tenemos internet a una velocidad de tres generosos megas. Es imposible competir con quienes tienen 300”. La manifestación contó con múltiples lemas: desde “Somos ciudadanos de primera, igual que los demás” hasta “Igualdad pueblo / ciudad”, pasando por “España necesita vida rural” y “Cuidamos el 60% de España”.

Los convocantes explicaron que cambiaron el término de ‘España vacía’ por ‘España vaciada’ al considerar que las provincias estuvieron llenas de vida, industria y personas y “las políticas desde los años sesenta las han ido esquilmando de recursos humanos y económicos que se han ido para otros territorios”.





Figura 40. Los manifestantes exigieron igualdad de oportunidades en el medio rural. Foto: L. Núñez.

“Soria ¡Ya!” calificó la marcha de “oportunidad histórica” porque hasta ahora no había “existido una sensibilidad semejante hacia la problemática de la despoblación”, tal como señalaron en una nota de prensa (Recuperado de [http://www.heraldodiariodesoria.es/noticias/soria/manifestacion-historica-soria-ya-teruel-existe-lucha-despoblacion\\_129605.html](http://www.heraldodiariodesoria.es/noticias/soria/manifestacion-historica-soria-ya-teruel-existe-lucha-despoblacion_129605.html)).

La manifestación fue sólo un punto de partida. El pistoletazo para sumar fuerzas y pelear juntos por revertir la despoblación. Podría decirse que el mundo rural siempre ha estado despierto, pero ahora se está haciendo visible. Ya lo dijo el periodista Manuel Campo Vidal, encargado de leer el manifiesto: “Sin guerras de cifras de manifestantes. Lo que importa es la emoción y la emoción y el entusiasmo han sido inmensos. No olvidaremos este 31 de marzo. Hay que exigir un Pacto de Estado por el desarrollo del mundo rural”.

El 31 de marzo fue una cita clave para la defensa del mundo rural. La manifestación funcionó como un grito entre el orgullo, la resistencia y la impotencia de sentirse abandonados durante décadas. De hecho, los ecos de la Revuelta de la España Vacía no cesan. Varios medios de comunicación internacionales, entre ellos *New York Times* y *The Economist*, han prestado atención al despoblamiento que sufre España. La publicación británica habló de

“revitalización o réquiem” para las zonas rurales (Recuperado de: [http://www.heraldodiariodesoria.es/noticias/soria/the-economist-revitalizacion-requiem-espana-vaciada\\_130418.html](http://www.heraldodiariodesoria.es/noticias/soria/the-economist-revitalizacion-requiem-espana-vaciada_130418.html)).

A mediados de abril, los convocantes reclamaron a los parlamentarios nacionales de la próxima legislatura que hagan suyas las demandas de estos colectivos expresando en el Pacto de Estado “un compromiso serio, con plazos, objetivos y presupuesto bien definido”. Exigen altura de miras para que el acuerdo propuesto sea “duradero y capaz de dar solución a las demandas generales de la España Vacía” (Recuperado de: <https://www.20minutos.es/noticia/3616642/0/teruel-existe-plataformas-31-marzo-exigen-pacto-estado-por-espana-vaciada/>).

Dos meses después, el 26 de junio, la protesta de la España interior va adquiriendo mayor proyección y empaque hasta cuajar en la articulación de una Coordinadora Nacional de la España Vacía. Este paso supone crear por primera vez una única voz en representación de provincias que hasta hace pocos años habían ceñido su protesta a sus respectivos límites geográficos. Ahora se pretende aglutinar esfuerzos, potenciar las acciones de protesta y, sobre todo, consolidar un perfil nacional de un problema que excede el marco provincial y autonómico. Afecta a todo el país sin prácticamente ninguna excepción.

Impulsada por 35 plataformas, los promotores de la Coordinadora Nacional de la España Vacía acordaron convocar varias movilizaciones “contra el desequilibrio territorial y por la repoblación”. De hecho, su primera exigencia es pedir al Gobierno la creación de un ministerio específico de “Reequilibrio territorial y por la Repoblación”.

Durante la reunión que mantuvieron en la Casa de Soria en Madrid, los representantes de asociaciones de 22 provincias, desde Cáceres, a La Rioja, pasando por Castilla y León y Castilla-La Mancha, rubricaron “la inexcusable necesidad de continuar y consolidar el movimiento social iniciado” (Recuperado de: <https://www.elmundo.es/espana/2019/06/26/5d125ca2fc6c83f6418b4741.html>).

### **3.7 Referentes experienciales internacionales: Escocia, Noruega y el proyecto Laponias conectadas**

Cada vez son más las voces que se alzan con el objetivo de buscar soluciones y tratar de revertir la complicada situación que vive el medio rural. Entidades públicas y privadas, asociaciones, diputaciones, grupos de acción local... Todos han puesto en marcha iniciativas, elaborado informes, organizado congresos y participado en seminarios con el fin de hacer más visible el fenómeno de despoblación y el intento de repoblación. De aquí nacen un sinfín de buenas prácticas.

Un ejemplo de cómo combatir con éxito la despoblación se encuentra en Escocia. El epicentro del éxito cosechado en las Tierras Altas, con una densidad de población de 7,76 habitantes por kilómetro cuadrado, es Highlands and Islands Enterprise (HIE), la agencia de desarrollo económico y comunitario que el Gobierno de Escocia creó en 1965 con la misión de sacar al territorio del declive demográfico y económico en el que se encontraba desde hacía siglos. Cubre más de la mitad de Escocia.

Una de las claves de su éxito es que es una organización con total autonomía de acción y despolitizada. La HIE participa en el proceso de elaboración del marco estratégico general, contando con las asociaciones y población civil para escuchar sus ideas y propuestas de futuro. Es, por tanto, un buen ejemplo de colaboración entre administraciones públicas, sociedad civil y ciudadanos. Su consejo de administración es nombrado por el gobierno escocés, pero sus miembros no son cargos públicos o políticos sino personas escogidas por su cualificación y solvencia profesional. Hay abogados, empresarios, técnicos, profesores universitarios, economistas, periodistas... El personal se recluta mediante convocatorias abiertas y públicas de empleo.

Según la Red española de Áreas Escasamente Pobladas (SSPA), que realizó un viaje a Escocia para empaparse del modelo de la HIE, la agencia desarrolla su actividad dentro de un “amplio consenso político y social y un alto grado de confianza con respecto a su misión” (p.3). Prácticamente todas sus acciones las realizan en colaboración con otras entidades públicas, empresas, universidades, administraciones locales y regionales, socios europeos, etc. Hay una cultura de cooperación total.

Como punto fuerte destaca la presencia y acción de la HIE sobre el territorio. La HIE tiene una sede central en la capital (Inverness) y otras siete oficinas territoriales. Entre otras cuestiones, se dedican a identificar los obstáculos legales y administrativos que dificultan el desarrollo integral de los territorios más vulnerables para llevar a cabo una labor de lobby ante las autoridades (sean escocesas, británicas o europeas) y realizar los cambios oportunos.

Entre los componentes esenciales que trabaja la HIE se encuentra la dotación de infraestructuras y acceso a una vivienda y unos suministros en condiciones asequibles y de calidad. Igualmente pelean por la disponibilidad de servicios básicos (educativos, sanitarios y sociales) para la población, actividades comerciales de proximidad, cierta oferta cultural y de ocio. A todo ello se suma la conectividad (banda ancha y telefonía móvil), un marco normativo en todos los ámbitos (desde la fiscalidad hasta la ordenación de los recursos naturales) y la presencia y generación de actitudes de emprendimiento para mantener el talento y atraer a nuevos emprendedores.

La densidad de población de las Highlands es de 7,67 habitantes por kilómetro cuadrado. Su capital, Inverness, suma casi 70.000 habitantes, lo que equivale a uno de cada tres habitantes de la comarca. En total, la región cuenta con 235.200 habitantes. Desde el año 2000 la cifra va en aumento. Además, las proyecciones que manejan las autoridades locales es que las Tierras Altas escocesas alcanzarán en 2035 los 255.835 habitantes, un 15% más que en 2010 (SSPA, 2017).

En segundo lugar, el Gobierno de Noruega ha impulsado un proyecto de 18 rutas panorámicas que atraviesan el país de norte a sur y que recorren los 1.100 kilómetros de los fiordos. ¿Su objetivo? Ir más allá de las visitas que generan los cruceros. Los fiordos son conocidos mundialmente, pero la idea es que la gente en lugar de cruzarlos rápidamente y marcharse, se quede unos días más. Es decir, Noruega trata de reinventar su turismo gracias a las antiguas y estrechas carreteras. Y todo en la época de la alta velocidad y con el trazado de la autopista de mayor envergadura del mundo pendiente para 2026.

El proyecto también le sirve al país para evitar la despoblación. Cuentan con poco más de 5,3 millones de habitantes y una densidad de apenas 16 residentes por kilómetro cuadrado. En la ruta Geiranger-Trollstigen se encuentra la ciudad de Andalsnes, de unos 3.000 habitantes. Su economía se basa, principalmente, en el sector turístico. Su alcalde tiene claro que para conseguir que la gente joven se quede hay “que conseguirles trabajo, y con el

turismo y gracias a las rutas panorámicas hay más empleo”, tal como señaló en declaraciones al periódico *El País* (Recuperado de:

[https://elpais.com/elpais/2019/02/06/videos/1549452595\\_224694.html](https://elpais.com/elpais/2019/02/06/videos/1549452595_224694.html)).

En la misma línea se expresa Hilde Bakke, portavoz de una centena de empresas turísticas de la región: “El problema de pequeñas localidades como esta es que cuando no hay muchas cosas interesantes se marchan a ciudades más grandes, pero cuando podemos ofrecer buenos puestos, la gente viene aquí. Y mantenemos a nuestra gente joven en el pueblo”.

El proyecto de las rutas panorámicas se lanzó en el año 1994 y está previsto que finalice en 2020. Hasta ahora se han completado unas 150 construcciones y quedan otras 100 por levantar. Asimismo, cabe destacar que está repercutiendo de manera positiva en la economía local. Todo ello en un contexto en el que la densidad de población media de Noruega es de apenas 15,5 habitantes por kilómetro cuadrado, una de las más bajas del continente europeo. Noruega alberga parte de Laponia, con menos de ocho habitantes por km<sup>2</sup>. Junto con la Serranía Celtibérica (España), son los únicos territorios europeos que cumplen las condiciones de ser zonas muy escasamente pobladas.

En tercer lugar, cabe destacar el proyecto Laponias Conectadas, que llegó a su final en noviembre de 2018 tras un año de intercambio de experiencias entre emprendedores de Soria y Teruel con emprendedores de la Laponia de Finlandia.

Laponias Conectadas fue uno de los proyectos seleccionados dentro del Programa Empleaverde del Ministerio para la Transición Ecológica, una iniciativa de la Fundación Biodiversidad para el impulso y la mejora del empleo, el emprendimiento y el medio ambiente. Fue cofinanciado por el Fondo Social Europeo (FSE) en el marco del Programa Operativo Empleo, Formación y Educación 2014-2020. Laponias Conectadas ha sido implementado por la ONG soriana Cives Mundi, en colaboración con la Asociación para el Desarrollo del Maestrazgo (Adema), el espacio de coworking El Hueco, con sede en Soria, y la Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia.

Durante doce meses desarrollaron actividades en el Maestrazgo turolense, Soria y en la Laponia finlandesa. El perfil mayoritario de las personas beneficiarias del programa ha sido

mujer, residente en el medio rural, con estudios universitarios superiores y con una idea de negocio a desarrollar.

Al igual que en las Highlands, en Laponia es una agencia creada específicamente para ello – Arctic Smartness- la que canaliza los esfuerzos en la batalla por no perder habitantes. Y tiene un objetivo muy claro: “Consolidar a Laponia como el lugar remoto más innovador de Europa y que eso sea un polo de atracción de talento de todo el continente”. Para ello, apuesta por financiar proyectos que impliquen beneficio social y económico. La agencia pretende obtener una posición de liderazgo a nivel mundial en la explotación inteligente y sostenible y la comercialización de los recursos naturales y las condiciones del Ártico.

A través de cinco *clusters* (Diseño Ártico, Entornos de Desarrollo del Ártico, Industria del Ártico y Economía Circular, Seguridad y protección árticas e Internet para todos), Laponia busca más allá de los límites de las formas tradicionales de hacer las cosas para aprovechar al máximo los conocimientos regionales y las asociaciones estratégicas. Los cinco *clusters* implementan nuevas iniciativas y proyectos locales y europeos que crean un caldo de cultivo para el crecimiento de la economía regional.



Figura 41. Los cinco *clusters* de Arctic Smartness. Fuente: El Hueco.

### **3.8 Buenas prácticas: co-creación**

La innovación y la co-creación entre iguales con distintos perfiles pueden generar nuevas propuestas que solucionen problemas como la despoblación. Dos buenos ejemplos son el Proyecto Terris, que desarrolla El Hueco, y Rural Experimenta, una iniciativa del Ministerio de Cultura y Deporte. Se trata de contribuir entre todos a co-crear una nueva mirada, un nuevo relato para una ruralidad basada en la innovación social para y por el territorio.

#### **3.8.1 Proyecto Terris y Rural Experimenta**

Un grupo de 100 personas de toda España, de diferentes ámbitos, expertas o no en el mundo rural, participa en Terris (Territorios e Innovación Social), un proceso de co-creación de una nueva ruralidad, basado en la gestión de la inteligencia colectiva, con el que El Hueco pretende alumbrar las líneas estratégicas de cómo ha de evolucionar la relación del ser humano con el medio rural y construir una nueva identidad rural para el siglo XXI.

El proyecto Terris también recibe el nombre de G100, cuyo eslogan es “el think tank que cambiará la España (hasta ahora) poco poblada”. Todas las personas que participan lo hacen a título personal, sin representar los intereses de ninguna institución pública o privada, y desarrollan su actividad de forma voluntaria.

El G100 pretende definir un paquete de objetivos y de líneas estratégicas, programas y proyectos, en la creación de una red de agentes de innovación social para los territorios despoblados e incluso a medio plazo en un centro de co-creación para la innovación social. Los 50 hombres y 50 mujeres que integran Terris han desarrollado 12 ideas para revitalizar los pueblos, convencidos de que la solución debe venir desde abajo, desde el terreno. Divididos en grupos de trabajo, abordan temas como el transporte, la cultura, vivienda, gobernanza, energía sostenible, contar con profesores especializados, redes y tecnología, turismo, cesión de tierras...

Uno de los proyectos más llamativos es R-Uber. Este *Uber rural* es una plataforma informática que, una vez instalada en el móvil o la tableta, permite acceder a las oportunidades de movilidad: conectará pasajeros, paquetería o servicios, como por ejemplo electricistas o fontaneros, en tiempo real. “Hay mucha gente que se mueve cada día en los pueblos, o varias veces por semana, y llevan plazas libres en sus coches”, argumentó Victoria

Tortosa, emprendedora social, en la presentación pública de los proyectos, en marzo, que El Hueco retransmitió vía *streaming*. “Será como un BlaBlaCar rural, pero no solo con personas”, agregó. Otro proyecto interesante es Ruralista. Si Idealista es un portal inmobiliario, el G100 propone crear Ruralista, una herramienta en la que no sólo habrá información sobre vivienda, sino también sobre otros elementos como la calidad del aire y oportunidades de negocio. El objetivo es poner en uso el patrimonio construido que existe en los pueblos. Pretenden trazar un mapa de recursos en el que se contemplen las opciones de compra y alquiler, pero también de cesión de uso a cambio de rehabilitación.

Hasta ahora, Terris se encuentra en una etapa teórica. Desde El Hueco son conscientes de que deben concretarla, bajarla a tierra y buscar financiación (E1H1). Su objetivo es presentar siete u ocho prototipos en la Feria Presura de noviembre de 2019, en un ejemplo de cómo pasar a la acción y demostrar que las cosas se pueden hacer.

Por su parte, Rural Experimenta es una iniciativa del Ministerio de Cultura y Deporte, dentro del programa Cultura y Ciudadanía, y Medialab Prado, con el apoyo de La Ponte-Ecomuséu.

- Medialab Prado es un laboratorio ciudadano que funciona como lugar de encuentro para la producción de proyectos culturales abiertos. Depende del Ayuntamiento de Madrid.
- La Ponte-Ecomuséu es un museo gestionado por población local que transmite valores de respeto hacia las comunidades rurales y su cultura. Promociona y difunde su patrimonio arqueológico, histórico y etnográfico. Es un espacio de encuentro, aprendizaje y dinamización. Se localiza en el concejo de Santo Adriano (Asturias).

Se trata, por tanto, de un ejemplo de colaboración entre administraciones públicas y ciudadanos. Concretamente, Rural Experimenta consiste en un taller para el desarrollo colaborativo de proyectos de experimentación e innovación en el medio rural que se realizó en Villanueva de Santo Adrianu (Asturias) del 21 al 24 de mayo de 2019.

El taller facilitó la cooperación entre personas para el desarrollo de proyectos culturales y la creación de nuevas comunidades de aprendizaje. A través de una convocatoria de proyectos



y otra abierta a personas que quisieran colaborar (de ámbitos tan diversos como el arte, la ingeniería, la agricultura, la sociología, la ecología, periodismo o diseño gráfico), se ofreció un lugar de experimentación y de producción en el que los propios participantes desarrollaron los proyectos en equipos de trabajo. Se trata, en definitiva, de un laboratorio ciudadano que explora diversas formas de experimentación y aprendizaje colaborativo.

Este tipo de iniciativas surge en un contexto en el que la ciudadanía ha sabido organizarse para generar sus propios recursos e infraestructuras desde la proximidad, al margen de las grandes estructuras de los gobiernos y de los mecanismos del mercado. Tal como explican en la página web del proyecto, estas prácticas, “que podemos situar en la tradición del procomún, pueden ayudarnos a repensar otras formas de lo público y otras economías en las que las sociedades no sientan que aquello que afecta a sus vidas responde a mecanismos que están fuera de su control” (Recuperado de: <https://www.medialab-prado.es/convocatorias/rural-experimenta>).

### 3.8.2 Buenas prácticas comunicativas

A continuación, se recogen tres buenas prácticas en el ámbito de la comunicación. La primera son las campañas de comunicación realizadas por la marca de coches **Skoda**, que en 2014 puso en marcha ‘Los 70 guardianes del invierno’ en el pueblo turolense de Valdelinares. La campaña de comunicación fue desarrollada por la Agencia Proximity, fundada en 1997 y especializada en marketing digital. Es una acción que parte del sector privado y que suma a la iniciativa pública (ayuntamiento del pueblo).

Skoda lanzó un vídeo protagonizado por los habitantes del pueblo, en el que explicaban las duras condiciones a las que se enfrentan en invierno. El vídeo era a la vez un reto: la marca se comprometió a ceder un Scout 4x4 si se alcanzaba el millón de visualizaciones. Se consiguió con creces. El coche sirvió para generar un puesto de trabajo de chófer y alguacil para una familia que quisiera ir a vivir al pueblo. Al mismo tiempo, se consiguió mantener abierta la escuela, ya que hasta Valdelinares llegó un matrimonio con tres hijos.

Después, en 2017, Skoda puso en marcha un servicio llamado La Diligencia, que consiste en ofrecer transporte gratuito para conectar los pueblos de Alcudía de Monteağud, Senés y Tahal con Tabernas y así luchar contra la despoblación en Almería. Principalmente, la gente

utiliza este servicio para ir al médico y hacer la compra. En las últimas décadas, Tabernas, clave para el desarrollo del cine western internacional (allí se rodaron películas como ‘El bueno, el feo y el malo’ y ‘Por un puñado de dólares’), ha perdido la mitad de sus habitantes.

En este caso, la campaña recibió el nombre de ‘Los cowboys del desierto’. Se grabó un corto documental con el que se comprometió a poner a disposición de los habitantes de Tabernas un coche para sus desplazamientos si conseguía alcanzar cinco millones de visionados. La cifra no tardó en conseguirse. La campaña también generó un puesto de trabajo: el del conductor del vehículo de siete plazas que realiza el servicio, que fue seleccionado tras una oferta gestionada por el servicio andaluz de empleo.

El segundo ejemplo de buena práctica tiene como impulsor a la **Diputación de Zaragoza**. “Yo elijo pueblo” fue el eslogan que utilizó la institución para la campaña de comunicación que lanzó en septiembre de 2017. El spot reivindica la cercanía, la tranquilidad, el contacto con la naturaleza y, en general, la idea del pueblo como espacio de ocio, pero también de vida. [Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=5sAqpkkOaDA>].

Se marcaron dos objetivos. Por un lado, sensibilizar a la población para mitigar el desprestigio y combatir los estereotipos que sufre el medio rural. Y, por otro, fomentar los pueblos como lugares atractivos para poner en marcha proyectos laborales, familiares y vitales.

Su público objetivo eran los potenciales habitantes del medio rural, especialmente jóvenes (y no tan jóvenes) con ganas de emprender. Que sepan que los pueblos son un buen lugar para llevar a cabo sus negocios. Y, por qué no, todas las personas que ya viven en un pueblo de Aragón. Se refuerza su orgullo, la decisión de haber elegido el medio rural como medio de vida. Todo ello con un tono positivo, además de dinámico y cercano. Algo fundamental para transmitir la energía positiva y vitalidad con la que cuentan muchos pueblos.

Asimismo, cabe destacar que el anuncio resulta verosímil. Cada frase que se pronuncia va acompañada por imágenes de personas de la vida real. Es decir, que resultan identificables y creíbles para cualquiera que lo vea. Aparece una chica haciendo teletrabajo, un grupo en una clase de pilates y el gestor de una bodega caminando entre los depósitos del vino con una *tablet* en la mano. Nada extraño, nada que no se vea en el día a día de cualquier ciudad y de cualquier negocio esté donde esté.

Estos son los valores relacionados con la vida en el medio rural que se reivindican en la campaña de comunicación:

Porque aquí todos te conocen, porque las distancias ya no importan, por el silencio, por las clases de pilates, por la verdadera comida natural, porque el trabajo ha cambiado mucho, porque dar un paseo significa otra cosa, por las redes sociales de siempre, porque sobran las razones... Yo elijo pueblo.

“Yo elijo pueblo” fue la tercera gran campaña de la Diputación de Zaragoza en la pasada legislatura para renovar y reforzar su imagen de marca. La primera, cuyo lema fue *Los municipios, nuestra razón de ser*, se centró en dar a conocer los servicios que presta la institución. Mientras, la segunda, con el eslogan *Zaragoza Provincia, que no te la cuenten*, promocionó el patrimonio, la naturaleza y las tradiciones zaragozanas desde un punto de vista más turístico.

En los tres casos se elaboró un spot de televisión, emitido en Aragón Televisión, además de versiones para radio, prensa y web. De forma paralela, la Diputación organizó exposiciones y eventos como el festival Veruela-Verano para darlos a conocer. La campaña fue producida por Seduce, Filmmaker y Motiongraphics, junto a Dosis Videomarketing según informó la Diputación de Zaragoza.

Entre sus puntos fuertes, cabe señalar que es una campaña que reivindica otra forma de mirar al medio rural. Se trata de una pieza comunicativa pionera. Hasta este momento, pocas, por no decir ninguna, daban protagonismo al pueblo como espacio de vida. Tampoco casi ninguna campaña apuesta por comunicar en positivo y poner en valor la vida y el trabajo en el mundo rural. Este era un nicho inexplorado y creo que es un buen ejemplo de por dónde debería la comunicación de lo rural en el futuro inmediato. “Consideramos necesaria una campaña que mostrara sus fortalezas y dignificara la imagen de los pueblos, tanto para reforzar el orgullo de los que viven allí, como para atraer a quienes viven en los núcleos urbanos”, señaló al respecto el director de comunicación de la Diputación de Zaragoza, Rubén Cristóbal, en declaraciones al periódico *El Heraldo de Aragón*. Otro punto fuerte es que la campaña es replicable en cualquier lugar de España afectado por la despoblación.

No obstante, la campaña no ha logrado continuidad, pese a que la despoblación es un tema de moda, a cuyo carro se intentan subir todos los medios de comunicación y políticos. En cualquier caso, se trata de un primer paso a nivel de comunicación que se debería aprovechar

a nivel nacional, ahora que se reivindica con tanta altisonancia que la despoblación es una cuestión de Estado.

La tercera buena práctica comunicativa es la realizada el pasado marzo por el **Bloque Joven Rural de Palencia**, una agrupación de jóvenes que luchan por un mundo rural vivo, cuyo lema es: “Los jóvenes rurales existimos y resistimos”. Con motivo de la Revuelta de la España Vacía, lanzaron un vídeo en el que reivindicaron el derecho a ser rurales. “¿Te imaginas que en tu ciudad sólo pasase un autobús cada día o que para ir al instituto tuvieras que recorrer cincuenta kilómetros?”. Con estas y otras preguntas, el Bloque Joven Rural quiso remover conciencias y dar a conocer la realidad de su provincia. “Somos los herederos de un patrimonio hermoso pero vacío y no entendemos que haya un planeta con ciudades súper pobladas y pueblos vacíos, con gente sin casa y casas sin gente”, explican en el vídeo (Recuperado de [https://twitter.com/Bloque\\_Joven](https://twitter.com/Bloque_Joven)).

También dejan claro que ser de pueblo nada tiene que ver con ser un paleta. “Hablo inglés, alemán y chino y, sí, soy rural”, asegura una joven. “Tengo un máster y soy rural”, “he viajado a cuatro de los cinco continentes y, sí, soy rural”, explican a la cámara otros dos jóvenes, para después rematar: “¿Sabes lo que es ser emigrante en tu propio país? Nosotros sí y queremos dejar de serlo. ¡Queremos vivir en nuestros pueblos!”.



Figura 42. Rural no es sinónimo de paleta. Fuente: Bloque Joven Rural.

## **CAPÍTULO IV. Marco metodológico.**

### **4.1 Preguntas de investigación:**

- ¿A qué nos referimos cuando hablamos de despoblación? ¿Datos, causas y consecuencias?
- ¿En qué contexto espacio-temporal y marcos conceptuales del continuum rural-urbano se están dando estos procesos?
- ¿Cuál es la visión, la imagen que exógena y endógenamente se tiene del que se queda y del que se va del pueblo? ¿Qué estereotipos siguen vigentes y hay que superar para comenzar a ver “lo rural” y a “los rurales” en positivo y como “espacios de vida de calidad posibles y deseables”?
- ¿Hay casos de buenas prácticas comunicativas frente a la despoblación que estén teniendo impactos positivos y puedan servirnos de inspiración para las propuestas a plantear?
- ¿Cómo se puede aprovechar toda la comunicación realizada hasta el momento por los grupos ciudadanos activos que llevan años luchando contra la despoblación?

### **4.2 Objetivos generales de investigación:**

- Conocer la situación actual del mundo rural: las causas y consecuencias que provoca la despoblación
- Plantear una estrategia de comunicación que potencie las ventajas del medio rural y reivindique el orgullo rural
- Detectar los estereotipos sobre el medio rural que siguen vigentes y algunas ideas basadas en prejuicios que empañan la imagen de la vida en los pueblos.

### **4.3 Objetivos específicos:**

- Identificar los principales éxitos y/u obstáculos en la comunicación de Abraza la Tierra y El Hueco.
- Conocer y explorar las estrategias y prácticas comunicativas en torno a la despoblación en Castilla y León. Potenciar la comunicación de lo hecho hasta el momento por los actores que llevan años luchando contra la despoblación.

- Diseñar una herramienta de comunicación que dé voz a quienes viven en los pueblos y apueste por las historias positivas que hay en el medio rural de Castilla y León.
- Poner comunicativamente en valor la lucha contra la despoblación del medio rural como fuente de riqueza patrimonial, económica y medioambiental.
- Dar a conocer dentro y fuera del mundo rural castellanoleonés las ventajas de vivir en un pueblo, que vivir en un pueblo se empiece a ver como una oportunidad.

#### 4.4 Técnicas de investigación:

Metodológicamente se ha optado por técnicas cualitativas al generar datos primarios. Dos son básicamente las utilizadas: la entrevista en profundidad y el grupo de discusión.

La primera aproximación fue documental. Principalmente en internet para localizar si el tema era de interés y con qué enfoques y desde qué perspectivas lo era. Muy importante resultó localizar las experiencias que desde la sociedad civil se han ido poniendo en marcha en los últimos años. Por ello, las palabras clave con la que se inició la búsqueda fueron éstas:

- Despoblación “Castilla y León”
- Medios de comunicación + despoblación rural
- Imagen social + medio rural “Castilla y León”
- “calidad de vida” + “medio rural”
- “España vacía” + “Castilla y León”

En primer lugar, implementé la búsqueda con las palabras despoblación “Castilla y León” en Dialnet, obteniendo 24 resultados (ver pantallazo). Aquí se abordan cuestiones tan distintas como el gasto sanitario, el papel de las mujeres en el mundo rural o las Reservas de la Biosfera. Pero también hallé documentos relevantes para elaborar el marco teórico como el titulado *La sociedad rural y el problema de la despoblación: perfiles sociales y actitudes ante la despoblación en Castilla y León*.

Buscar documentos

despoblación "Castilla y León" Buscar

▼ Filtros

24 documentos encontrados

Tipo de documento Relevancia 20

Artículo de revista (11)

Artículo de libro (7)

Tesis (6)

**La sociedad rural y el problema de la despoblación:** perfiles sociales y actitudes ante la despoblación en Castilla y León  
 Jose Antonio Lopez Ruiz  
 Tesis doctoral dirigida por Juan González Anleo (dir. tes.). Universidad Pontificia de Salamanca (2007).  
 Resumen | Tesis en acceso abierto en: SUMMA

**La despoblación, un fenómeno sociodemográfico todavía vigente en Castilla y León**  
 Eugenio Baraja Rodríguez  
 La lucha contra la despoblación todavía necesaria : políticas y estrategias sobre la despoblación de las áreas rurales en el siglo XXI / coord. por Francisco García Pascual, 2003, ISBN 84-87333-68-0, págs. 105-126

**Mujeres y despoblación en el medio rural de Castilla y León**  
 Margarita Rico González, Jesús María Gómez García  
 Ager: Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural = Journal of depopulation and rural development studies, ISSN 1578-7168, N.º. 3, 2003, págs. 151-184  
 Texto completo

**Envejecimiento, despoblación y gasto sanitario en Castilla y León**  
 Carmen García Prieto, Patricia Gómez Costilla  
 Boletín económico de Castilla y León, N.º. 4, 2005, págs. 113-119

**Las Reservas de la Biosfera de Castilla y León:** una oportunidad frente a la despoblación  
 R. Bilbao González, Julio Javier Díez Casero  
 Servicios ambientales en reservas de la biosfera españolas / Miren Onaindia Olalde (aut.), 2010, págs. 147-168

Fundación Dialnet

Identificarse

¿Es nuevo? Regístrate

Ventajas de registrarse

También en Dialnet, la búsqueda con las palabras medios de comunicación + despoblación arrojó seis resultados. Al buscar por imagen social + medio rural, se obtuvieron tres resultados. Y, finalmente, al hacerlo por “calidad de vida” + medio rural aparecieron 215 documentos. Tomo calidad de vida como *keyword* dado que el objetivo de mi TFM es elaborar una estrategia de comunicación para poner en valor la vida en los pueblos.

Muchos los descarto por no tener demasiado que ver con mi objeto de estudio, ya que analizan la inmigración en el mundo rural o abordan aspectos de la prehistoria. Son muy pocos los documentos centrados en despoblación y comunicación / imagen que transmiten los medios de comunicación sobre el fenómeno de la despoblación.

Después, también realicé estas mismas búsquedas en otras bases de datos. Concretamente, en Google Académico. Tomando las primeras palabras clave (despoblación “Castilla y León”) el número de resultados se dispara hasta 5.120. Al ser una cifra inasumible, acoté por periodo de tiempo. Limité la búsqueda a lo publicado en 2018 por ser el año en el que la despoblación entró tanto en la agenda política como en la mediática (en la agenda social es un tema instalado desde hace muchos años). Así, el número de resultados cae hasta 188.

Google Académico

despoblación "Castilla y León"

Artículos Aproximadamente 188 resultados (0,14 s)

Cualquier momento  
Desde 2019  
**Desde 2018**  
Desde 2015  
Intervalo específico...

Ordenar por relevancia  
Ordenar por fecha

Cualquier idioma  
Buscar sólo páginas en español

incluir patentes  
 incluir citas

Crear alerta

**Desarticulación del mundo rural: El envejecimiento en Castilla y León**  
M.J.G. González - Estudios geográficos, 2018 - estudiosgeograficos.revistas.csic.es  
... ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN DE CASTILLA Y LEÓN (excluidas las capitales provinciales)  
Población según la ... Al analizar estos cambios no basta, con señalar la **despoblación** a la ... ciación del espacio geográfico castellano-leonés en áreas claramente **despobladas** y en ...  
☆ 99 Citado por 4 Artículos relacionados Las 3 versiones

**La persistencia de la dualidad rural y el valor de la nueva ruralidad en Castilla y León (España)**  
M Alario Trigueros, F Molinero Hernando... - 2018 - rua.ua.es  
... CEP) en 2000.7 Este trabajo plantea el análisis de estos fenómenos en **Castilla y León**, dentro de ... que facilitan el teletrabajo, aparece como un espacio aún en regresión, **despoblado**, envejecido y ... nes; esto representa un cambio tímido, que no compensa la **despoblación** de la ...  
☆ 99 Las 6 versiones

[HTML] Condiciones de la edificación de vivienda aislada en Suelo No Urbanizable= Conditions of building detached houses in rural land  
E de Santiago Rodríguez, IG García - Cuadernos de Investigación ..., 2018 - polired.upm.es  
... 1-20. Del Romero Renau, Luis (2018): "**Despoblación** y Abandono de la España Rural. El Imposible Vencido", Editorial Tirant Lo Blanch ... Torres García, Teodora (2010): "Las Unidades Mínimas de Cultivo en la legislación de **Castilla y León**". Revista Jurídica de **Castilla y León** ...  
☆ 99

**PISA 2015 en España: oportunidad y límites para una evaluación territorializada del sistema educativo**  
LCM Fernández, JMD Urrecho... - ... Revista cuatrimestral de ..., 2018 - dialnet.unirioja.es  
... 89,2 %), el Principado de Asturias (88,5 %) y el País Vasco (88,4 %) (Figura 3). Ligado a ello, la **despoblación** de este ... inferiores a los 15.000 habitantes; siendo Extremadura (55 %), la Comunidad Foral de Navarra (54,8 %), Castilla-La Mancha (53,8 %), **Castilla y León** (46,8 ...  
☆ 99 Las 3 versiones

La búsqueda por “España vacía” + “Castilla y León” en Google Académico arrojó 22 resultados. Considero que España vacía es una palabra clave dada la repercusión que tuvo el libro de Sergio del Molino, titulado *La España vacía: Viaje por un país que nunca fue*, que marcó el auge de la literatura sobre la despoblación en 2016. La búsqueda en Rebiun de despoblación “Castilla y León” apenas genera seis resultados.

La aproximación al tema nos parecía que requería una implicación cualitativa importante por lo que aprovechamos que se haya convertido durante este año en tema de agenda mediática, política y social para estar presente en las citas que sobre el mismo se han dado en el territorio próximo. Especialmente, la Feria Presura, celebrada en noviembre de 2018; las jornadas *Despoblación y envejecimiento, retos y oportunidades*, organizadas por las Cortes de Castilla y León el 14 de diciembre de 2018 en el Campus María Zambrano; el Foro de la Organización Mundial del Turismo: *Enfrentando el reto demográfico a través del turismo y la innovación*, que tuvo lugar el 26 de marzo de 2019 en el Parador de Segovia; el III Foro Cultura y Ruralidades que se desarrolló en Soria en junio de 2019 y el seminario para periodistas que organizó El Hueco en El Burgo de Osma los días 11 y 12 de junio de 2019 bajo el título *Cómo pueden ayudar los medios de comunicación a repoblar el medio rural*.



Feria Presura 2018	Días: 9, 10 y 11 de noviembre de 2018.  Lugar: Soria.  Organizador: El Hueco
Jornadas “Despoblación y envejecimiento. Retos y oportunidades”.  Con la presencia de la expresidenta de las Cortes de Castilla y León Silvia Clemente.	Día: 14 de diciembre de 2018.  Lugar: Campus María Zambrano, Segovia.  Organizador: El Adelantado de Segovia.
Foro “Enfrentando el reto demográfico a través del turismo y la innovación”.  Con la presencia del presidente del Gobierno, Pedro Sánchez.	Día: 26 de marzo de 2019.  Lugar: Parador de Segovia.  Organizador: Organización Mundial del Turismo (OMT)
III Foro Cultura y Ruralidades.  Rural + urbano, urbano + rural: el territorio como sistema.	Días: 5 y 6 de junio de 2019.  Lugar: Palacio de la Audiencia de Soria.  Organizador: Ministerio de Cultura
Seminario para periodistas y comunicadores: Cómo los medios de comunicación pueden ayudar a repoblar la España rural.	Días: 11 y 12 de junio de 2019.  Lugar: El Burgo de Osma (Soria).  Organizador: El Hueco Oxma.

Tener residencia secundaria en Ciruelos de Cervera, un pueblo de Burgos que apenas supera los 25 habitantes en invierno, y haber creado y gestionar desde diciembre de 2015 el blog “Historias de pueblo”, hacen que mi inmersión en la temática, sin llegar a ser de participación observante como técnica etnográfica, se le haya aproximado.

#### 4.4.1 Grupos de discusión

Recurro a esta técnica para “conocer las opiniones, razones y motivos por los cuales las personas se decantan por una u otra opción, así como los múltiples sentidos que se infieren a los significantes propuestos” (Montañés, 2010). Es decir, para conocer las razones y

motivos por los cuales la gente elige quedarse en un pueblo y también volverse al pueblo (fueran o no de ese pueblo).

Pero no sólo eso. Con la realización de grupos de discusión daré cuenta de “quién dice lo que dice -esto es, la categoría sociocultural-, qué se dice cuando se dice lo que se dice -esto es, el sentido que se infiere al decir lo que se dice-, de qué -esto es, la marca o el tema del que se habla-, de quién se dice -esto es, las realidades grupales sobre las que se habla-, por qué y porqué se dice lo que se dice -esto es, cuál es la base antropológica en la que descansa el discurso- y por qué decimos que dicen lo que dicen -esto es, qué argumentos exponemos para legitimar la interpretación realizada” (Montañés, 2010, p.94).

En la selección de los participantes, los dos grandes ejes contemplados son la edad y el género. En el escenario ideal habría tres grupos de discusión: uno de jóvenes sin discriminar que sean hombres o mujeres, otro de adultos hombres y el último de adultos mujeres. Dado que la sociedad rural está masculinizada, es relevante conocer por qué dicen las mujeres lo que dicen cuando dicen lo que dicen.

Esta es la muestra:

EDAD	Joven <sub>1</sub>	Adulta
GÉNERO		Hombre <sub>2</sub> / Mujer <sub>3</sub>

No obstante, sólo se realizó un grupo de discusión dadas las dificultades para encontrar tantas personas en el mundo rural y también por la limitación del tiempo. Fue el relativo a los jóvenes, sin discriminar por género, y se celebró en el municipio burgalés de Hontoria de Valdearados, a 18 kilómetros de Aranda de Duero. La elección del municipio estuvo motivada por estar situado en una zona intermedia, es decir, no muy alejado de la cabecera comarcal, una de las zonas más pobladas dentro del fenómeno generalizado de la despoblación y también por ser las zonas más habituales para los neorrurales.

Día	16 de junio de 2019
Hora de inicio	18:15 pm
Hora de finalización	19:46 pm
Lugar	Hontoria de Valdearados (Burgos)
Número de participantes	6 hombres y 3 mujeres de entre 19 y 35 años
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación personal con el pueblo</li> <li>• Valores que aporta la vida en el pueblo</li> <li>• Mejoras / servicios que requieren los pueblos</li> <li>• Estereotipos vigentes</li> <li>• Arraigo</li> <li>• El futuro del medio rural</li> </ul>
Materia prima discursiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El pueblo aporta a los jóvenes calidad de vida, tranquilidad y libertad. También contacto con la naturaleza y relaciones humanas más cercanas.</li> <li>• Los jóvenes de hoy han vivido una parte de su vida en alguna ciudad. Tras ello, han elegido el pueblo.</li> <li>• El arraigo es determinante para que un joven se instale en el medio rural.</li> <li>• Todavía hay gente que les mira raro por ser jóvenes y vivir en el medio rural. Muchos siguen viendo el pueblo como sinónimo de fracaso y la ciudad de éxito.</li> <li>• Incluso hay habitantes rurales que no ven con buenos ojos que los jóvenes se instalen en el pueblo.</li> <li>• Sanidad, internet e infraestructuras son claves.</li> <li>• Echan en falta ayudas a la compra de vivienda o incentivos fiscales, entre otros.</li> </ul>

#### 4.4.2 Entrevistas en profundidad

Recurro a técnica por su utilidad “para obtener informaciones de carácter pragmático, es decir, de cómo los sujetos diversos actúan y reconstruyen el sistema de representaciones

sociales en sus prácticas individuales” (Alonso, 1995). En este proyecto, la entrevista en profundidad me servirá especialmente para el “estudio de las representaciones sociales personalizadas: sistemas de normas y valores asumidos, imágenes y creencias prejuiciales, códigos y estereotipos cristalizados, rutas y trayectorias vitales particulares, etc.”.

Así, trataré la despoblación y la puesta en valor de la vida en los pueblos de Castilla y León mediante la comunicación “a través de la experiencia que poseen un cierto número de individuos que a la vez son parte y producto de la acción estudiada” (Alonso, 1995).

En cuanto a la selección de los entrevistados, en todos los casos responde a la experiencia personal de cada uno de ellos en su calidad de “testigos relevantes” en la lucha contra la despoblación. Se han realizado las siguientes seis entrevistas:

- 1.- Líderes territoriales, es decir, personas que hayan estado al frente de Grupos de Acción Local, con manejo de programas Leader, y que son referentes en la lucha contra la despoblación en Castilla y León. Ejemplo: gerente de la Asociación para el Desarrollo Rural Integral (ADRI) de la Ribera del Duero burgalesa, Héctor Ibáñez.
- 2.- Representante de la plataforma ciudadana Soria ¡Ya!: Sergio de Miguel.
- 3.- Responsable de comunicación de El Hueco: Roberto Ortega
- 4.- Gerente de Abraza la Tierra: María del Mar Martín.
- 5.- Periodistas especializados en el mundo rural y que trabajan en medios de comunicación nacionales como Raúl Conde, quien forma parte de la sección opinión de El Mundo.
- 6.- Periodistas especializados en el mundo rural y que trabajan en medios de comunicación locales como el soriano Ignacio Razquin, quien además es emprendedor y está al frente de Inaka, dedicada a la comunicación para la repoblación.

El guion de la entrevista varía notablemente en función del entrevistado. En el caso de las entrevistas a los responsables de comunicación de El Hueco y Abraza la Tierra, los puntos clave son las acciones comunicativas que realizan (especialmente lo que tiene que ver con comunicación en positivo de la situación). Mientras, la imagen, estereotipos y posibles experiencias personales (sentimiento de abandono, desesperanza...) vertebran la entrevista al gerente de la ADRI y al representante de Soria ¡Ya!

A continuación, se muestran los detalles de las entrevistas realizadas:

Roberto Ortega, director de comunicación de El Hueco (E1H1)	Día: 20 de mayo de 2019 Lugar: El Hueco, Soria Hora de inicio: 9:45 am Hora de finalización: 11 am
Sergio de Miguel, portavoz de Soria ¡Ya! (E2H2)	Día: 27 de mayo de 2019 Lugar: Soria Hora de inicio: 18:55 pm Hora de finalización: 20:30 pm
Raúl Conde, periodista de El Mundo (E3H3)	Día: 11 de junio de 2019 Lugar: El Burgo de Osma (Soria) Hora de inicio: 18:10 pm Hora de finalización: 19:25 pm
Ignacio Razquin, periodista y director de Inaka (E4H4)	Día: 11 de junio de 2019 Lugar: El Burgo de Osma (Soria) Hora de inicio: 16:55 pm Hora de finalización: 17:25 pm
Héctor Ibáñez, gerente del GAL de la Ribera del Duero (Burgos) (E5H5)	Día: 10 de junio de 2019 Lugar: Peñaranda de Duero (Burgos) Hora de inicio: 11 am Hora de finalización: 12:10 pm
María del Mar Martín, gerente de Codinse (Abraza la Tierra) (E6M1)	Día: 9 de julio de 2019 Lugar: por teléfono Hora de inicio: 17:44 pm Hora de finalización: 18:53 pm

A continuación, se muestran los temas principales tratados en las entrevistas:

Roberto Ortega	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunicación es decisiva para repoblar el medio rural.</li> <li>• La comunicación debe englobar desde los medios convencionales, a redes sociales y también el cara a cara.</li> <li>• Es importante apostar por determinadas palabras: repoblación en lugar de despoblación.</li> <li>• Llorar no sirve. Hay que apostar por mensajes positivos.</li> <li>• La inteligencia colectiva es clave para repoblar.</li> </ul>
Sergio de Miguel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta plataforma ciudadana lleva muchos años trabajando para situar la despoblación en la agenda mediática.</li> <li>• 18 años después de su creación piden lo mismo: infraestructuras para Soria.</li> <li>• Reclaman a las instituciones que cuenten con su saber hacer a la hora de decidir medidas.</li> <li>• Importancia de unir fuerzas con otras plataformas ciudadanas como Teruel Existe.</li> <li>• La Revuelta de la España Vacía fue un punto de inicio. Están preparados para más manifestaciones.</li> </ul>
Raúl Conde	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En El Mundo hay sensibilidad editorial hacia todos los temas relacionados con la despoblación.</li> <li>• El periódico ha dado el paso de publicar reportajes a publicar editoriales reclamando un pacto de Estado.</li> <li>• La prensa tiene parte de responsabilidad en los estereotipos vigentes sobre el medio rural.</li> <li>• A la hora de informar sobre el medio rural, pide no caer en el derrotismo ni la crónica negra.</li> <li>• Apuesta por que las noticias del medio rural sean algo permanente y no anecdótico, así como que haya periodistas especializados en lo rural.</li> </ul>
Ignacio Razquin	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inaka es un proyecto de comunicación innovador para visibilizar los valores del medio rural.</li> <li>• Importancia de trabajar el arraigo.</li> </ul>

Héctor Ibáñez	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Críticas al desmantelamiento paulatino de la sanidad y la educación en el medio rural.</li> <li>• Estereotipos aún vigentes en el medio rural.</li> <li>• Método LEADER fundamental para la imagen positiva del medio rural.</li> <li>• Papel clave de la comunicación, pero le dedican muy pocos fondos</li> </ul>
María del Mar Martín	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abraza la Tierra ha conseguido, en buena medida, situar la despoblación en la agenda mediática y política.</li> <li>• Sólo se habla de despoblación, no se están poniendo medidas encima de la mesa para contrarrestar el problema. Falta voluntad política.</li> <li>• Leader fue un revulsivo, pero está burocratizado.</li> <li>• Los estereotipos sobre el medio rural se están difuminando. Pero todavía hay quien idealiza o quien es derrotista. Toca buscar el equilibrio.</li> <li>• La comunicación es clave para la dinamización de la comarca del nordeste de Segovia.</li> <li>• Abraza la Tierra vigilará para que no se cometan “barbaridades” en nombre de la repoblación. No todo vale. Desarrollo sostenible.</li> <li>• Piden a las instituciones que les escuchen, se empiecen a tomar medidas y que puedan participar en su ejecución.</li> </ul>

Uno de los obstáculos que he encontrado a la hora de realizar las entrevistas en profundidad fue la imposibilidad de hablar con ningún representante político. En el escenario ideal, se contemplaban entrevistas con la excomisionada del Gobierno para el Reto Demográfico, Isaura Leal, y también con la exdelegada del Gobierno en Castilla y León, Virginia Barcones, muy implicada en el tema de la despoblación. No obstante, dada la convocatoria de elecciones tanto generales como autonómicas y locales, las respectivas campañas electorales y las posteriores negociaciones para formar los distintos gobiernos, lo hicieron imposible.

## **CAPÍTULO V. Análisis de discursos.**

### **5.1 Calidad de vida y orgullo de pertenencia: avanzar en una imagen real y positiva**

En este capítulo se realiza un análisis de los discursos mostrados por los distintos expertos entrevistados en relación con la repoblación del medio rural en Castilla y León, así como de los datos primarios discursivos obtenidos en el grupo de discusión celebrado en la localidad burgalesa de Hontoria de Valdearados y de los distintos foros sobre despoblación a los que he acudido en los últimos meses.

Los entrevistados son los siguientes:

- Roberto Ortega, director de comunicación de El Hueco (E1H1), correspondiendo la letra E a entrevista y H a hombre.
- Sergio de Miguel, portavoz de la plataforma ciudadana Soria ¡Ya! (E2H2).
- Raúl Conde, periodista de El Mundo (E3H3).
- Ignacio Razquin, periodista y creador de la agencia de comunicación Inaka (E4H4).
- Héctor Ibáñez, gerente de la Asociación para el Desarrollo Integral de la Ribera del Duero Burgalesa (E5H5).
- María del Mar Martín, gerente de Codinse, grupo de acción local encargado de ejecutar el programa Abraza la Tierra en Segovia (E6M1). La letra M corresponde a mujer.

Asimismo, se utiliza la letra G en referencia al grupo de discusión realizado, mientras que la letra F corresponde a los foros en los que estuve presente. Son los siguientes:

- Feria Presura 2018. (F1).
- Jornadas “Despoblación y envejecimiento. Retos y oportunidades”. (F2).
- Foro “Enfrentando el reto demográfico a través del turismo y la innovación”. (F3).
- III Foro Cultura y Ruralidades. (F4).



- Seminario para periodistas y comunicadores: Cómo los medios de comunicación pueden ayudar a repoblar la España rural. (F5).

Estos son los grandes ejes temáticos que se extraen de los distintos discursos:

- **Un desafío para todo el país**

Por primera vez, la despoblación ha dejado de ser un problema acotado a la tantas veces denominada “España vacía” o “España vaciada” para erigirse como un asunto nacional, como un desafío para todo el país sin excepción (F3). Ciertamente es que su origen se remonta a hace décadas, muy vinculado al éxodo rural en la etapa de industrialización y ahondado por las dinámicas demográficas. Y cierto es, también, que llevaba tiempo hablándose de la despoblación -especialmente lo hacían plataformas ciudadanas como Teruel Existe y Soria ¡Ya! y programas como Abraza la Tierra-, pero nunca se había colocado sobre este asunto el foco de atención y parcialmente de actuación como sucede en este tiempo, a nivel nacional. Cuando se habla del problema rural, en líneas generales, ya no se hace referencia a una sola parte del país, sino a su totalidad. Es una “dialéctica de vasos comunicantes: lo rural y lo urbano como un todo” (F4).

La despoblación, que amenaza con extinguir a la mitad de los 8.116 municipios españoles según la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), ha dejado de ser un asunto marginal para eclosionar como un problema de dimensión nacional. Este salto de lo local a lo nacional es una clave esencial para entender el calado, por ejemplo, que tuvo la Revuelta de la España Vaciada, que se celebró el 31 de marzo de 2019 en Madrid. Se adhirieron 80 plataformas de 22 provincias, fundamentalmente de Aragón, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Galicia, Andalucía y Extremadura. La manifestación fue un punto de partida que permitió galvanizar la unión de territorios que hasta ese momento mantenían sus reivindicaciones dentro de los límites provinciales y/o regionales, muchas veces sin demasiada unión.

- **Teruel Existe y Soria ¡Ya!, del trabajo silencioso al estallido multitudinario**

Cabe destacar que los promotores de Teruel Existe y Soria ¡Ya!, las dos plataformas más veteranas de la España interior, tienen mucha experiencia organizando manifestaciones. Llevan 20 años alentando la voz de los ciudadanos que se consideran de segunda división por la falta de servicios e infraestructuras, así como la brecha de desigualdad enquistada desde

el éxodo migratorio de los años 50-60. Hartos de promesas que nunca llegan, hartos del “abandono y olvido” que sufren (E2H2), de que no se les escuche y, sobre todo, de que su mensaje no sea tenido en cuenta en los circuitos de poder del Estado, los dos colectivos, acompañados por numerosas plataformas, llevaron la protesta al corazón de Madrid.

Todos los expertos consultados coinciden en destacar el éxito logrado con la manifestación. No hay ninguna voz discordante. Apuntan que este sólo es el punto de partida, que continuarán trabajando y luchando. “Hay que seguir estando y dando guerra. Era sólo el inicio de que se nos volviera a oír”, sostiene Héctor Ibáñez, gerente de la Asociación para el Desarrollo Integral de la Ribera del Duero Burgalesa (E5H5).

Desde Soria ¡Ya! tienen claro que lucharán hasta ver la provincia que quieren (E2H2), dotada con infraestructuras y servicios como los del resto de provincias españolas. “Nos hemos dado cuenta que nos hacen caso. ¿Hace ruido un árbol cuando cae en medio del bosque si no hay nadie alrededor? No lo sabes. Ahora ya sabemos que sí, sabemos que ese problema interesa en Madrid e interesa a los políticos. Hasta ahora daba la sensación de que no le importabas a nadie. Cuando ves que sí importas, que la gente responde y que les preocupa la misma situación, eso te da fuerza”, asegura su portavoz Sergio de Miguel.

Un éxito, el de la Revuelta de la España Vacía, con gran repercusión mediática. “Lo relevante fue la coordinación de muchas y muy variadas plataformas. Abrió todos los telediaros y las portadas de los principales periódicos nacionales. Ese ha sido el culmen, y desde entonces se mantiene, está latente”, expresa María del Mar Martín, gerente de Codinse (E6M1), destacando que no es fácil alcanzar ese nivel de comunicación y que ahora es raro que cualquier día no haya información en los medios sobre despoblación.

- **De la España vacía a la España vaciada**

Fue el escritor Sergio del Molino, quien con su libro, *La España vacía: viaje por un país que nunca fue*, consiguió poner un título nacional a una realidad, la despoblación, que hasta entonces se circunscribía a un ámbito local o regional (F5). Del Molino supo recoger algo que estaba en el ambiente, darle nombre y ponerlo delante de los medios. Con ese título se identificaron muchos ciudadanos (Ibídem). “También a raíz del éxito editorial cosechado por Del Molino se produjo un cambio en la visión que hasta entonces había en las direcciones de los grandes

medios de comunicación”, como aseguró Raúl Conde. El sintagma “España vacía” activó conciencias, aportó argumentos y, de alguna forma, desencadenó una lucha nueva.

Después, los distintos grupos sociales intensificaron sus reivindicaciones y organizaron la citada manifestación del 31 de marzo en Madrid. Pero cambiaron la última palabra de esa locución: prescindieron de “vacía” para en su lugar elegir “vaciada”. Se pretendía con ello transmitir que la despoblación no ha ocurrido por un fenómeno natural incontrolable como puede ser un terremoto o una inundación, sino por la acción humana. Vaciada procede del participio de vaciar y denota así una acción externa. Hay alguien que la ha vaciado.

Esto refleja un cambio de enfoque orientado a reclamar políticas integrales para afrontar el desafío de la despoblación. Las oportunidades existentes en el medio rural requieren un cambio en la visión política del territorio (E6M1), que incluyan servicios de transporte público dignos, así como telecomunicaciones, educación y sanidad de calidad.

- **La despoblación entra en la agenda social, política y mediática de forma simultánea**

Precisamente desde esa dimensión nacional, la despoblación o más bien la repoblación (todo depende de la perspectiva con la que se aborde) ha conseguido situarse por fin en la agenda social, política y mediática. En las tres de manera simultánea (E3H3). Es un paso que nunca antes se había dado. Si bien, las citadas plataformas ciudadanas llevan, en algunos casos, 30 años hablando de despoblación y de la necesidad de tomar medidas, no sucedía lo mismo en el plano político ni en los medios de comunicación. Ahora la repoblación del medio rural ocupa un lugar destacado en las tres agendas (F2). Dicho de otra manera: la despoblación del medio rural ha alcanzado un grado de relevancia social, mediática y política acorde con la magnitud del problema.

En ello ha influido el trabajo de numerosos actores. Entre ellos, Abraza la Tierra. Les ha costado mucho tiempo, esfuerzo y dinero, pero consideran que en estos momentos “somos responsables de que la despoblación esté encima de la mesa, en los medios y también en la agenda política. El papel de la Fundación Abraza la Tierra ha sido clave”, (E6M1). No obstante, Martín matiza que este posicionamiento no es algo que se deba exclusivamente a Abraza la Tierra, pero sí subraya que ellos han hecho “una parte fundamental” desde el proyecto.

A esta labor también ha contribuido el espacio de emprendimiento social El Hueco (Soria) con distintas acciones, especialmente la Feria para la Repoblación de la España rural, también conocida como Feria Presura (F1). Se trata de una feria en la que presentan una imagen positiva del medio rural y en la que tienen presencia desde la administración pública, hasta empresas, ONG, emprendedores... Tras dos ediciones celebradas, gracias a Presura, El Hueco ha conseguido en buena medida situar la despoblación en la agenda política y mediática nacional y convertirse en un referente de la repoblación. “Sin duda. Modestia aparte. No tanto porque sea nuestra propia percepción, sino por lo que nos hacen llegar. Nos conocen en muchos sitios por trabajar por la repoblación”, apunta Roberto Ortega (E1H1).

Y, por supuesto, en ello también ha influido el trabajo de la plataforma Soria ¡Ya!, cuyo portavoz relata que cuando algún familiar ha de levantarse a las seis de la mañana para coger una ambulancia e ir a Burgos para recibir radioterapia porque en Soria no disponen de esta unidad médica, uno no se puede quedar de brazos cruzados. Lo mismo sucede cuando se cierran las escuelas o cuando numerosas personas mueren en la carretera por no estar en condiciones. “Somos ciudadanos de segunda. Queremos vivir decentemente” (E2H2). Respecto a la incidencia de Soria ¡Ya! en la agenda política, Sergio de Miguel señala que los políticos les escuchan cada vez más porque son “incómodos”. Por ello, dice, es fácil que la clase política se comunique con Soria ¡Ya! y busque hablar con la plataforma.

- **El modelo en positivo de las potencialidades del mundo rural-urbano**

Hay, por tanto, una evolución desde las estrategias de la plataforma Soria ¡Ya! y del programa Abraza la Tierra, hacia un modelo que subraya lo positivo del mundo rural, que apuesta por emprendimientos de calidad y que, además, lo comunica. No son resignados, ni gente que busque mejor suerte en el pueblo porque en la ciudad le haya ido mal o esté en paro, es gente formada, que puede aportar un valor añadido, que de verdad cree en las potencialidades del mundo rural y que cuenta con ideas innovadoras.

Aunque las áreas despobladas sufren multitud de problemas -infraestructuras en muchos casos tercermundistas, falta de médicos y colegios rurales, internet de baja calidad o escasa oferta de vivienda, entre otros- quizá nunca como ahora disponen de un caldo de cultivo que les permita significarse como lugares de oportunidades. Una vez que la repoblación se ha

instalado en la agenda mediática, política y social, es un momento idóneo para tratar de cambiar el relato sobre los pueblos.

Uno de los motores de este movimiento se localiza en el ya mencionado El Hueco de Soria. Ahí está la citada Feria Presura (F1), pero también otras iniciativas basadas en la inteligencia colectiva como el proyecto Terris, que ampara el trabajo desarrollado por el G100, un grupo formado por 50 hombres y 50 mujeres que aspiran a diseñar los pilares de la nueva ruralidad. Asimismo, sobresalen los programas Abraza la Tierra (F2), el más veterano de todos para facilitar la llegada de nuevos pobladores al medio rural, o el plan de los vecinos de Vellosillo (Segovia), destinado a revitalizar este pueblo con la creación de un fondo de capital riesgo de 200.000 euros para atraer a empresas.

- **Un tema en la agenda política... pero falta pasar a la acción**

Las iniciativas para repoblar se multiplican (F1 y F4). Existe un enorme esfuerzo por parte de la sociedad civil allí donde no acaba de haber un empuje suficiente de la administración pública. Falta una estrategia nacional que afronte el problema de la despoblación (E1H1, E2H2, E3H3 y E6M1). Es cierto que el Gobierno, a través del Comisionado para el Reto Demográfico, presentó una estrategia el pasado marzo, pero lo hizo forzado por las prisas, apenas unos días antes de la convocatoria de elecciones generales. Sólo han trascendido unas pinceladas de lo que podría ser dicha estrategia.

Esto es algo que disgusta a los expertos entrevistados. En primer lugar, porque la primera comisionada, Edelmira Barreira (Partido Popular), estuvo trabajando dos años y cuando estaba a punto de presentar el informe llegó la moción de censura contra Mariano Rajoy y dicho documento quedó guardado en un cajón. Esto obligó a la siguiente comisionada, Isaura Leal (PSOE), a empezar de cero. Nuevamente, cuando la presentación de la estrategia estaba próxima, se produjo la convocatoria de elecciones anticipadas. “Falta coordinación y consenso político, los egos matan”, lamenta Ortega (E1H1). A su juicio, en dicha estrategia debería tenerse en cuenta a todos los actores e intentar que sea un plan global y coordinado. Algo que también reclama Soria ¡Ya!, con los que el Comisionado no se ha puesto de acuerdo. No obstante, la plataforma ve esperanzador la intención de Pedro Sánchez de crear un Ministerio para el Reto Demográfico.

Por su parte, Martín (E6M1) espera que haya “algo más de fondo” en las pinceladas presentadas por el Comisionado para el Reto Demográfico y que no se haya hecho público hasta ahora dada la inestabilidad política que vive España. La gerente de Codinse entiende que, si el Comité de las Regiones solicitó esa estrategia nacional, es dicho comité el que tiene que aprobar toda la estrategia, que debería afectar al gobierno central, a los gobiernos autonómicos y también a los ayuntamientos. Confía en que, dentro de unos meses, una vez formado el gobierno, se disponga de una estrategia nacional que pueda ser efectiva.

Para ello, dice, es fundamental que se escuche a los agentes sociales, que se empiecen a tomar medidas realistas y que esos mismos agentes sociales puedan participar en la ejecución de algunas medidas por su gran conocimiento del medio rural. Un medio rural que para nada es homogéneo, por lo que las medidas que pueden funcionar en Segovia, no tienen porqué hacerlo en Asturias.

Al margen del Comisionado del Gobierno para el Reto Demográfico, en el plano político se suceden las propuestas para revertir la despoblación. Ahí están por ejemplo las 100 medidas que planteó el Senado hace unos años. No obstante, estas quedaron sobre el papel, sin pasar a la práctica. “No ha habido voluntad de aplicarlas hasta la fecha”, sostiene Martín (E6M1). En su opinión, estas medidas y otras similares como las de la Federación Española de Municipios y Provincias, no se han convertido en realidad porque el gobierno no lo ha considerado prioritario.

Lo que sí ha habido es interés partidista. Todas las formaciones políticas aprovecharon la campaña de las elecciones autonómicas y municipales para hacer hincapié en la España vaciada. Aún hoy, pese a la retórica política sobre la despoblación y la puesta en marcha de planes específicos en varias autonomías -como la Agenda para la Población 2010-2020 en Castilla y León- persisten déficits históricos como la merma de infraestructuras, la excesiva burocracia, la escasez de vivienda, el cierre de consultorios médicos, escuelas rurales y oficinas bancarias. Es verdad que introducir el tema de la despoblación en la agenda política ha significado un avance importante. Ya se sabe que lo que no se debate, no existe. Pero si en algo coinciden todos los expertos consultados es en la necesidad de pasar a los hechos. “La despoblación es clara a pesar de los esfuerzos. Se siguen destruyendo servicios. No entiendo porqué se van quitando servicios poco a poco sin que se note para intentar cargarse los pueblos”, censura Ibáñez (E5H5).

El gerente de la ADRI recuerda que todo el mundo no puede vivir en Valladolid o Madrid y que los pueblos tienen muchas ventajas que hay que explotar. En esta misma línea se expresa Ortega (E1H1): “Dentro de 50 años, un Madrid con 8 millones de habitantes va a ser insoportable. Vives en una gran ciudad, pero no la disfrutas. Es lo que tenemos que vender”. El director de comunicación de El Hueco se muestra convencido de que parte de los problemas de la España poco poblada son derivados de haber mantenido una actitud derrotista. Reconoce que la situación es dramática y que la despoblación avanza a pasos agigantados, pero advierte que el problema no se va a solucionar llorando, puesto que la queja continua sin nada detrás no sirve para nada.

Por su parte, la gerente de Codinse se muestra muy crítica con las administraciones públicas: “Se habla de despoblación, pero sólo se habla, no se están poniendo medidas encima de la mesa que contrarresten el problema de la despoblación. No ha habido una estrategia clara ni concreta por ninguna de las administraciones” (E6M1).

Como los anteriores, Raúl Conde (E3H3) también considera absolutamente prioritario pasar de la poesía a la prosa. Llevar el asunto de la despoblación al Boletín Oficial del Estado, llevarlo al presupuesto y no sólo a planes o diagnósticos que se repiten sin cesar. En su opinión, sobran más diagnósticos. Hay que pasar a la acción porque en algunos sitios se llega tarde. De las 105 comarcas que señalaba la Ley de Desarrollo Rural, dice, muchas tienen complicado que haya cambios de calado al haber una lluvia fina de factores que se arrastran durante mucho tiempo. Sea como fuere, el periodista de El Mundo considera que corregir el desequilibrio territorial y, sobre todo, corregir la brecha de desigualdad es un objetivo de país.

- **La urgencia de replantear el enfoque comunicativo: la importancia de la imagen**

Visto el posicionamiento de la despoblación en la agenda social y política, toca analizar su aterrizaje en la agenda mediática. En buena medida, lo ha hecho sin una estrategia unificada e incurriendo en aquello que la poeta María Sánchez denomina periodismo sepulcrista» en su ensayo *Tierra de mujeres* (Seix Barral). Periodismo sepulcrista es el que abusa de las estadísticas terroríficas -la Laponia del sur o la Siberia de España son algunos de los latiguillos frecuentes- o el que se acerca al medio rural con una visión entre compasiva y estereotipada.

De ahí la relevancia del seminario “Cómo los medios de comunicación pueden ayudar a repoblar la España rural” que El Hueco organizó el 11 y 12 de junio de 2019 en El Burgo de Osma (Soria). Llegó en el momento oportuno. El grueso de periodistas y comunicadores que se dieron cita -desde El País, El Mundo, Abc, El Norte de Castilla, El Adelantado de Segovia, Cadena Ser o Televisión Española- subrayaron la importancia de contar los casos de éxito, de poner el foco mediático en los numerosos proyectos innovadores que existen (F5). “No nos tenemos que reunir para llorar porque si no nos va a hacer menos caso. Hay gente que está haciendo cosas extraordinarias. Hay espacio para la esperanza”, señaló al respecto Manuel Campo Vidal.

Así, Raúl Conde (E3H3) reclama rigurosidad en el tratamiento de la información: “No podemos caer en el derrotismo, en la emotividad gratuita, en la frivolidad o en el tremendismo y la crónica negra”. Se trata de aplicar los mismos criterios deontológicos con los que el periodista se acerca a cualquier otra realidad de la ciudad. De ahí su petición de evitar los enfoques tenebrosos e incluso funestos.

Conde (E3H3) admite que los medios de comunicación tienen mucho camino que recorrer puesto que tanto la prensa como la televisión han contribuido a esa visión pesimista. “Lo que no se puede hacer es trasladar la idea de que en el campo no queda nadie, de que el campo está vacío y sólo queda gente deprimida”, asegura. Para él, la clave está en contar la realidad -principal misión del periodista- sin caer en la sepultura. No dulcificar, pero tampoco ensuciar. Simplemente, ir, ver y contar. Todo ello teniendo en cuenta que hay un interés creciente hacia este asunto. Son informaciones muy leídas, con buena respuesta entre la audiencia, que procede tanto de los municipios más pequeños como de las grandes ciudades, donde, según Conde, se observa que existe un grave problema de desequilibrio territorial.

No obstante, el periodista destaca que *El Mundo* ha sido “pionero desde el punto de vista editorial en hacer bandera de la despoblación” (E3H3). El periódico ha publicado al menos seis editoriales en lo que va de año defendiendo la necesidad de abordar este asunto, trazar un buen diagnóstico y pedir al gobierno que actúe y que lo haga mediante cooperación institucional. A ello se suma que desde hace cuatro años abordan la despoblación con un enfoque verdaderamente político, antes incluso del éxito editorial del Sergio del Molino. Asimismo, el propio Conde cuenta desde hace un año y medio con una columna de opinión que se publica todos los sábados para abordar específicamente los asuntos vinculados con el medio rural, el medioambiente, la sostenibilidad... Todo eso que se podría llamar territorio.



Quien también apuesta por ofrecer un enfoque positivo es Ortega (E1H1), a quien le gustaría que los medios de comunicación dejen de hacer el reportaje del pastor que vive solo en un pueblo con 200 ovejas para centrarse en gente emprendedora y con ideas en el medio rural.

Por otro lado, el director de comunicación de El Hueco considera que los medios pueden y deben ayudar a consolidar el lenguaje, a hablar de repoblación en lugar de despoblación, a hablar de España poco poblada o España rural en lugar de España vacía. Pequeños detalles que, a su juicio, contribuyen a dar grandes pasos. “Los periódicos deberían asumir que la despoblación es un asunto nacional y como tal lo deben tratar. No somos frikies ni hippies, somos españoles que hemos optado por vivir en la España rural, que tenemos los mismo derechos y deberes que los demás y que luchamos enconadamente por repoblar nuestros municipios”, concluye al respecto.

Conde (E3H3) también es partidario de ajustar el vocabulario que se emplea para hablar de despoblación. Prefiere el término España vaciada por ser “más justo con la realidad” y porque tiene un punto reivindicativo. El periodista señala que el concepto España vacía que acuñó el escritor Sergio del Molino fue un hallazgo importante porque supuso trasladar al ámbito nacional una realidad local, pero cree que es más riguroso España vaciada porque “la han vaciado, no se ha vaciado, la han expoliado. Hay un proceso de abandono”.

Otro punto de coincidencia entre los encuestados es que sin mensajes que ilusionen esta batalla está perdida. Desde Soria ¡Ya! (E2H2) creen que los mensajes tienen que ser positivos pese a que la situación es grave. Los miembros de la plataforma están convencidos de que la despoblación se puede revertir: “Sabemos que es factible y por eso seguimos luchando. Queremos que el mensaje, desde la propia plataforma, siempre sea positivo”. A lo que Ortega y Razquin (E1H1 y E4H4) agregan: “Que nos ilusionen a nosotros y que ilusionen a la gente que tiene que venir aquí”.

Asistimos, de alguna manera, al despertar de la mal llamada España vacía. No está vacía, está llena de riquezas. La España interior ha alzado su voz y los distintos actores implicados - políticos, económicos, sociedad civil, ciudadanos...- empiezan a escucharla. Porque vivir en la España rural aporta calidad de vida, tranquilidad y libertad, contacto con la naturaleza, unas relaciones humanas cálidas y cercanas, así como espacios más saludables donde todo está más cerca y donde los atascos casi no existen... “Puede que haya poca gente, pero nunca estás solo. Nosotros, por ejemplo, todos los días nos vemos por la tarde en el bar para tomar

algo. El que vive en una ciudad pierde mucho tiempo sólo en ir y volver al trabajo y a diario apenas tiene tiempo para nada”, señalan los jóvenes rurales consultados (G1).

Eso sí, cabe destacar que estos jóvenes rurales viven de forma muy distinta a cómo lo hacían sus padres y sus abuelos. La mayoría han pasado una parte de su vida en alguna ciudad (más grande como puede ser Barcelona o más pequeña como Salamanca y Burgos). Ellos han elegido vivir en el pueblo, no ha sido una imposición. También es gente que viene y que va, que sale del pueblo para ir a festivales, para ir al teatro... Es decir, no pasan las 24 horas del día ni los 365 días del año en el pueblo.

En este sentido, todos los encuestados señalan que es necesario potenciar valores como la calidad de vida o las mayores posibilidades de socialización que ofrece el medio rural. Apuestan por construir una mirada positiva respecto a la vida en los pueblos que supere algunos estereotipos aún vigentes. Es lo que opina el gerente de la ADRI (E5H5): “No tenemos nada que envidiar a la ciudad. Conocemos las partes buenas que tienen los pueblos, intentamos defenderlas y potenciarlas. Hay que poner en valor la tranquilidad, la relación con otras personas, el hecho de aparcar todos los días en la puerta de casa...”.

Por ello, la ADRI no sólo da a conocer su trabajo a través de su web, notas de prensa y/o redes sociales, sino que trata de difundir lo que sucede en todo el territorio en el que están presentes: “Utilizamos la comunicación en positivo, siempre mostrando buenos ejemplos. Hay que poner énfasis en lo bueno”.

Precisamente con el objetivo de poner en valor la vida en los pueblos surgió Inaka, en Soria. Es una especie de “agencia de comunicación para la repoblación” que trata de ayudar a comunicar el trabajo que se desarrolla en el mundo rural. “Intentamos hacerles visibles y ayudarles a poner en valor muchos de los activos que tienen. Nos dimos cuenta de que se trabaja muchos en los pueblos para hacer cosas, pero su gran problema es que muchas veces no dan importancia a los valores que ellos tienen” (E4H4).

Su promotor, Ignacio Razquin, pone un ejemplo: en el pueblo soriano donde vive, con 190 habitantes, hay una estatua de una vaca que rinde homenaje al valle de la mantequilla. Los turistas que acuden al pueblo se hacen una foto con la vaca, pero ninguno sabe que, a 200 metros, en la iglesia, hay un retablo de Berruguete. “En el pueblo saben que está el retablo, pero no le dan importancia. La iglesia no está abierta, no hay folletos informativos... De ahí

que Inaka pretende poner en valor estas cosas, potenciar la comunicación y empezar a hablar bien de los pueblos” (E4H4).

Roberto Ortega (E1H1) también apuesta por cambiar el relato y que ese relato sea positivo. En su opinión, falta que los medios de comunicación nacionales ayuden al medio rural y que junto a describir las carencias que tiene la España rural, también presenten la imagen optimista y vital de gente que no renuncia a luchar por vivir en un pueblo. Desde El Hueco concluyen que “hay que dar al país una imagen optimista y vibrante de la España interior. Tenemos que dar envidia, no avergonzarnos”. Y para ello la comunicación es una herramienta clave. Comunicación entendida como un conjunto, como utilizar todos los recursos disponibles, desde nuevas tecnologías hasta el cara a cara. “Un pilar fundamental en la repoblación tiene que ser la comunicación, la comunicación y la comunicación. Si no comunicamos el nuevo relato, no sirve para nada en absoluto”, sentencia Ortega.

- **Algunos estereotipos sobre el medio rural continúan vivos**

Junto al nuevo relato, otra línea de trabajo es combatir determinados estereotipos en torno al medio rural que siguen vigentes, especialmente la figura del paleta, del perdedor. Te quedas en el pueblo, luego eres perdedor. Te quedas en el pueblo, luego no tienes otra alternativa, porque no puedes hacer otra cosa, porque no das para más.

Este es el estereotipo que cundió en España a raíz de la gran emigración, del gran trauma de finales de los 50-60. “Y por desgracia seguimos ahí”, señala Conde (E3H3), admitiendo que la prensa tiene parte de responsabilidad en ello, así como los políticos. El periodista cree que el conjunto de administraciones públicas no ha conseguido cambiar ese estereotipo y los medios “hemos hecho seguidismo”.

Por su parte, Ibáñez (E5H5) habla de un problema de educación, de que a los jóvenes de Castilla y León se les educa para irse a las ciudades porque es lo cosmopolita mientras que el pueblo es un atraso. Por eso, pide un cambio de pensamiento: “En los pueblos tenemos muchas oportunidades y no acabamos de explotarnos. Pensamos que es lo antiguo, que es atrasado. Se nos ha educado para ello. Pero si se empezara a explicar todo lo contrario, quizá la gente lo vería de otra manera”.

Los jóvenes rurales también son conscientes de que todavía hoy hay gente que les mira raro por ser jóvenes y vivir en un pueblo, e incluso hay quienes se creen superiores por vivir en

una ciudad. “Resulta que a muchos de los que se ríen tienes que explicarles que la lechuga que comen se cultiva en el pueblo”, dice un aludido (G1). No obstante, el problema muchas veces está dentro. Son los propios habitantes del pueblo quienes no ven con buenos ojos que se instalen jóvenes. Algunos les dicen que molestan y no se acaban de fiar de ellos. Por ejemplo, en las elecciones de 2015 en Hontoria de Valdearados (Burgos) no votaron a la candidatura compuesta por jóvenes pese a las críticas al anterior alcalde.

Es lo que Roberto Ortega (E1H1) define como vieja ruralidad. En su opinión, es el principal obstáculo para que la España rural crezca. Entonces, señala, además de cambiar el discurso de cara al exterior, también debe haber un cambio en el interior. Suele pasar que, en algunos pueblos pequeños, ya sea por desconfianza, desconocimiento o ignorancia hacia cualquier producto nuevo, “se pone mala cara cuando llegan vecinos nuevos al pueblo o cuando se quieren hacer actividades”. De ahí que Ortega reclame un cambio de mentalidad por parte de quienes viven en la España rural.

Quien no está de acuerdo con la vigencia de algunos estereotipos es Martín (E6M1). A su juicio, la mayoría se están difuminando y para nada se piensa como antes. Lo que sí ve peligroso son las dos visiones que suele haber del medio rural: o se sobrevalora y se ve como el paraíso terrenal o se demoniza y se dice que no hay cultura. De ahí que apueste por lograr el equilibrio y señala, como se ha mostrado con anterioridad, el papel clave que pueden jugar los medios de comunicación para reequilibrarlo.

Martín defiende que la comunicación es esencial, clave para la dinamización de la comarca a nivel educativo, cultural, económico... E intentan que así sea, por ejemplo, a través del periódico mensual *El Nordeste de Segovia*, que fundaron en 1994. La repoblación está muy presente tanto en noticias como en editoriales. No sólo cuentan lo que ocurre, sino que también apuestan por publicar cómo les gustaría que ocurrieran determinadas cosas y ponerlo en valor “en su justa medida”, evitando sobredimensionar (E6M1).

- **Se necesitan profesionales de la comunicación en el medio rural**

Finalmente, Raúl Conde (E3H3) reclama profesionales que desde el periodismo entiendan bien el medio rural. Tal como quedó reflejado en el seminario “Cómo pueden ayudar los medios de comunicación a repoblar la España rural” (F5), muchos profesionales no tienen ningún tipo de contacto con el medio rural, puesto que han nacido y vivido siempre en ciudades. De ahí la importancia de contar con gente que conozca el territorio para evitar quedarse en lo anecdótico y superficial o plantear enfoques equivocados que contribuyan a sostener prejuicios absurdos. “Falta especialización. No hay un área específica dedicada al medio rural. Ahí la prensa regional nos lleva una delantera enorme a la prensa nacional”, advierte Conde (E3H3), subrayando que la despoblación solía obviarse en las redacciones nacionales, laminada por otras cuestiones que se consideraban más importantes.

A ello se suma la merma que han sufrido las redacciones de los principales medios en los últimos años. “Cuando hay menos gente, sales menos. Pero para hacer periodismo hay que gastar zapatilla. Y para hacer periodismo vinculado al territorio, ni te cuento”, advierte Conde (E3H3). El periodista de *El Mundo* asegura que si hace un reportaje sobre el tren en Extremadura se va a Badajoz y que, si habla de Teruel, se marcha a Teruel. No se limita a hacer dos llamadas desde la redacción. Considera indispensable ir a los lugares y hablar con la gente. Ya lo decía Manu Leguineche: el periodismo es ir, ver y contar.

Ideas que se plasman en el siguiente análisis DAFO:



Figura 43. Análisis DAFO en base a la materia prima discursiva del grupo de discusión. Fuente: L. Núñez

## **CAPÍTULO VI. Propuesta de comunicación: “Tu pueblo en la onda”**

Conocidos los enfoques teóricos que nos aportan luz para entender los procesos de despoblación, sus datos, sus causas y sus consecuencias, y tras analizar datos primarios y secundarios que nos han permitido entender un poco mejor las razones que lo explican, para poder buscar a partir de ellas, soluciones factibles, hemos optado por plantear una propuesta de comunicación centrada en la radio. Por un lado, por ser un medio que continúa siendo fundamental en el mundo rural, y también en el urbano, y que con las nuevas posibilidades digitales está volviendo a coger fuerza. Y, por otro, por ser el medio que personalmente, además del blog, veo con más opciones para crear redes colaborativas y apostar por una imagen positiva de “lo rural” como espacio de calidad de vida posible y deseable y por “los rurales” como sujetos activos inmersos en la globalización del siglo XXI.

En mi experiencia como presentadora de un programa tipo magacín en Onda Cero Burgos, de lunes a viernes de 12:35 a 13:50 horas, destaco el sinfín de posibilidades informativas que ofrece el medio rural. Prácticamente todos los días he entrevistado a gente que han puesto en marcha iniciativas en localidades que en muchos casos cuentan con sólo tres habitantes, desde campamentos multiaventura hasta jornadas históricas o exposiciones fotográficas en cualquier punto de la provincia burgalesa. Percibo muchas ganas, mucho interés y mucha voluntad por mantener vivos los pueblos de Burgos.

El hartazgo de la España interior ha provocado la irrupción de la despoblación en la primera línea política y mediática. En lo que respecta a los medios de comunicación, lo ha hecho -en muchas ocasiones- recurriendo a lo que algunas voces califican como “periodismo sepulcrista” (Sánchez, 2019). Es decir, aquel que se acerca al medio rural con una mirada estereotipada y compasiva. Narrando, por ejemplo, la historia de un pastor que vive solo en su pueblo con un rebaño de 200 ovejas y tres perros.

Frente a esa postal plana y bucólica que se ha construido de lo rural, emerge “Tu pueblo en la onda”, un podcast para poner en valor la vida en los pueblos. Los protagonistas serán quienes viven en el medio rural, especialmente jóvenes, que hayan vuelto al campo o que no se marcharon de Castilla y León. El objetivo es que hablen aquellos que hasta ahora han estado callados. Intentar cambiar el relato. Dejar de pensar que quienes viven en el medio rural tienen poco o nada que contar. Aprender a mirar y a transmitir el campo. Dar importancia a sus historias. Escuchar a quienes han elegido el mundo rural, cómo es su día a

día, cuáles son sus sueños, también sus miedos. Qué valores encuentran en el pueblo que no les aporte la ciudad, qué es lo que más disfrutan y qué echan de menos... Sin crear falsas expectativas, sin idealizar.

Una radio que apueste por historias personales, de la vida cotidiana. Que ponga el foco en las emociones y la empatía a partir del intercambio de vivencias personales. Más que dar voz, “Tu pueblo en la onda” tratará de dar espacio a historias que presenten una imagen optimista y vital de los pueblos, alejada de estereotipos, de los manidos reportajes del pastor, de la falta de cobertura de internet...

En España, “las grandes ciudades marcan las pautas, los ritmos” (Rivera, 2007). El resto suele estar en un segundo plano. El medio rural sigue siendo un gran olvidado, que no ocupa las plataformas ni los altavoces que encuentran las ciudades. Por ello, “Tu pueblo en la onda” aspira a potenciar las voces de quienes habitan lo rural. Que nadie de la ciudad hable por ellos, sino que sean rurales y neorrurales los que cuenten lo bueno que tienen sus territorios. Que se proyecte la idea de que se pueden hacer muchas cosas y que, de hecho, ya se están haciendo. Reflejar que no viven en la España vacía, sino en un territorio lleno de vida.

## **6.1 Producto de comunicación**

En este apartado, procederé a definir mi producto de comunicación. En primer lugar, justificaré la elección del formato podcast. Después, detallaré de qué temas se hablará en los reportajes radiofónicos digitales, quién hablará, la duración de cada reportaje, la frecuencia y las secciones con las que contará. Finalmente, explicaré el segundo paso a dar una vez publicado el podcast: los clubes de escucha.

- **¿Por qué un podcast?**

Porque permite nuevas posibilidades narrativas para innovar en contenidos y llegar a nuevas audiencias. Porque se puede escuchar en cualquier lugar y en cualquier momento. Cuando se desee y, sobre todo, cuando mejor le venga al usuario. Y eso es fundamental en la sociedad actual donde priman la sobredosis de información y el ruido.



Cabe destacar que el podcast, o audio digital a la carta, se ha visto reforzado por la generalización de dispositivos móviles, la irrupción de plataformas de distribución para su consumo y la apuesta de las plataformas tecnológicas por la inteligencia artificial para los asistentes de voz (González, 2018). Se ha pasado de un modelo de *broadcast* (donde uno emite y el resto recibe) a otro *on-demand* (a la carta, donde cada uno elige qué consumir). Así, en este contexto donde cada usuario decide qué, cuándo y cómo acceder a lo que le interesa, el podcast ha experimentado un fuerte empuje.

Descargarse un podcast en el teléfono es sencillo. Sólo requiere conexión a internet. Hay dos momentos especialmente elegidos para su consumo: al practicar deporte y en los desplazamientos, tanto cuando se va en transporte público como, cada vez más, en el coche gracias a las mayores facilidades tecnológicas que existen para escucharlos conectando el teléfono al equipo de sonido del vehículo (Mas, 2018).

En EEUU hay alrededor de 42 millones de oyentes diarios de podcast. En España, son cerca de 360.000 oyentes diarios, que representan el 1,6% de las personas que escuchan la radio (EGM, 2018). No obstante, hay que tener en cuenta que los datos del Estudio General de Medios, la única encuesta que se realiza en España para medir las audiencias de radio y que desde 2017 incluye el consumo de podcast en sus mediciones, hacen referencia al consumo de podcast ligados a las emisoras de radio. Así, el consumo real de podcast no radiofónicos se presume mayor. Si se repasa la lista de los podcast más escuchados en la plataforma de audio ivoox.com, figuran varios que no tienen origen radiofónico.

A favor del podcast juega también que en España existe una enorme tradición radiofónica desde hace décadas. La radio ha tenido y tiene una gran penetración entre la población y una influencia muy significativa en el día a día (Fundación BBVA, 2019). El podcast aproxima la narración radiofónica a las nuevas generaciones de oyentes y refuerza la fidelización del medio con su audiencia. Existen pocos elementos más personales que la voz para conectar con la audiencia. La capacidad de persuasión y calidez que transmite la voz humana no se consigue, por ejemplo, con textos escritos (Ramírez, 2002).

El podcast es, además, un medio perfecto para dar nuevas dimensiones a reportajes e investigaciones. Por ello, el proyecto “Tu pueblo en la onda” servirá también para potenciar los relatos que he publicado en los últimos años en mi blog: [Historias de pueblo](#). Dentro del

blog, crearé un apartado para los podcast, de forma que estarían a disposición de los usuarios siempre que los quieran escuchar. Ambos se darían la mano en un proyecto de mayor envergadura, que se vería completado con perfiles propios en redes sociales (especialmente Twitter, Facebook e Instagram).

- **¿De qué se hablará en el podcast?**

Del medio rural. De todos los proyectos que se están poniendo en marcha para revitalizarlo. Y, sobre todo, de las personas que lo hacen posible.

- **¿Con qué tono?**

Empleando un tono y un lenguaje positivos. Parte de los problemas que sufre la España poco poblada se derivan de “haber mantenido una actitud derrotista, pasiva, de pensar que la despoblación no tiene remedio” (Ortega, 2019). Es cierto que estamos ante una situación crítica, pero el problema no se soluciona llorando. La queja continua no sirve de nada. En este contexto, la comunicación puede jugar un papel clave. De hecho, pequeños cambios de vocabulario pueden llevar a dar grandes pasos. De ahí que sea mejor apostar por palabras como repoblación en lugar de despoblación.

¿Por qué? Los pensamientos positivos generan sentimientos positivos y estos, energía positiva que favorece los procesos de comunicación. Castellanos (2016) asegura que “al cerebro le encanta el lenguaje positivo” y que, de hecho, reacciona más rápido al escuchar palabras positivas que negativas. Esto significa, según el autor, que, ante palabras positivas, el cerebro mejora la atención, la concentración y la creatividad.

Para Castellanos, el ‘sí’ es la palabra que da poder, que abre puertas. Es fundamental en el ser humano, ya que construye puentes. “Si digo ‘no’ a la primera estoy sellando mi cerebro. Las palabras negativas comprimen, te reducen tu campo de visión del mundo”, asegura, para rematar: “El lenguaje positivo es la capacidad de construir buenas historias” (Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=7IDiTMzR100>).

En definitiva, “Tu pueblo en la onda” aspira a reflejar una tierra castellanoleonesa que poco a poco se hace oír, que comienza a dejar miguitas por los caminos para que los demás miremos al suelo y queramos seguir el rastro.

- **¿Quiénes hablarán?**

Aquellos que vivan en el mundo rural. Probablemente haya gente que trabaje o estudie en las ciudades, veraneantes, segundos residentes, visitantes estacionales, inmigrantes, jóvenes birresidentes que entre semana están en la ciudad estudiando u ocupados precarios que residen en piso compartido y que los fines de semana vuelven al campo a la casa familiar, o al revés, también hay profesionales urbanos pero que son rurales de fin de semana... Agricultores que viven en la ciudad y trabajan en el campo... (Camarero, 2017). El mundo rural es diverso y no tiene una única cara ni voz. Existe un gran abanico de perfiles. Todas las voces suman. Todos tenemos algo que decir.

Es probable que el cabrero sea rumano y que el panadero que reabre el horno cerrado hace décadas haya sido informático en una multinacional. En definitiva, se ha consolidado una heterogeneidad social en los municipios rurales “hasta ahora desconocida” (Oliva, 1997, p. 334). Se da una metamorfosis continua. “Nuevos y viejos residentes, inmigrantes, emprendedores, jubilados... conforman un *melting post* que contrasta con el mundo rural uniforme del siglo pasado” (Camarero, 2017, p.26).

- **¿Público objetivo?**

- Aquellos que viven y/o trabajan en el medio rural en Castilla y León. Reforzar su orgullo.
- Gente que va todos o muchos fines de semana al pueblo (potenciar el arraigo).
- Jóvenes (20-35 años) de Castilla y León que no viven en la comunidad autónoma, pero a los que les gustaría retornar.
- Gente que vivió su infancia en el pueblo o bien sus padres y ahora están en la ciudad. Es decir, que guardan ciertos vínculos.

- **¿Duración?**

Cada podcast tendrá una duración aproximada de 10 minutos. Según el estudio Auditoría Urbana, elaborado por Eurostat, el español no emplea más de 20 minutos de media en sus desplazamientos al trabajo. En el caso de Madrid, la gente tarda 31,21 minutos de media en llegar al trabajo.

Lo que sucede en Madrid es relevante para este caso porque uno de cada cuatro jóvenes castellanoleoneses vive en otra autonomía, especialmente en Madrid. Cabe destacar que Madrid tiene más jóvenes titulados de Castilla y León 33.487, que cada una de las provincias de la propia región, a excepción de Valladolid, con 33.913 (González-Leonardo y López-Gay, 2019).

Así pues, 10 minutos podría ser una duración óptima para no ocupar todo el tiempo de desplazamiento, ya que es improbable que la gente dedique todo ese periodo a escuchar un podcast y no quiera, por ejemplo, entrar en sus redes sociales personales.

Pensando en quienes ya viven en Castilla y León y aunque su tiempo de desplazamiento al trabajo sea inferior o puedan escuchar el podcast en otro momento, considero que no debería superar los 10-15 minutos para no saturar en exceso. Asimismo, la tasa de abandono aumenta conforme la duración del programa es mayor.

- **¿Frecuencia?**

Es fundamental mantener un ritmo constante de contenido. Por un lado, para establecer lazos con el escuchante. Y, por otro, porque no hay que olvidar que a Google le encanta la constancia. No obstante, teniendo en cuenta que los recursos de los que dispongo son limitados, empezaré con una frecuencia quincenal. De esta forma, priorizo calidad frente a cantidad.

- **¿Secciones?**

Dentro del podcast, habrá tres secciones distintas. Por un lado, estarán las historias de jóvenes que viven en el medio rural, contarán su saber hacer, su día a día... Por otro, hablaré

de iniciativas novedosas, de buenas prácticas que se han puesto en marcha ya sea desde la sociedad civil o desde la administración en Castilla y León. Ya no es una sola persona, sino un grupo. Eso sí, siempre intentando personalizar lo máximo. Y, en tercer lugar, habrá reportajes sobre la memoria, un altavoz a todos los que fueron silenciados. Dar importancia a las historias de nuestros antepasados. Cuidar los vínculos.

## **6.2. Clubes de escucha**

Una vez creados los podcast y subidos al blog, la idea es realizar clubes de escucha. Es decir, reunir a gente (tanto rurales, como neorrurales y urbanitas, de todas las edades) en un lugar determinado para escuchar el podcast y después establecer un debate, inspirándome en el modelo puesto en marcha por Radio Ambulante en Estados Unidos.

Con ello se pretende facilitar espacios de encuentro para que los distintos actores implicados en lo que tiene que ver con el mundo rural y la repoblación se encuentren presencialmente, cara a cara, y aprovechen las historias que se cuentan en los podcast para tener conversaciones, conocerse mejor y establecer redes entre ellos.

“Es una experiencia fascinante. Hemos recogido información muy valiosa y hemos probado que sí hay un interés grande de los oyentes de podcast. No únicamente de escuchar, que ya es mucho en ese ecosistema de medios donde hay tanta información, hay tanto ruido, sino también quieren conversar con otros sobre eso que están escuchando”, argumenta el coordinador de Radio Ambulante, Jorge Caraballo, en declaraciones al Centro Knight (2019).

En los clubes de escucha las personas llegan al lugar del evento y se sientan alrededor de una mesa. Todos se ven las caras. Todos están al mismo nivel. Un moderador da la bienvenida, explica el proyecto y reproduce el reportaje correspondiente. Una vez finalizado el podcast, comienza el debate. El moderador propondrá algunas preguntas para que fluya la conversación. Se pretende fomentar la reflexión sobre el contexto que les rodea, el pueblo en el que habitan y cómo lo habitan.

Que esas historias detonen conversaciones ciudadanas que puedan convertirse en acciones que transformen el contexto de las personas implicadas y puedan movilizarlas a buscar los cambios que necesitan para poner en valor el mundo rural y acabar con los estereotipos que

lo llevan lastrando desde hace años. “No estás escuchando en la soledad, puedes sentir que hay muchas otras personas ahí frente a ti que podrían sumar fuerzas para hacer algo”, argumenta Caraballo. De alguna forma, se persigue aflorar el deseo de hacer algo y actuar.

Una de las ventajas de este formato es que se puede replicar en cualquier rincón del mundo. En el caso de mi proyecto, en cualquier pueblo de Castilla y León.

### 6.3 Estrategia de difusión

¿Cómo llegar al potencial beneficiario? Me planteo seis vías, siendo las redes sociales las que tendrán mayor protagonismo puesto que el 85% de los internautas españoles de 16 a 65 años utilizan las redes, lo que representa más de 25,5 millones de usuarios en nuestro país, según el Estudio Anual de Redes Sociales 2019 de IAB Spain.

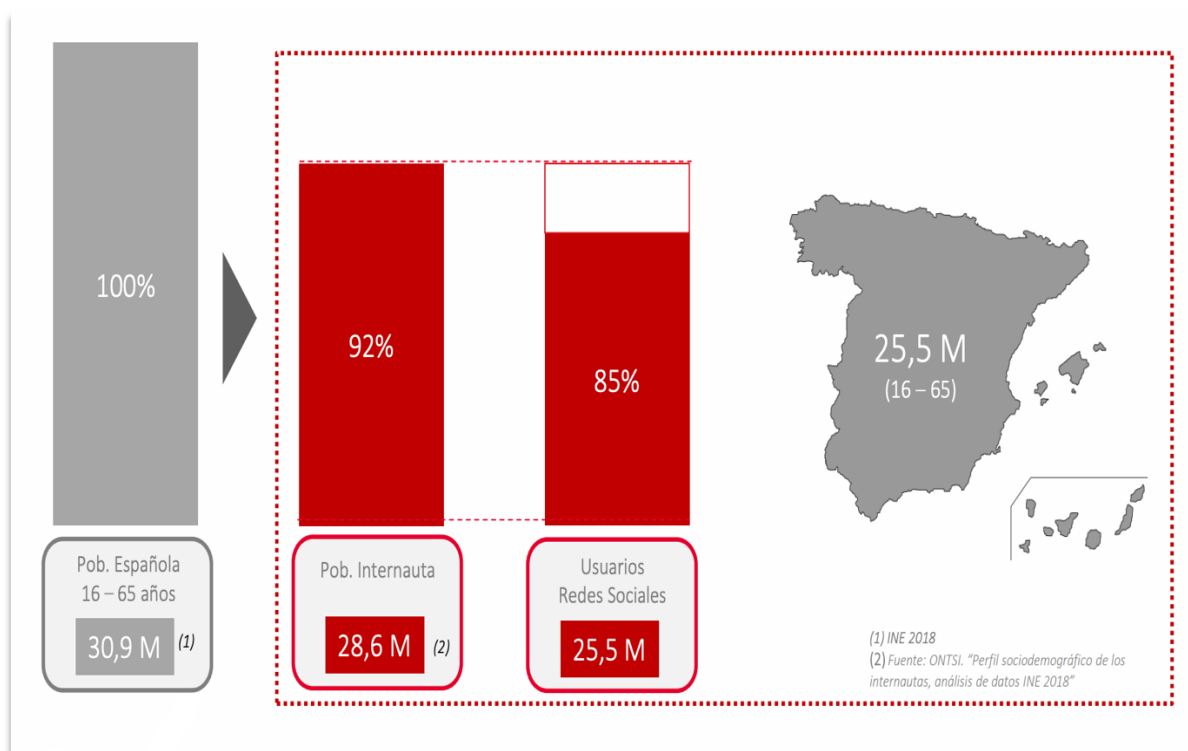


Figura 44. El 85% de internautas utilizan las redes sociales. Fuente: IAB Spain.

### 6.3.1 Redes sociales

Crearé un perfil propio del podcast en Twitter, Facebook e Instagram. En las tres redes sociales publicaré contenidos distintos, de una forma diferente, pero con la misma línea editorial. En Twitter con un tono más formal, en Facebook apelando a la acción y en Instagram con un tono más cercano.

- **¿Por qué Twitter?**

Porque es una buena forma de llegar a mi público objetivo. El perfil del usuario de Twitter en España es el de un joven de entre 25 y 34 años con estudios superiores, según un estudio presentado en 2018 por la propia compañía, realizado en colaboración con Kantar Media. Cabe destacar que Castilla y León es la comunidad autónoma que más jóvenes autóctonos tiene viviendo en otras partes del territorio español, un 24,7 %, frente al 13,1 % de la media nacional, y que presenta el nivel de instrucción más alto de todo el conjunto nacional entre su colectivo emigrado, con 52,1% de titulados superiores (González-Leonardo y López-Gay, 2019).

De acuerdo con el citado estudio, uno de cada tres usuarios activos (que entran al menos una vez al día a la red social) tiene entre 25 y 34 años, lo que supone el 34% del total. En segundo lugar, se encuentran las personas de entre 35 y 44 años. En total, Twitter cuenta con 4,9 millones de usuarios en España, de acuerdo con sus propios datos.

Twitter es la quinta red social más utilizada a diario a España por detrás de WhatsApp, Facebook, YouTube e Instagram, según los datos de IAB Spain de 2019. El 31% de los internautas usa Twitter varias veces al día; el 22% cada día; y el 20% cada 2-3 días. Asimismo, es una de las mejores valoradas en cuanto a satisfacción entre el usuario.

- **Estrategia en Twitter:**

Entre las actividades más realizadas en redes está seguir cuentas (medios de comunicación, partidos políticos, etc). Algo que hace el 31% de los internautas a través de Twitter. Según el análisis de Kantar Media, siete de cada diez tuiteros valoran la rapidez a la hora de difundir

noticias y los usuarios también citan la ventaja de seguir una misma historia en tiempo real y poder ver los diferentes puntos de vista sobre ella.

Así pues, utilizaré Twitter por actualidad, para tener el tema de la despoblación / repoblación del medio rural encima de la mesa. Es decir, aprovecharé las noticias que puedan surgir a diario sobre despoblación para tuitearlas relacionándolas con los contenidos del podcast y del blog que haya publicado con anterioridad (incluiré siempre enlaces al podcast y/o al blog).

El objetivo es convertir la cuenta en Twitter del podcast en un lugar para que la gente hable, en una herramienta de escucha con la que saber qué les preocupa y qué no.

- **¿Por qué Facebook?**

Es la red social por excelencia. En 2018, contaba con 24 millones de usuarios en España. Es la red más intergeneracional en nuestro país, con cifras muy similares entre los menores de 39 años (51%) y los mayores de 40 (42%). Los mayores de 65 años representan el 7% de usuarios.

Según IAB Spain, Facebook es la red presente en primer lugar en la mente de los internautas. El 73% la utiliza a diario. De ese porcentaje, un 47% entra en Facebook varias veces al día, un 27% cada día y un 15% cada 2-3 días.

- **Estrategia en Facebook:**

El objetivo es promocionar el podcast. La estructura de cada publicación en Facebook será la siguiente: un breve texto introductorio y debajo una imagen potente, atractiva, junto con el enlace al podcast.

Otro factor a tener en cuenta es la diferencia entre **tráfico orgánico** -visitas que provienen desde los motores de búsqueda tipo Google y Yahoo- y **tráfico pagado** -aquel que se consigue a través de anuncios por palabras clave que seleccionamos y pagamos para determinadas búsquedas-. En este caso, se combinarán ambas estrategias. Por un lado, se pretende conseguir tráfico orgánico a través de un contenido de calidad (historias contadas



en primera persona por sus protagonistas, sin artificios) y también se dedicará un presupuesto para ciertas promociones en Facebook.

Desde enero de 2018, Facebook prioriza los contenidos personales frente a las noticias. Es decir, la red social muestra antes los contenidos de familiares y amigos que los de páginas de empresas, marcas y medios de comunicación, por lo que es casi obligatorio invertir en anuncios para ganar cierta visibilidad.

Una ventaja del contenido de pago en Facebook es que permite **segmentar** en los posts por sexo, edad, intereses... Es, por tanto, una excelente forma de llegar al público objetivo. En mi caso, segmentaría por edad (de 20 a 35 años) y por intereses (medio rural, pueblos, emprendimiento, campo...). Asimismo, en estos posts pagados buscaré la interacción del público: por un lado, con imágenes atractivas que capten su atención y, por otro, jugando con la apelación (“haz...”, “descubre...”, “participa...”).

Finalmente, es conveniente recoger dos datos sobre publicidad en redes sociales. Un 30% de usuarios acepta positivamente que la publicidad que se le muestre sea acorde a sus intereses. Y los que demuestran mayor aceptación son los menores de 30 años, según IAB Spain.

- **¿Por qué Instagram?**

Es otra de las redes sociales más utilizadas en España, con 15 millones de usuarios en 2018, un 15% más que en 2017. Es la red que más sube en usuarios. En Instagram se encuentra buena parte del público milenial (el 66% de los usuarios tiene entre 18 y 39 años). El 46% de instagramers entra varias veces al día, un 25% lo hace cada día y un 15% cada 2-3 días. Es la segunda red social con mayor notoriedad en España, por detrás de Facebook, según IAB Spain.

- **Estrategia en Instagram:**

Aunque pueda parecer una incongruencia utilizar una red que se basa en fotos y vídeos para promocionar un contenido de audio, adaptaré el contenido al espíritu de esta red social, apoyándome en el formato audiovisual. Publicaré imágenes y vídeos con un trozo de audio del podcast, usando los hashtag y menciones para que la gente logre encontrar más información. Esos pequeños cortes del podcast servirán de introducción (“puedes escuchar el podcast entero en...”).

También utilizaré Instagram para hablar de la gente que protagoniza el reportaje, quiénes son, a qué se dedican... Todo ello, obviamente, acompañado de fotos. En definitiva, pequeñas píldoras que ayuden a personalizar mi producto lo máximo posible.

Asimismo, usaré Instagram para anunciar los próximos contenidos del podcast.

En cuanto a las *stories*, aprovecharé para conectar con el público más joven y generar participación. Lo haré con encuestas sobre los contenidos publicados, con juegos del tipo “encuentra las diferencias”, etc.

- **¿A qué hora publicaré en redes sociales?**

El estudio de IAB Spain diferencia por dispositivo. En lo que respecta al móvil, asegura que la conexión empieza en torno a las 8 y media de la mañana y va creciendo a lo largo del día, siendo la franja de las seis de la tarde hasta la medianoche la que más se utiliza para visitar redes sociales. En cuanto al ordenador, el uso de redes mediante este dispositivo se acentúa a partir de las cuatro de la tarde, especialmente entre las ocho y media de la tarde y la medianoche. Finalmente, se limita a señalar que el uso de redes a través de tablets aumenta a partir de las cuatro de la tarde.

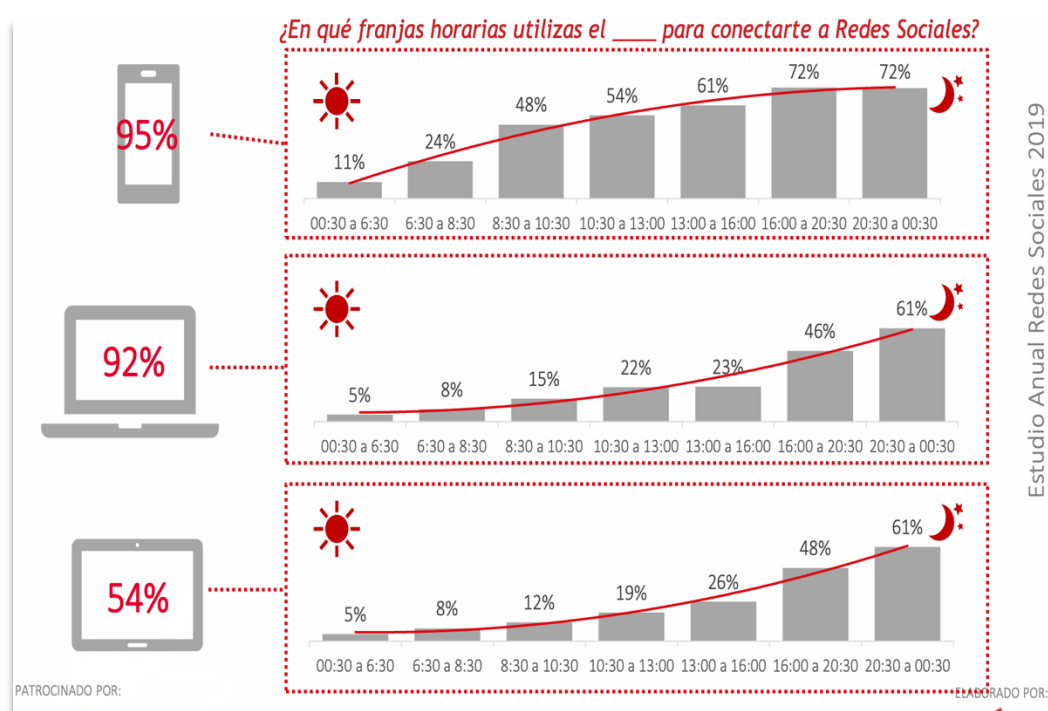


Figura 45. Franjas horarias en las que más se usan las redes sociales. Fuente: IAB Spain.

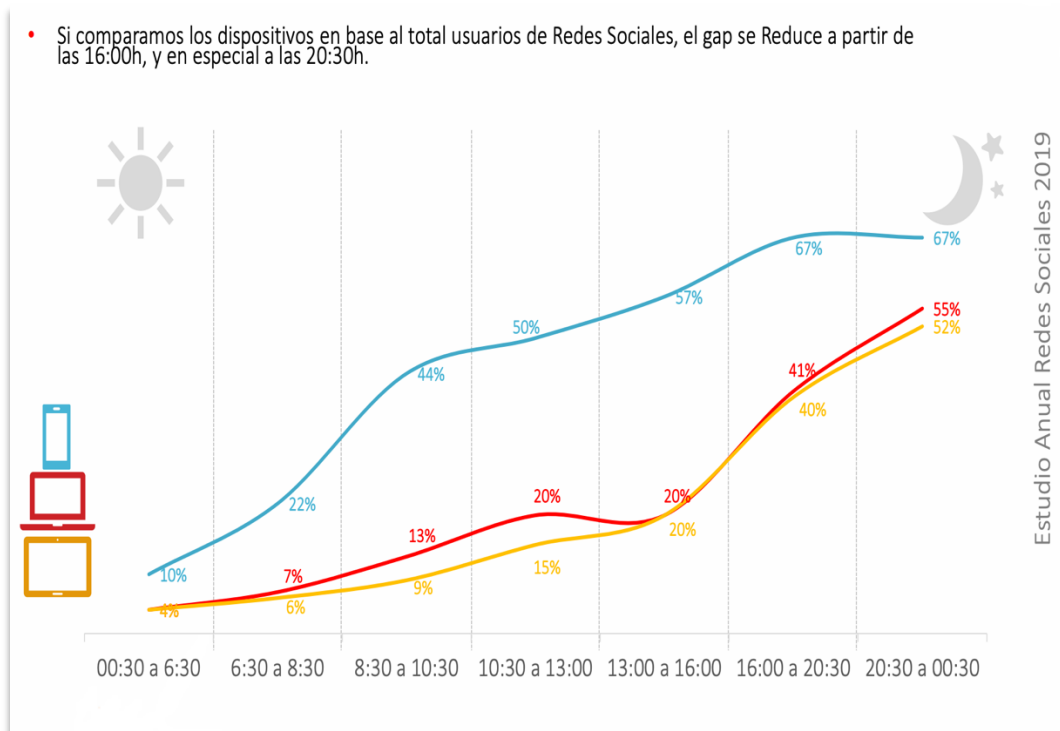


Figura 46. Dispositivos utilizados para conectarse a redes. Fuente: IAB Spain.

Así las cosas, aprovecharé el primer tramo matinal para tuitear los distintos contenidos, ya sean del podcast o del blog. Según Twitter, hay un 181% de probabilidades de que los usuarios estén en dicha red social mientras van en el transporte público. Será en la tarde cuando potencie al máximo las publicaciones en las tres redes sociales basándome en los datos expuestos anteriormente.

No obstante, no todos los días utilizaré las redes con la misma intensidad. El día de publicación de post y podcast, la promoción en redes sociales será mucho mayor que los días en los que no haya publicaciones nuevas. Lo tuitearé 3-4 veces a lo largo del día con mensajes distintos, aportando una clave en cada uno de ellos. En Facebook publicaré un post (por lo general, sería el patrocinado) y en Instagram figurará tanto en la parte de noticias como en stories.

El resto de días compartiré en redes algunas frases destacadas del podcast o pequeños clips del programa junto con el enlace para despertar interés, para que las publicaciones no mueran, pero sin bombardear ni resultar abrumador.

Esos días, mi estrategia girará en torno a cinco pilares: promoción del **blog**, promoción del **podcast**, **píldoras** (adelanto de futuras publicaciones, por ejemplo), **actualidad** (estar pendiente de lo que suceda en el día a día para relacionarlo con mis contenidos) y **feedback** (generar participación, engagement). Cada día de la semana me centraré en uno de esos pilares o en varios a la vez, como se recoge en la siguiente tabla:

## Planificación

	Blog	Podcast	Píldoras	Actualidad	Feedback
Lunes	x			x	
Martes		x		x	
Miércoles	x		x	x	
Jueves		x		x	
Viernes	x			x	x
Sábado		x		x	
Domingo			x	x	

### 6.3.2 Ivoox

Subiré el podcast a esta plataforma, que alberga la comunidad más grande de oyentes hispanohablantes. Es gratuita. Permite conectar con los seguidores e interactuar con ellos, responder a sus comentarios e informarles mediante el muro del podcast. Asimismo, Ivoox aporta estadísticas del origen y los dispositivos de las escuchas, comentarios, me gusta, suscripciones y ranking en la propia plataforma.

### 6.3.3 Publicación de forma simultánea en el blog

Cada episodio del podcast se verá complementado con la publicación de un post en mi blog. Será una promoción cruzada. La publicación del post puede actuar de vista previa para el podcast completo. Si, por ejemplo, un lector va en el tren y lee la publicación del post, puede marcar el podcast para escuchar en casa. Esto ayuda al posicionamiento SEO y hace que el

contenido sea más fácil de compartir en redes sociales. Google premia el contenido de texto y es más probable que los potenciales lectores compartan cosas que puedan leer rápidamente.

#### **6.3.4 Presentaciones en persona**

Una vía de distribución fundamental es el cara a cara. Por ello, presentaré el podcast en persona a distintos colectivos que trabajan en el medio rural, desde grupos de acción local, a administraciones públicas, empresas privadas, asociaciones... El objetivo es aprovechar el boom de actos, jornadas y foros en torno a la despoblación para dar a conocer mi producto y conseguir notoriedad. Un buen escaparate es la Feria Presura que celebrará su tercera edición en noviembre de este año en Soria y cuyo objetivo es trabajar por la repoblación del medio rural.

#### **6.3.5 Medios de comunicación tradicionales**

Aunque se trata de una vía costosa (llegar a los grandes medios requiere mucho tiempo, paciencia y esfuerzo), no se puede descartar. En mi estrategia de distribución se apuesta por utilizar el mayor número de recursos. En primer lugar, enviaré emails a las distintas redacciones de medios locales y regionales de Castilla y León presentando el proyecto “Sintonizando el campo”. Después, una vez que haya publicado al menos cinco podcast, contemplaré el envío de notas de prensa a periódicos, emisoras de radio y canales de televisión de la toda la comunidad autónoma.

#### **6.3.6 Newsletter**

Las newsletters son una forma de comunicación efectiva, en líneas generales, para mantener al día a nuestra audiencia y hacerles saber cuándo publicamos un nuevo podcast, facilitar información adicional y promocionar otra clase de contenidos (por ejemplo, el blog). Teniendo en cuenta que la publicación del podcast será quincenal, enviaré una newsletter cada dos semanas, coincidiendo con el día de publicación. En cada newsletter aparecerá el reportaje nuevo (ocupando un mayor espacio) y el que se publicó hace 15 días (en una posición secundaria).

En cuanto al formato de la newsletter, aparecerá el titular del podcast, una breve descripción (máximo dos líneas), una fotografía ilustrativa (por ejemplo, de la persona que habla ese día) y el enlace del audio.

## **CAPÍTULO VII. Conclusiones.**

- La despoblación no es un fenómeno nuevo. Su origen se remonta a hace décadas, muy vinculado al éxodo rural en la etapa de industrialización y ahondado por las dinámicas demográficas. En los últimos años se ha agravado hasta convertirse en un asunto nacional, en un desafío para todo el país sin excepción puesto que unas zonas se vacían, especialmente el interior, y otras se saturan, como Madrid, Barcelona y algunas partes del litoral. De hecho, según los datos del Comisionado del Gobierno para el Reto Demográfico, el 90% de la población española vive en el 30% del territorio.

- Lo rural y lo urbano no son mundos opuestos, sino que forman parte de una misma realidad. En mundos hiperconectados, lo rural se urbaniza y lo urbano se ecologiza.

- Tampoco existe un único medio rural en España ni todo el medio rural sufre el mismo problema de despoblación o igual de agudizado. Por ello, medidas que puedan funcionar en una región o incluso municipio no tienen porqué hacerlo en otra.

- España afronta en la actualidad la segunda oleada de despoblación dado que capitales de provincia y de comarca acusan desde el año 2008 la pérdida de habitantes que emigran a las grandes ciudades. En Castilla y León, todas las provincias perdieron población en el año 2018. El número de habitantes en León disminuyó en 5.570, en Zamora 2.855, en Ávila 2.132, en Salamanca 2.130, en Valladolid 1.279, en Palencia 1.355, en Burgos 1.101, en Segovia 842 y en Soria 303, según los datos del Instituto Nacional de Estadística.

- A favor de las grandes urbes juega el efecto de aglomeración, que constituye por sí mismo un factor de atracción por el poder de la ciudad para producir e imponer imágenes. En este marco, la ciudad aparece como el espacio de localización de servicios públicos y comerciales del más alto nivel, así como de concentración de oportunidades de empleo de calidad.

- No obstante, desde mediados de los 80 emerge un nuevo imaginario: la neorruralidad. Lo rural se revaloriza. Se empieza a escribir un nuevo guion en el que muchas personas cambian la ciudad por el campo como una apuesta vital en la que prima el reclamo de tener una vida más plena, en la que el individuo sea dueño de su destino, controle su tiempo y se alimente de manera más sana.

- Pese a la situación dramática -el 50% de los municipios españoles corre el riesgo de desaparecer según la Federación Española de Municipios y Provincias-, la España poco poblada huye del victimismo. La lucha contra la despoblación emerge con un discurso más positivo y decenas de iniciativas para revitalizar los pueblos ante la inacción política.

- Existen un sinnúmero de buenas prácticas promovidas por un cambio de mentalidad, de gente cualificada, con compromiso e ideas, que ha vuelto al mundo rural y trata de presentarlo como un lugar atractivo. Es el caso de El Hueco, un espacio de emprendimiento social en Soria promovido por la ONG Cives Mundi. El Hueco es el responsable de iniciativas tan innovadoras como la Feria para la Repoblación de la España Rural, también conocida como Feria Presura, con la que se pretende ofrecer una imagen positiva del mundo rural. También han puesto en marcha el proyecto Terris, cuya base es la inteligencia colectiva. Han reunido a un grupo de 50 mujeres y 50 hombres para debatir cuáles deben ser los pilares de la nueva ruralidad. El también llamado G100 está trabajando en varios prototipos para revitalizar los pueblos: desde un Uber rural hasta un portal inmobiliario para buscar casas. Ha emergido, por tanto, un modelo en positivo para impulsar las potencialidades del mundo rural.

- Tras décadas de trabajo silencioso por parte de algunas plataformas ciudadanas, como Teruel Existe y Soria ¡Ya!, se produjo un estallido multitudinario el 31 de marzo de 2019 con la Revuelta de la España Vacía. La manifestación sirvió de punto de partida para sumar fuerzas y pelear juntos por revertir la despoblación. El 31 de marzo de 2019 fue una cita clave para la defensa del mundo rural y funcionó como un grito entre el orgullo, la resistencia y la impotencia de sentirse abandonados durante décadas que trascendió lo local y regional.

- La despoblación entró en la agenda social casi 20 años antes que en la agenda política y mediática.

- En la actualidad, la despoblación es un asunto que se ha instalado por primera vez en la agenda social, política y mediática de forma simultánea. Es decir, que ha alcanzado un grado de relevancia social, mediática y política acorde con la magnitud del problema gracias al trabajo de programas como Abraza la Tierra, que en Segovia ha ejecutado la Coordinadora para el desarrollo integral del Nordeste de Segovia (Codinse), y otros como Soria ¡Ya!, Teruel Existe o El Hueco. De hecho, la mayoría de estas plataformas destaca que hoy son los medios de comunicación quienes les llaman a ellos y no al contrario como sucedió en sus inicios.

- También el método LEADER ha representado un empujón fundamental en el desarrollo del medio rural. Abrió oportunidades para la innovación y, sobre todo, dio importancia a las modalidades de participación de los actores locales. Hoy se critica que es una iniciativa demasiado burocratizada.

- Al margen de la agenda social, la despoblación fue un tema manido en la campaña electoral de los comicios nacionales, autonómicos y locales del pasado 28 de abril y 26 de mayo, respectivamente. 2019 fue el año en el que los líderes políticos de las distintas formaciones se subieron a un tractor, pisaron barro y acariciaron terneros. También incluyeron en sus programas epígrafes con el famoso sintagma del escritor Sergio del Molino, *La España vacía*. Sin embargo, sus promesas no acaban de materializarse.

- Todos los actores implicados en el medio rural reclaman medidas reales a las administraciones. Señalan que sobran diagnósticos y faltan acciones. Prima la idea de que se habla mucho de este tema, pero se hace muy poco. Iniciativas sin presupuesto no son más que papel mojado. Un ejemplo es el Senado. La Cámara Alta presentó dos informes, en 2015, con 100 medidas que en ningún momento se han aplicado. Sucede algo similar con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), que también ha elaborado dos documentos de acción y, sin embargo, se han quedado sobre el papel. En Castilla y León, por ejemplo, la Agenda para la Población 2010-2020 que elaboró la Junta de Castilla y León tampoco ha funcionado, tras sumar nueve años consecutivos de desplome poblacional. Falta voluntad política.

- La mayoría de actores sociales, especialmente los Grupos de Acción Local (GAL), reclaman a las administraciones que les escuchen y sean tenidos en cuenta a la hora de tomar medidas para revertir la despoblación, puesto que son grandes conocedores del territorio. Asimismo, consideran oportuno poder participar en la ejecución de determinadas medidas.

- Respecto al Comisionado del Gobierno para el Reto Demográfico, el mero hecho de haberlo creado refleja un giro en el abordaje del tema. No obstante, desde su nombramiento en enero de 2017 ya han pasado tres años y sólo han trascendido unas pinceladas de lo que debería ser la estrategia nacional frente al reto demográfico. Si bien es cierto que la inestabilidad política no ayuda, los actores sociales reclaman altura de miras, superar la diatriba partidista y forjar un pacto de Estado contra la despoblación.



- Una vez que la repoblación se ha instalado en la agenda mediática, política y social, es un momento idóneo para tratar de cambiar el relato sobre los pueblos y tratar de potenciar valores como la calidad de vida, la tranquilidad, disfrutar de unas relaciones humanas más cercanas y cálidas, vivir en contacto con la naturaleza, disponer de espacios más saludables donde todo está más cerca y donde los atascos casi no existen, sin apenas estrés.

- Comunicación que apueste por un enfoque positivo, por destacar historias innovadoras de gente que emprende en el mundo rural y se aleje de la visión entre compasiva y estereotipada que ofrecen muchos medios de comunicación. Despegarse de los enfoques pesimistas que trasladan ideas como que el campo está vacío o que quienes viven en él son gente deprimida.

- El papel de la comunicación es decisivo para superar el lenguaje del desprecio y la losa del fracaso que han estado ligados al campo castellanoleonés desde hace lustros. Para ello, es fundamental apostar por mensajes que refuercen el éxito de vivir en el mundo rural. Resulta esencial empezar a hablar en positivo de la vida en los pueblos. Sin mensajes que ilusionen la batalla de la repoblación del medio rural está perdida. La lista de déficits que tienen los pueblos es de sobra conocida: falta de escuelas, de consultorios médicos, malas infraestructuras, internet de baja calidad... Toca poner en valor lo positivo, todas las ventajas que ofrece la vida en lo rural (anteriormente citadas).

- No obstante, la comunicación debe alejarse también de visiones idealizadas. El medio rural no es Puerto Hurraco, pero tampoco la Arcadia feliz. Se ha de lograr un equilibrio. El periodismo es ir, ver y contar, no puede ni debe dulcificar, pero tampoco ensuciar.

- Pequeños cambios en el lenguaje pueden contribuir a dar grandes pasos. Es preferible optar por la palabra repoblación en lugar de despoblación, y por España rural o España interior en lugar de España vacía. Los pensamientos positivos generan sentimientos positivos y estos, energía positiva que favorece los procesos de comunicación.

- La radio, especialmente las emisoras comunitarias, favorecen los procesos de comunicación horizontales, así como el diálogo. Estos son dos pilares básicos del paradigma de la comunicación con fines sociales en el que se enmarca esta investigación académica.

- El podcast permite nuevas posibilidades narrativas para innovar en contenidos y llegar a nuevas audiencias. Se puede escuchar en cualquier lugar y en cualquier momento, y eso es fundamental en la sociedad actual donde priman la sobredosis de información y el ruido.
  
- Se requieren profesionales de la comunicación que conozcan el territorio, para evitar quedarse en lo anecdótico y superficial o plantear enfoques equivocados que contribuyan a sostener prejuicios absurdos.
  
- La comunicación también puede jugar un papel clave a la hora de combatir determinados estereotipos en torno al medio rural que siguen vigentes, especialmente la figura del paleta. Todavía hoy hay quienes asocian que alguien que habita en un pueblo, es un perdedor; que se ha quedado porque no tenía otra alternativa. Es el estereotipo que cundió en España a raíz de la gran emigración de los años 50-60 y que en buena medida sigue imperando.
  
- El conjunto de administraciones públicas no ha conseguido cambiar ese estereotipo y algunos medios de comunicación han hecho seguidismo. Se requiere un cambio de mentalidad tanto a nivel político, como en las direcciones de algunos periódicos, televisiones y radios nacionales, para superar estas situaciones.
  
- Y cambio de mentalidad también dentro de la España interior, puesto que muchos de quienes viven en ella, por desconocimiento, desconfianza o ignorancia, siguen sin ver con buenos ojos la llegada de nuevos pobladores.
  
- La España interior no está vacía, está llena de riquezas.

## CAPÍTULO VIII. Bibliografía.

- Alonso, L.E. (1995). *Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa* /. 1995. Recuperado de [file:///Users/leticia/Downloads/Sujeto\\_y\\_discurso\\_Entrevista\\_abierta\\_Luis\\_Enrique\\_Alonso.pdf](file:///Users/leticia/Downloads/Sujeto_y_discurso_Entrevista_abierta_Luis_Enrique_Alonso.pdf)
- Bouza, F. Lo global y lo local. 2005. *Recerca, revista de pensament i analisi*, 5, 7-12.
- Burillo-Cuadrado, P., y Burillo-Mozota, F. (2018). Serranía Celtibérica y la visibilización de las zonas españolas desfavorecidas. *Analizando lo rural*, págs. 17-31.
- Camarero, L., y Sampedro, R. Despoblación y ruralidad transnacional: crisis y arraigo rural en Castilla y León. 2019. *Economía agraria y recursos naturales*, 19, 59-82.
- Camarero, L. Por los senderos de la despoblación rural: notas desde la diversidad social. 2017. *Documentación social*, 185, 19-35.
- Camarero, L., Cruz, F., y Oliva, J. Rural sustainability, inter-generational support and mobility. 2016. *European Urban & Regional Studies*, 4, 734-749.
- Camarero, L. El mundo rural español en la década de los noventa. ¿Renacimiento o reconversión? 1993. *Documentación social*, 87, 9-28.
- Caro, G. (2012). *Guía para la planificación efectiva de una comunicación con fines sociales* /. 2012. Recuperado de [http://www.gestionsocial.org/archivos/00000810/Caro\\_Guillermo.Comunicacion\\_efectiva.pdf](http://www.gestionsocial.org/archivos/00000810/Caro_Guillermo.Comunicacion_efectiva.pdf)
- Castellanos, L., (2016). *La ciencia del lenguaje positivo*, Barcelona, España: Editorial Paidós Ibérica.
- Cerdà, P., (2017). *Los últimos*, Logroño, España: Editorial Pepitas de calabaza.
- Consejo Económico y Social de España. (2018). *El medio rural y su vertebración social y territorial* /. 2018. Recuperado de <http://www.ces.es/documents/10180/5461461/Inf0118.pdf>
- Cruz, F., (2006). *Género, psicología y desarrollo rural: la construcción de nuevas identidades*, Madrid, España: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- De Dios, L., (2016). *El llanto del trigo*, España: Agilice Editorial.
- De Dios, L. El mundo vacío. La imagen social del medio rural. 2017. *Documentación social*, 185, 137-149.
- Delgado Urrecho, J., y Martín Fernández, L. Evolución, situación actual y perspectivas de la población en los pequeños municipios españoles. 2017. *Documentación social*, 185, 37-67.
- Delibes, M., (1962). *Las ratas*, Madrid, España: Austral.

- Del Molino, S., (2016). *La España vacía. Viaje por un país que nunca fue*, Madrid, España: Editorial Turner.
- Duch, G., (2018). *Cosechas: Relatos de mucha gente pequeña*, Barcelona, España: Pol \* len Edicions.
- El Hueco. (2018). *Memoria Presura 2018 /*. 2018. Descargado de <https://www.repoblacion.es/>
- Enredando. (2007). Herramientas para la comunicación y la participación social en la gestión de la red Natura 2000. Recuperado de <https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/recursos/documentos/serieca/enredando.aspx>
- Entrena, F. La ruralidad en España: de la mitificación conservadora al neorruralismo. 2012. *Cuadernos de desarrollo rural*, 9 (69), 39-65.
- EntreTantos. (2003). Guía práctica para dinamizar procesos participativos sobre problemas ambientales y sostenibilidad. Recuperado de <https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/recursos/materiales/entretantos.aspx>
- Estudio General de Medios (2017). Recuperado de: [https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/170419\\_egm\\_2017ola1.pdf](https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/170419_egm_2017ola1.pdf)
- Federación Española de Municipios y Provincias. (2017). *Listado de medidas para luchar contra la despoblación en España /*. 2017. Recuperado de [http://www.femp.es/sites/default/files/multimedia/documento\\_de\\_accion\\_comision\\_de\\_despoblacion\\_9-05-17.pdf](http://www.femp.es/sites/default/files/multimedia/documento_de_accion_comision_de_despoblacion_9-05-17.pdf)
- Fundación BBVA. *Podcast: el nuevo formato de éxito*. 2018. Recuperado de: <https://www.bbva.com/es/podcast-nuevo-formato-exito/>
- García, A. De la radio interactiva a la radio transmedia: nuevas perspectivas para los profesionales del medio. 2013. *Icono* 14, 11, 251-267.
- García, I. (2017). *Informe sobre el despliegue de los instrumentos de la política de cohesión por parte de las regiones para afrontar el cambio demográfico /*. 2017. Recuperado de <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A8-2017-0329+0+DOC+PDF+V0//ES&language=ES>
- García, R. Inmigración e identidad. 2008. *Eikasia: revista de filosofía*, 16, 215-230.
- Gómez Caloca, F. Los riesgos demográficos en la agenda institucional, desde los municipios hasta la Unión Europea. 2017. *Documentación Social*, 185, 167-191.
- Gómez-Limón, J.A., Atance, I., y Rico, M. (2007). Percepción pública del problema de la despoblación del medio rural en Castilla y León. *Revista Ager*, 6, 9-60.
- González-Leonardo, M., & López Gay, A. (2019). *Emigración y fuga de talento en Castilla y León*. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 80, 2612, págs. 1–31.

- González, A. (2018). El podcast como medio de divulgación científica y su capacidad para conectar con la audiencia. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9, 348-359.
- Gumucio-Dagron, A., y Tufte, T. (2008). Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas. *Procesos Históricos. Revista de Historia y Ciencias Sociales* 16, 111-113.
- Herce, J. (2018). Una fiscalidad diferenciada para el progreso de los territorios despoblados en España /. 2018. Recuperado de [https://www.agronegocios.es/wp-content/uploads/2019/02/Una-fiscalidad-diferenciada-para-el-progreso\\_SSPA.pdf](https://www.agronegocios.es/wp-content/uploads/2019/02/Una-fiscalidad-diferenciada-para-el-progreso_SSPA.pdf)
- Huertas, A. (2011). Limitaciones, deficiencias y oportunidades de las relaciones públicas en el ámbito rural: un sector por consolidar. *Icono* 14 (A6), 245-266.
- IAB Spain. *Estudio Anual de Redes Sociales 2019*. Recuperado de: [https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-anual-redes-sociales-iab-spain-2019\\_vreducida.pdf](https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-anual-redes-sociales-iab-spain-2019_vreducida.pdf)
- Inglehart, R., (1997). *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*, Princeton University Press.
- Instituto Nacional de Estadística. (2019). *Cifras de Población a 1 de enero de 2019. Estadística de Migraciones* /. 2019. Descargado de [https://www.ine.es/prensa/cp\\_j2018\\_p.pdf](https://www.ine.es/prensa/cp_j2018_p.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística. (2018). *Cifras de Población a 1 de julio de 2018. Estadística de Migraciones* /. 2018. Descargado de [https://www.ine.es/prensa/cp\\_j2018\\_p.pdf](https://www.ine.es/prensa/cp_j2018_p.pdf)
- Llamazares, J., (1988). *La lluvia amarilla*, Barcelona, España: Editorial Seix Barral.
- López Ruiz, J. A. (2014). *La sociedad rural y el problema de la despoblación: perfiles sociales y actitudes ante la despoblación en Castilla y León* /. 2014. Recuperado de <http://ponton.uva.es/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edstdx&AN=edstdx.10803.147074&lang=es&site=eds-live>
- Mas, Edgar. *Fenómeno podcast*. 2018. Revista de la comunicación y el marketing digital.
- Molina, I. (2017). *La calidad de vida en el territorio local* /. 2017. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353749552014.pdf>
- Montañés, M. (2010). El grupo de discusión. *Cimas Cuadernos*. Recuperado de <http://www.redcimas.org/>
- Moyano. E. (2018). La despoblación rural a escena. *Instituto de Estudios Sociales Avanzados*.
- Navas, J. (2006). La poca prensa de los pueblos de España. La comunicación en el mundo rural. *Revista de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España*, 6, 9-12.
- Oliva, J. (1997). La población rural de España. De los desequilibrios a la sostenibilidad social. *Colección Estudios Sociales*.

- PNUMA. (2005). Comunicando la sustentabilidad. Cómo producir campañas públicas efectivas. Recuperado de <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0731xPA-CommunicatingES.pdf>
- Ramos, G. El reto de comer en las áreas rurales. 2017. *Documentación Social*, 185, 121-135.
- Regidor, J. Desarrollo rural en España: una política de estado inaplazable. 2017. *Documentación Social*, 185, 103-125.
- Rivera, M. J. La neorruralidad y sus significados. El caso de Navarra. 2009. *Revista Internacional de Sociología*, 67 (2), 413-433.
- Rivera, M.J., (2007). *La ciudad no era mi lugar. Los significados residenciales de la vuelta al campo en Navarra*, Pamplona, España: Universidad Pública de Navarra.
- Sáez, L.A. (2017). *La despoblación rural en España: génesis de un problema y políticas innovadoras /*. 2017. Retrieved from [http://www.ceddar.org/despoblaci%C3%B3n-rural-espa%C3%B1a-g%C3%A9nesis-problema-pol%C3%ADticas-innovadoras\\_publicacion\\_es\\_398.html](http://www.ceddar.org/despoblaci%C3%B3n-rural-espa%C3%B1a-g%C3%A9nesis-problema-pol%C3%ADticas-innovadoras_publicacion_es_398.html)
- Sánchez, M., (2019). *Tierra de mujeres*, Barcelona, España: Editorial Seix Barral.
- Sancho, J., y Reinoso, D. La delimitación del ámbito rural: una cuestión clave en los programas de desarrollo rural. *Estudios geográficos*, 73 (273), 599-624.
- Serranía Celtibérica. (s.f). Descargado de <http://www.celtiberica.es/>
- Sorokin, P., y Zimmerman, C. (1929). *Principles of rural-urban sociology*, London: Henry Holt.
- Toledo, V. Revisualizar lo rural desde una perspectiva multidisciplinaria. 2009. *Polis Revista Latinoamericana*, 22, 12-25.
- Trimano, L. Integración social y nueva ruralidad: ser ¿"hippie"? en el campo. 2015. *Revista de Antropología Social*, 24, 317-348.
- Unesco. (2008). Estrategias de Comunicación y Educación para el Desarrollo Sostenible (531). Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159531>

## Webgrafía:

Abc: <https://www.abc.es/>

Agencia Ical: <http://www.agenciaical.com/>

Alma Natura: <http://almanatura.com/>

Áreas Escasamente Pobladas del Sur de Europa: <http://sspa-network.eu/>

Alto Comisionado del Gobierno para el Reto Demográfico:  
[http://www.mptfp.es/portal/ministerio/organigrama\\_organos/Comisionado\\_Gobierno\\_Reto\\_Demografico.html](http://www.mptfp.es/portal/ministerio/organigrama_organos/Comisionado_Gobierno_Reto_Demografico.html)

Bloque Joven Rural Palencia: [https://twitter.com/bloque\\_joven?lang=es](https://twitter.com/bloque_joven?lang=es)

Boletín Oficial de Castilla y León: <http://bocyl.jcyl.es/>

Boletín Oficial del Estado: <https://www.boe.es/>

Calre: <https://www.calrenet.eu/>

Centro de Investigaciones Sociológicas: <http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html>

Codinse: <https://codinse.com/web/>

Comisión Europea: [https://ec.europa.eu/commission/index\\_es](https://ec.europa.eu/commission/index_es)

División de Población del Banco Mundial:  
<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

División de Población de Naciones Unidas:  
<https://www.un.org/development/desa/es/about/desa-divisions/population.html>

El Confidencial: <https://www.elconfidencial.com/>

El Hueco: <https://www.elhueco.org/>

El Mundo: <https://www.elmundo.es/>

El País: <https://elpais.com/>

Encuesta Mundial de Valores: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>

Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/home?>

Medialab Prado: <https://www.medialab-prado.es/>

Periódico 20 Minutos: <https://www.20minutos.es/>

Radio Ambulante: <http://radioambulante.org/>

Red Española de Desarrollo Rural: <http://www.redr.es/es/portal.do>

Red de Medios Comunitarios: <https://medioscomunitarios.net/>

Red de Periodistas Rurales: <https://reddeperiodistasrurales.com/>

Red Retos: <http://www.mitramiss.gob.es/redretos/es/index.htm>

Red Rural Nacional: [www.redruralnacional.es/inicio](http://www.redruralnacional.es/inicio)

Senado: <http://www.senado.es/web/index.html>

Skoda: <http://www.skoda.es/>

Sociedad General de Autores y Editores: <http://www.sgae.es/es-ES/SitePages/index.aspx>

Soria ¡Yal!: <http://soriaya.org/>

Teruel Existe: <https://teruelexiste.info/>



## **CAPÍTULO IX. Anexos.**

- DOCUMENTO 1: Ponencia de estudio para la adopción de medidas en relación con la despoblación rural en España. Boletín Oficial de las Cortes Generales. 17 de abril de 2015. Senado.
  
- DOCUMENTO 2: Comisión Especial de Estudio sobre las medidas a desarrollar para evitar la despoblación de las zonas de montaña. Boletín Oficial de las Cortes Generales. 26 de junio de 2015. Senado.
  
- DOCUMENTO 3: Población y despoblación en España 2016. Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP). 2017.
  
- DOCUMENTO 4: Listado de medidas para luchar contra la despoblación en España. Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP). 2017.
  
- DOCUMENTO 5: Lista de plataformas adheridas a la Revuelta de la España Vacía.
  
- DOCUMENTO 6: Editoriales sobre la despoblación publicados por el periódico *El Mundo*.



# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

X LEGISLATURA

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 33

## IV. OTRAS ACTIVIDADES PARLAMENTARIAS

### PONENCIAS DE ESTUDIO CONSTITUIDAS EN EL SENO DE LAS COMISIONES

Ponencia de estudio para la adopción de medidas en relación con la despoblación rural en España, constituida en el seno de la Comisión de Entidades Locales.  
(543/000007)

#### INFORME DE LA PONENCIA

Al Excmo. Sr. Presidente de la Comisión de Entidades Locales.

Excmo. Sr.:

La Ponencia de estudio para la adopción de medidas en relación con la despoblación rural en España ha aprobado, en su reunión celebrada el día 24 de marzo de 2015, el siguiente Informe:

#### **INFORME DE LA PONENCIA DE ESTUDIO PARA LA ADOPCIÓN DE MEDIDAS EN RELACIÓN CON LA DESPOBLACIÓN RURAL EN ESPAÑA**

##### I. ACUERDO DEL PLENO.

La *Ponencia de estudio para la adopción de medidas en relación con la despoblación rural en España* fue creada en el seno de la Comisión de Entidades Locales, a resultas de la aprobación por el Pleno del Senado, en su sesión extraordinaria número 25, celebrada el día 16 de enero de 2013, de una moción formulada por el Grupo Parlamentario Socialista (la número 55), cuya redacción final fue la que a continuación textualmente se transcribe:

«El Pleno del Senado acuerda:

La creación, en el seno de la Comisión de Entidades Locales, al amparo del artículo 65 del Reglamento, de una Ponencia de Estudio con arreglo a los siguientes criterios:

1. La Ponencia de Estudio tendrá por objeto el análisis de los factores que han venido provocando el fenómeno de la despoblación rural en España, principalmente en la España interior, de sus causas y consecuencias, y de las medidas que deben adoptar para atajar y revertir este fenómeno.
2. La Ponencia prestará especial atención al problema de la despoblación rural en el marco de la crisis económica que atraviesa nuestro país y a las ventajas que puedan derivarse de la apuesta económica por la recuperación del entorno rural en amplias zonas de nuestro país.
3. La Ponencia deberá tener ultimados sus trabajos a los tres meses de su constitución.»

Posteriormente el Pleno del Senado, en su sesión número 65, celebrada el día 17 de diciembre de 2014, acordó la ampliación del plazo para la conclusión de los trabajos de la Ponencia, por un periodo adicional de 2 meses.

### II. CONSTITUCIÓN Y COMPOSICIÓN DE LA PONENCIA.

La Mesa y Portavoces de la Comisión de Entidades Locales, en su reunión de 5 de febrero de 2013, en relación con la constitución de la referida Ponencia de estudio, y tras la correspondiente deliberación, acordó por unanimidad que se denominara: «**Ponencia de estudio para la adopción de medidas en relación con la despoblación rural en España**», en lugar del nombre literal con que inicialmente fue propuesta y aprobada por el Pleno.

La Comisión de Entidades Locales, en su sesión del día 8 de abril de 2014, se reunió con el único objetivo de designar los miembros que debían componer la Ponencia, acordando finalmente que el número de componentes de la misma serían: 2 por cada Grupo Parlamentario mayoritario y 1 por cada uno de los Grupos Parlamentarios restantes.

Propuestos los Ponentes por parte de cada Grupo Parlamentario, de acuerdo con la referida distribución, la Ponencia de estudio para la adopción de medidas en relación con la despoblación rural en España quedó designada con la siguiente composición:

#### Coordinador:

- D. Sebastián García Martínez, Vicepresidente Primero de la Comisión de Entidades Locales (Grupo Parlamentario Popular en el Senado).

#### Vocales:

- D. Gerardo Martínez Martínez (Grupo Parlamentario Popular en el Senado).
- D. Antonio Ernesto Arrufat Gascón (Grupo Parlamentario Socialista).
- D. Miguel Ángel González Vega (Grupo Parlamentario Socialista).
- D.<sup>a</sup> María Teresa Rivero Segalàs (Grupo Parlamentario Catalán en el Senado Convergència i Unió).
- D.<sup>a</sup> María Jesús Sequera García (Grupo Parlamentario Entesa pel Progrés de Catalunya).
- D. José María Cazalis Eiguren (Grupo Parlamentario Vasco en el Senado (EAJ-PNV)).
- D. José Manuel Mariscal Cifuentes (Grupo Parlamentario Mixto).

#### Letrado:

D. José Fernando Merino Merchán.

### III. SESIONES CELEBRADAS POR LA PONENCIA DE ESTUDIO.

Las sesiones celebradas han sido 8 en total, cuyas fechas se describen a continuación:

Las sesiones correspondientes a los días 3 y 17 de junio de 2014 y la de 10 de febrero de 2015 se dedicaron a establecer y preparar los trabajos de la Ponencia, siendo a partir de la sesión del 22 de septiembre de 2014 cuando empezaron a celebrarse las correspondientes comparecencias, dedicando la sesión del 24 de marzo de 2015 al cierre de la Ponencia.

Martes, 3 de junio de 2014.

Martes, 17 de junio de 2014.

Lunes, 22 de septiembre de 2014.

Lunes, 29 de septiembre de 2014.

Lunes, 13 de octubre de 2014.

Lunes, 27 de octubre de 2014.

Lunes, 24 de noviembre de 2014.

Lunes, 1 de diciembre de 2014.

Martes, 10 de febrero de 2015.

Martes, 24 de marzo de 2015.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 35

### IV. COMPARECIENTES POR SESIÓN.

#### Sesión del 22 de septiembre de 2014

16:00 **D. ANTONIO PARDO CAPILLA (GPP)**

Presidente de la Diputación Provincial de Soria.

17:45 **D.ª ANNA CABRÉ (GPEPC)**

Directora del Centro de Estudios Demográficos y Catedrática de Geografía Humana de la UAB.

19:30 **D. FELIPE GONZÁLEZ DE CANALES (GPP)**

Presidente del Instituto de Desarrollo Comunitario (IDC).

#### Sesión del 29 de septiembre de 2014

16:00 **D. BENJAMÍN PRIETO VALENCIA (GPP)**

Presidente de la Diputación Provincial de Cuenca.

17:45 **D. AURELIO GARCÍA BERMÚDEZ (GPS)**

Presidente de Red Española de Desarrollo Rural (REDR).

19:30 **D.ª ANA SÁNCHEZ CARRASCO (GPP)**

Comisión de Mujeres Empresarias del Medio Rural.

#### Sesión del 13 de octubre de 2014

16:00 **D. JORDI SALA I CASARRAMONA (GPCIU)**

Director General de Desarrollo Rural de la Generalitat de Catalunya.

17:45 **D. CARLOS MOR SANZ (GPS)**

Presidente de la Confederación Empresarial Turolense.

17:45 **D. JUAN MIGUEL ORTEGA TEROL (GPS)**

Profesor Titular de Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM).

17:45 **D. SANTIAGO APARICIO JIMÉNEZ (GPS)**

Presidente de la Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas (FOES).

17:45 **D. ABRAHAM SARRIÓN MARTÍNEZ (GPS)**

Presidente de la Confederación de Empresarios de Cuenca (CEOE-CEPYME Cuenca).

19:30 **D. CARLOS LUIS BONÉ AMELA (GPP)**

Presidente de la Federación Aragonesa de Municipios, Comarcas y Provincias (FAMCP).

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 36

### Sesión del 27 de octubre de 2014

**16:00 D. JOSÉ ANDRÉS GARCÍA MORO (GPP)**

Presidente de la Red Estatal de Desarrollo Rural (REDER).

**17:45 D. FRANCISCO BURILLO MOZOTA (GPS)**

Catedrático de Prehistoria en la Universidad de Zaragoza.

**17:45 D. JESÚS ALBA MANSILLA (GPS)**

Alcalde de Checa (Guadalajara) y Diputado Provincial de Guadalajara.

**17:45 D.ª MARÍA TERESA DE LA CONCEPCIÓN TORMO RUIZ (GPS)**

Presidenta de la Asociación de Personal Técnico de Gestión de Desarrollo Local y Promoción Socio-Económica de la Provincia de Valencia (ADLYPSE VALENCIA).

**17:45 D. JOSÉ LUIS CORRAL LAFUENTE (GPS)**

Catedrático de Historia Medieval. Universidad de Zaragoza. Facultad de Filosofía y Letras.

**19:30 D. LUIS ALFONSO CAMARERO RIOJA (GPP)**

Doctor en Ciencias Políticas y Sociología y Catedrático del Departamento de Teoría, Metodología y Cambio Social de la UNED.

### Sesión del 24 de noviembre de 2014

**16:00 D. CLEMENTE JUAN CHECA GONZÁLEZ**

Consejero de Hacienda y Administración Pública de la Junta de Extremadura.

**16:00 D.ª CARMEN CASERO GONZÁLEZ**

Consejera de Empleo y Economía de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

**16:00 D. JOSÉ ANTONIO DE SANTIAGO-JUÁREZ LÓPEZ**

Consejero de la Presidencia de la Junta de Castilla y León.

**16:00 D.ª BEATRIZ MATO OTERO**

Consejera de Trabajo y Bienestar de la Xunta de Galicia.

**16:00 D. ANTONIO SUÁREZ ORIZ**

Consejero de Política Territorial e Interior del Gobierno de Aragón.

**16:00 D. GUILLERMO MARTÍNEZ SUÁREZ**

Consejero de Presidencia del Principado de Asturias.

**18:30 D.ª OLGA SÁNCHEZ SÁNCHEZ (GPV)**

Presidenta de SOS Mundo Rural Aragonés.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 37

19:45 **D. JOSÉ MANUEL DEL BARRIO ALISTE (GPS)**

Decano de la Facultad de Ciencias Sociales.

### **Sesión del 1 de diciembre de 2014**

16:00 **D.ª BEGOÑA NIETO GILARTE (GPP)**

Directora General de Desarrollo Rural y Política Forestal.

17:30 **D. CARLOS GÓMEZ BAHILLO (GPS)**

Director del Departamento de Psicología y Sociología de la Universidad de Zaragoza.

18:30 **D.ª MARÍA DEL MAR MARTÍN MARTÍN (GPS)**

Presidenta de la Fundación Abraza la Tierra.

18:30 **D. JOSÉ MARÍA ANDREU ARIÑO (GPS)**

Vicepresidente de la Fundación Abraza la Tierra.

19:30 **D.ª LUCÍA ENJUTO CÁRDABA (GPP)**

Diputada de Desarrollo Rural de la Excm. Diputación de Guadalajara y Alcaldesa de Mazarete (Guadalajara).

### **Sesión del 24 de marzo de 2015**

Cierre de la Ponencia, con emplazamiento a los Grupos Parlamentarios para la entrega de las recomendaciones finales.

#### **V. DOCUMENTACIÓN APORTADA POR D. ALEJANDRO MACARRÓN LARUMBE.**

## **DESPOBLACIÓN, ENVEJECIMIENTO SOCIAL Y BAJA NATALIDAD**

**Nota elaborada por Alejandro Macarrón Larumbe**

Autor del libro "El suicidio demográfico de España" y

Director de la Fundación Renacimiento Demográfico

[www.renaciementodemografico.org](http://www.renaciementodemografico.org)

Madrid, 20 de marzo de 2015

### Preliminar

Este documento contiene un análisis sucinto sobre el grave problema de la despoblación que azota a numerosas provincias y zonas de España, y algunas recomendaciones de actuación a los poderes públicos, y a la sociedad civil en general, sobre una de las vías de paliar este problema: el fomento de la natalidad.

### 1. Descripción del problema a grandes rasgos

Una gran parte de la población rural y de provincias/regiones con menores opciones laborales, desde hace muchas décadas, tiende a abandonar su tierra natal, marchando principalmente a ciudades españolas —en sus propias provincias u otras, en especial a las que conforman los mayores polos económicos nacionales—, o bien al extranjero. No es un fenómeno reciente, ni exclusivo de España, ni mucho menos. Diversos factores alimentan esta tendencia en muchos países, en detrimento de la salud demográfica del agro y las provincias y regiones con economías menos pujante: la economía moderna favorece la concentración de actividades en polos con masa crítica; la creciente facilidad para viajar, recibir información de, y comunicarse con, zonas alejadas; diversas dinámicas políticas y sociológicas; etc. Y más recientemente, en España, la crisis económica que empezó en 2008.

Lógicamente, en un mundo como el actual, y más en un país tan abierto como España, en casi todas partes se producen de manera simultánea flujos de llegada y salida de personas. Así, a comienzos de 2014, según datos del INE (Padrón Municipal), un 21 % de las personas nacidas en España y residentes en nuestro país no vivían en su provincia natal. El problema sociodemográfico, y tras ello, económico y de otras índoles, surge cuando los flujos de salida de personas superan ampliamente a los de llegada de forma continuada en el tiempo, y se ve agravado cuando la diferencia entre nacimientos y muertes no compensa el saldo migratorio negativo, y mucho más cuando no sólo no lo mitiga, sino que lo amplifica. Y todo esto sucede, desde hace décadas, en gran parte de España.

Las consecuencias de la despoblación son negativas para la economía y las perspectivas futuras de las zonas geográficas afectadas, al perder consumidores, mano de obra, atractivo para la inversión, masa crítica y economías de escala para la provisión de todo tipo de bienes y servicios, privados y públicos. Son provincias y zonas, que, además, quedan con una población más añosa, ya que las personas que de ellas emigran son, mayoritariamente, individuos jóvenes y de mediana edad. Esto refuerza las tendencias generales a la pérdida de población y al envejecimiento social que genera el denominado «invierno demográfico», debido principalmente a una natalidad insuficiente<sup>1</sup>.

Es cierto que el promedio de edad de la población española y de otros países tiende a aumentar también como consecuencia del feliz incremento de la esperanza de vida, no sólo del menor número de niños y jóvenes. Pero ese incremento sólo es responsable, en España, de aproximadamente una cuarta parte de la decena de años que ha aumentado entre 1976 y 2015 la media de edad del pueblo español (de 33 a 43 años), debiéndose las otras tres cuartas partes de dicho incremento a la caída de la natalidad, desde los 2,8 hijos por mujer de 1976 a los 1,2 a 1,4 de los últimos 25 años (1,27 en 2013, según el INE)<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> NB-1. En el caso de España, la tasa de fecundidad es muy insuficiente para el reemplazo de la población. Con 1,27 hijos por mujer en 2013 —por 1,58 de media en la Unión Europea en 2012, último año del que Eurostat ha proporcionado este dato—, una natalidad de las más bajas de Europa y del mundo, cada nueva generación de jóvenes tiende a ser un 40 % menos numerosa que la anterior, en un proceso acumulativo de carácter exponencial. Esto significa de manera aproximada que, si se mantuviese constante natalidad en España, por cada 100 adultos jóvenes de hoy, en unos 32-33 años habría sólo 60 en la misma franja de edad, que serían 36 en 64-65 años, y apenas 22 dentro de un siglo, 5 en dos siglos, y uno sólo en tres siglos. Y la población total que fuera quedando mermaría a ritmo parecido con algunas décadas de retraso, y estaría, en conjunto, más y más envejecida, incluso en el caso improbable de que la esperanza de vida no siguiera aumentando.

<sup>2</sup> NB-2. El autor ha realizado estimaciones aproximadas de cómo sería la población española actual si la natalidad en España se hubiese mantenido constante desde 1976 en 2.8 hijos por mujer de media, cifra que ahora nos parece elevada, pero que es la mitad —o menos— de la tasa de natalidad histórica/típica de España y toda Europa hasta hace cosa de dos siglos, y la esperanza de vida hubiese crecido como lo ha hecho desde 1976. El resultado de esa simulación es que España tendría ahora unas 15 millones de personas adicionales entre niños, adolescentes y adultos de hasta 35-36 años, y que la edad promedio del pueblo español sería unos 7,5 años inferior a la actual.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

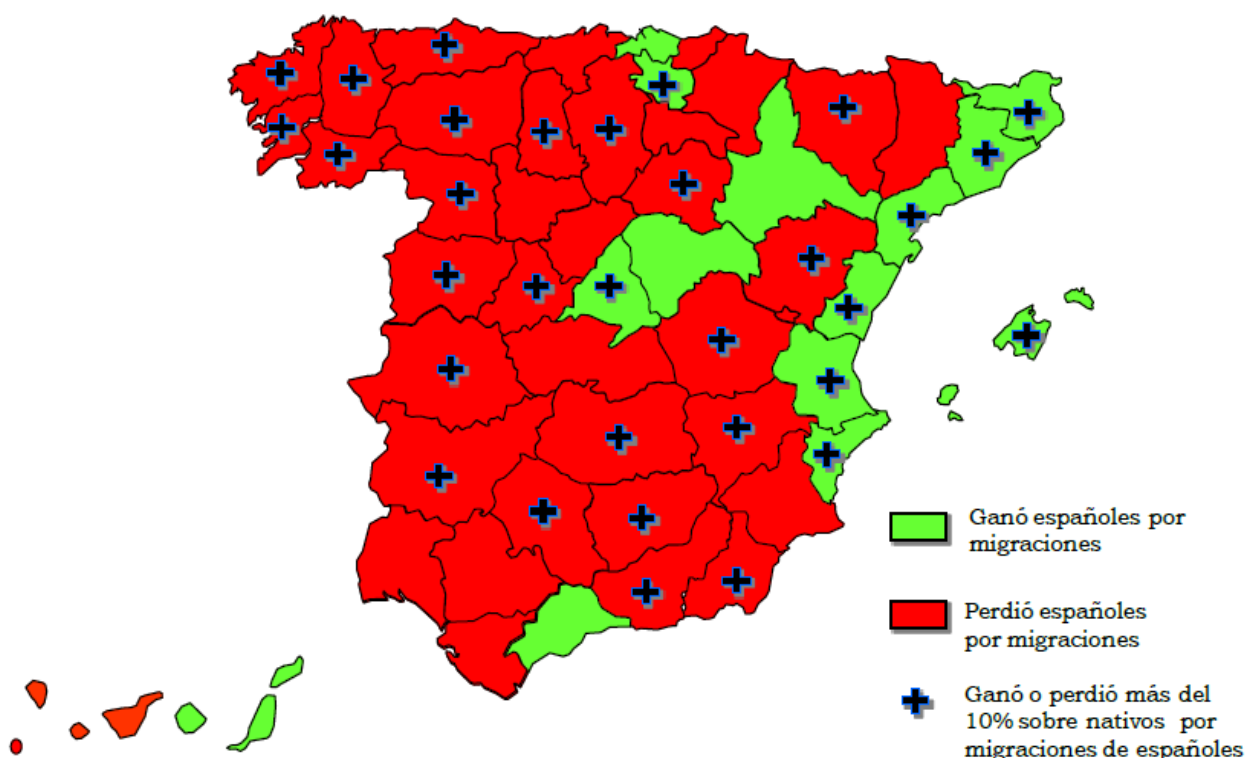
Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 39

Población ganada o perdida por flujos migratorios de españoles, en % de la población nacida en cada provincia y residente en ella a 01-01-2014 (estimación con datos de Padrón Municipal y Padrón españoles residentes en el extranjero -INE-)			
Provincia	% población ganada (+) o perdida (-) por inmigración + emigración de españoles	Provincia	% población ganada (+) o perdida (-) por inmigración + emigración de españoles
Soria	-46%	Huelva	-8%
Cuenca	-44%	La Rioja	-7%
Zamora	-43%	Cantabria	-6%
Orense	-40%	S. Cruz de Tenerife	-6%
Ávila	-39%	Lérida	-5%
Teruel	-39%	Murcia	-5%
Cáceres	-36%	Valladolid	-4%
Palencia	-36%	Toledo	-4%
Segovia	-35%	Sevilla	-4%
Jaén	-35%	Guipúzcoa	-1%
Lugo	-34%	Navarra	-1%
Salamanca	-33%	Málaga	2%
León	-30%	Vizcaya	2%
Ciudad Real	-30%	Las Palmas	2%
Badajoz	-29%	Zaragoza	2%
Albacete	-27%	Guadalajara	3%
Burgos	-26%	Valencia	10%
Córdoba	-26%	Barcelona	13%
Granada	-25%	Madrid	15%
La Coruña	-15%	Castellón	16%
Pontevedra	-14%	Alicante	18%
Huesca	-12%	Gerona	24%
Asturias	-12%	Baleares	25%
Almería	-11%	Álava	25%
Cádiz	-9%	Tarragona	28%

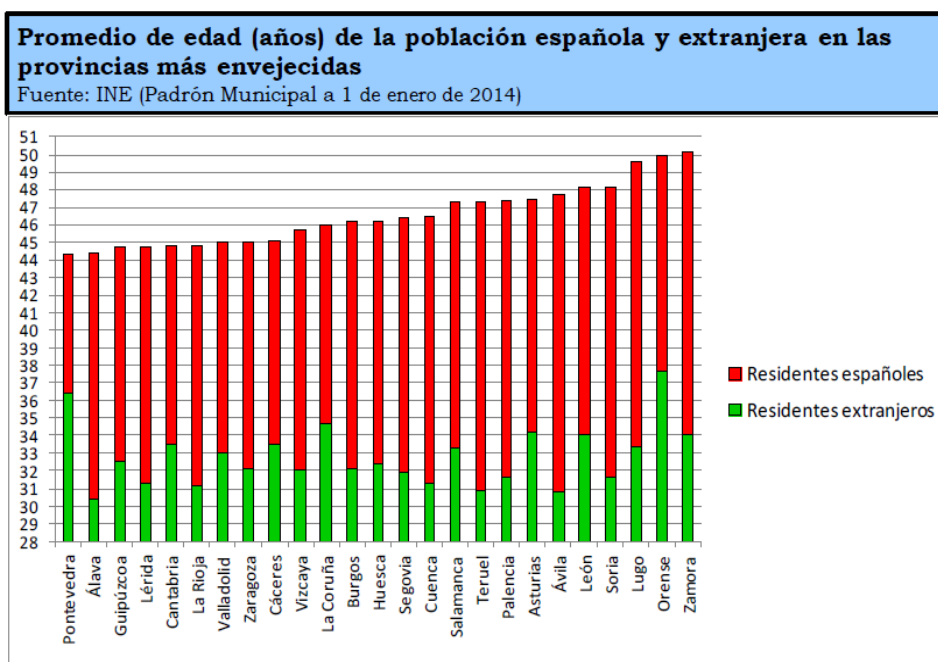
Como consecuencia de estos flujos migratorios, actualmente, en más del 70 % de las provincias españolas (36), reside un número de españoles inferior al total de que los que en ellas nacieron y aún viven. En las otras 14 provincias, que en general figuran entre aquellas con una economía más pujante en las últimas décadas, sucede lo contrario. Estas 14 provincias con ganancia neta de población española son Álava, Alicante, Baleares, Barcelona, Castellón, Gerona, Guadalajara, Madrid, Málaga, Las Palmas, Tarragona, Valencia, Vizcaya y Zaragoza.





El caso extremo por despoblación nacional es la provincia de Soria. Según nuestras estimaciones, a 1 de enero de 2014, por cada 100 sorianos de nacimiento vivos, sólo había 54 españoles residentes en Soria, entre nativos sorianos y compatriotas procedentes de otras provincias. En total, hay 19 provincias en las que, por cada 100 nativos de ellas aún vivos, residentes en cualquier parte de España o del mundo, viven menos de 75 españoles. Y algo parecido ha sucedido en el interior de muchas provincias: las capitales y ciudades han «vaciado» en buena medida las zonas rurales, gran parte de cuya población se ha trasladado a las urbes. Por ejemplo, entre 1991 y 2014, Soria capital ganó 7.156 habitantes (+22 %), al tiempo que el resto de la provincia perdió 9.472 vecinos (-15 %), según el Censo de 1991 y el Padrón municipal a 1 de enero de 2014. Ese «vaciamiento» del campo por la atracción sobre sus habitantes originarios por parte de la ciudad, y en especial de la capital provincial, para empeorar las cosas, se ha centrado sobre todo en la gente joven y de mediana edad. Como consecuencia de ello, la población de Soria capital es, en promedio, 6 años más joven que la del resto de la provincia.

Una gran parte de la merma de población española por emigración en esas provincias ha podido ser compensada en los últimos 20 años con la llegada de inmigrantes procedentes del extranjero, algo muy valioso siempre que su integración en nuestra economía y sociedad sea satisfactoria<sup>3</sup>. Como consecuencia de ello, 13 de las 36 provincias en las que residen menos españoles que el total de los nacidos en ellas y que aún viven, han podido enjugar con inmigrantes extranjeros, en sus cifras totales de población, su balance migratorio negativo de españoles. Éste es el caso de provincias como Almería, Cantabria, Guipúzcoa, Huelva, Huesca, Lérida, Murcia, Navarra, La Rioja, Santa Cruz de Tenerife, Sevilla, Salamanca y Toledo. En conjunto, no obstante, estas 36 provincias con pérdida de población española resultan mucho menos atractivas, por falta de oportunidades, para los inmigrantes extranjeros, que las otras 14. Según el Padrón Municipal (INE), a 1 de enero de 2014, el 9 % de la población residente en el grupo de las 36 había nacido en el extranjero. Y en las 14 con ganancias de población por migraciones neta de españoles, el porcentaje de población de origen extranjero sobre el total era del 17 %, casi el doble que en las primeras.



<sup>3</sup> NB-3. Con algunas excepciones, hasta ahora no ha habido tensiones sociales significativas ligadas a la inmigración en España. Esto no garantiza su ausencia en el futuro, en vista de la experiencia de otras naciones europeas, ya que estas tensiones a menudo suceden más con las segundas y terceras generaciones de inmigrantes que con las primeras, y en España aún no hemos pasado de éstas en cuantía significativa, al llevar menos de 20 años en nuestro país la inmensa mayoría de los extranjeros residentes aquí. Y en lo económico, así como la inmigración extranjera contribuyó a amplificar el boom previo a 2008, al aportar, entre otros, mano de obra, consumidores y compradores/usuarios de viviendas, esa misma inmigración ha contribuido a amplificar la gran recesión subsiguiente, al registrar los extranjeros tasas de desempleo sensiblemente mayores que los españoles de origen, consumiendo por ello los inmigrantes una parte muy significativa de las ayudas públicas contra la exclusión social y la pobreza, además de utilizar otros servicios públicos como la sanidad o la educación a cuya financiación, lógicamente, los desempleados típicos poco pueden ayudar. También han contribuido de forma muy relevante los residentes de raíces foráneas a la pérdida de población sufrida por España desde 2012, al marcharse de España cientos de miles de inmigrantes extranjeros, por la falta de trabajo. Así pues, uno de los principales retos socio-demográficos de España, en los próximos años y lustros, será asegurar y consolidar la plena integración económica y social de los inmigrantes extranjeros y sus hijos. De no lograrse este objetivo, estaremos mucho peor por demografía y cohesión social que de conseguirse.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

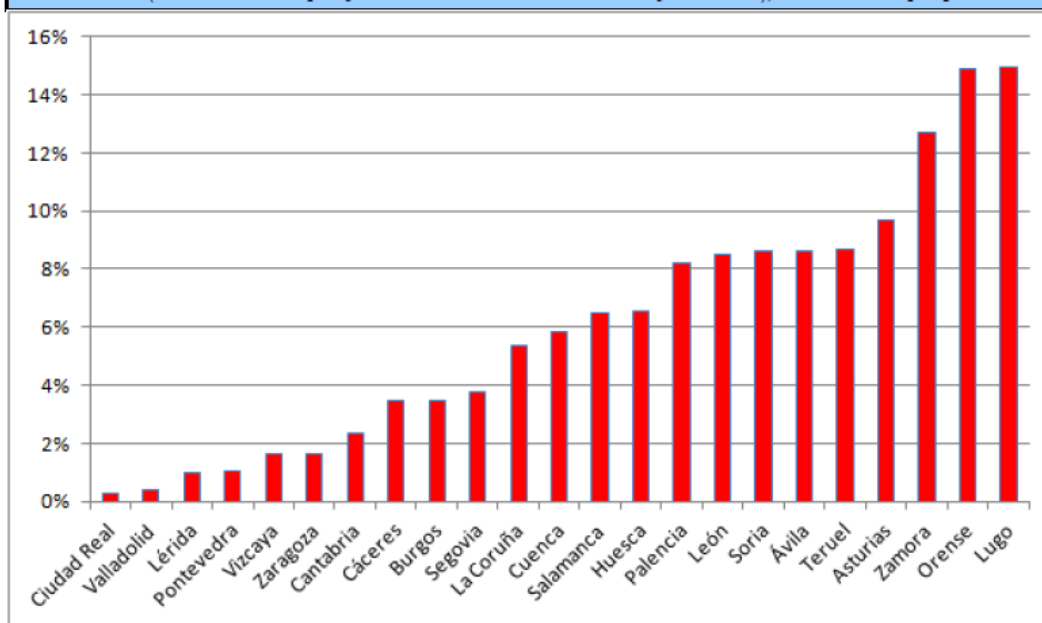
17 de abril de 2015

Pág. 41

Por otra parte, al ser los emigrantes/inmigrantes, ya se trate de españoles o extranjeros, en media, sensiblemente más jóvenes que el conjunto de la población —con excepciones notables en provincias como Alicante, Málaga o las dos de Canarias, que albergan numerosas colonias de jubilados extranjeros—, las provincias que han perdido población española por migraciones están sensiblemente más envejecidas que el resto. Así, a 1 de enero de 2014, según nuestras estimaciones, en el conjunto de las 36 provincias en las que residen menos españoles de los que en ellas nacieron y aún viven, la población de nacionalidad española tenía un promedio de edad de 46,1 años, mientras que en las otras 14 esta media era de 41,6 años.

Para empeorar las cosas, las provincias con más emigración que inmigración de españoles tienen en general una tasa de fecundidad aún más baja que las que ganan población nacional, y en una gran parte de ellas muere más gente de la que nace. En concreto, la media entre 1994 y 2013 del indicador coyuntural de fecundidad en las 36 provincias con pérdida neta de población española por emigración fue de 1,10 hijos por mujer, frente a 1,33 de las otras 14 (un 20 % más), según nuestras estimaciones<sup>4</sup>. Muy ligado con esto, y con el mayor grado de envejecimiento de su población, en 21 de las provincias que han perdido población española por emigración, pese a la aportación positiva de los inmigrantes extranjeros en el balance entre nacimientos<sup>5</sup> y muertes (pocas, en razón de esa misma mayor juventud), también se ha perdido población en los últimos 20 años por haber superado en ellas los fallecimientos a los nacimientos. En cambio, esto sólo ha sucedido en 2 provincias (Vizcaya y Zaragoza) de las que albergan más población española que la que en ella ha nacido y sigue viva. En total, en esas 23 provincias, ha habido 556.000 defunciones más que nacimientos entre 1994 y 2013. Sin la aportación de los inmigrantes extranjeros, las cifras de provincias con más muertes que nacimientos, y de pérdidas de población por más fallecimientos que nacimientos, habrían sido sensiblemente superiores.

**Exceso de muertes sobre nacimientos entre 1994 y 2013, en porcentaje de la población a 01-02-2014 de cada provincia en que esto se ha producido**  
Fuente: INE (Padrón Municipal y estadísticas de nacimientos y muertes), elaboración propia



<sup>4</sup> NB-4. Las medias 1994-2013 de hijos por mujer para ambos grupos de provincias se han calculado con ponderación de la tasa de fecundidad por provincias, según el número promedio de mujeres residentes en ellas con edades de 15 a 44 años —las cuales aportan más del 99,5 % de todos los nacimientos— en el período 1994-2013.

<sup>5</sup> NB-5. Los extranjeros residentes en España, en general, realizan una aportación netamente positiva entre nacimientos y muertes, ya que son más fecundos en media que los españoles, una mayor proporción de ellos está en edad fértil, y pocos de ellos, salvo que se trate de jubilados, sobrepasan los 60 años de edad, con lo que su tasa de mortalidad es muy reducida. A 1 de enero de 2014, en promedio, los extranjeros que viven en España eran 8 años más jóvenes que los españoles. Y mientras el 19,5 % de los españoles tenían entonces 65 años o más, éste sólo era el caso del 6 % de los extranjeros.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 42

En la gráfica siguiente se observa que en algunas provincias, también muy castigadas por la emigración, la merma de población entre 1994 y 2013 por haber habido más fallecidos que bebés ha sido considerable. Las tres provincias en que este efecto es más apreciable, Lugo, Orense y Zamora, presentan las tasas más elevadas de envejecimiento de España —con una edad promedio de la población en torno a los 50 años, una cifra elevadísima. Recordemos que la edad promedio del pueblo español en 1976 era de 33 años—, y en ellas hay más de dos fallecimientos por cada nacimiento.

En resumen, la gran mayoría de las provincias españolas sufren un problema grave o gravísimo de despoblación por emigración, que es especialmente intenso en sus zonas rurales. Ese problema está amplificado por el llamado invierno demográfico (y lo amplifica a su vez), derivado a la falta de nacimientos, ya que, en conjunto y en general, las zonas en vías de despoblación quedan con una población mucho más envejecida que la del resto de España, registran una tasa de fecundidad apreciablemente inferior a la ya muy baja de las otras provincias, y en la mayoría de ellas no sólo se ha perdido población por emigración, sino también porque los fallecimientos han superado y superan a los nacimientos. Y la inmigración extranjera, aunque apreciable, es sensiblemente inferior en relación a la población de estas provincias en proceso de despoblación que a las del resto.

NB. Cuadro resumen elaborado con datos del INE (Padrón Municipal y PERE a 01-2014, series de natalidad y mortalidad)	Provincias que han perdido población por emigración neta de españoles (36 en total)	Provincias que han ganado población por inmigración neta de españoles (14 en total)
<b>Nombre de las provincias, ordenadas de mayor a menor pérdida o ganancia neta de población española (en % de nacidos en ellas) por flujos migratorios de españoles</b>	Soria, Cuenca, Zamora, Orense, Ávila, Teruel, Cáceres, Palencia; Segovia, Jaén, Lugo, Salamanca, León, Ciudad Real, Badajoz, Albacete, Burgos, Córdoba, Granada, La Coruña, Pontevedra, Huesca, Asturias, Almería, Huelva, La Rioja; Cantabria, S.C. Tenerife, Lérida, Murcia, Valladolid, Toledo, Sevilla, Guipúzcoa, Navarra	Tarragona, Álava, Baleares, Gerona, Alicante, Castellón, Madrid, Barcelona, Valencia, Guadalajara, Zaragoza, Las Palmas, Vizcaya, Málaga
<b>Ganancia (+) o pérdida (-) media de españoles por emigración / inmigración en % de nacidos en ellas</b>	-22%	+13%
<b>% población extranjera de origen</b>	9%	17%
<b>Media edad residentes españoles (años) a 01-2014</b>	46,1	41,6
<b>Media 1994-2013 de hijos por mujer (ponderado por población de las provincias)</b>	1,10	1,33
<b>Núm. provincias con más muertes que nacimientos entre 1994 y 2013</b>	23 de 36 (entre esas 23, en total, hubo 504.000 muertes más que nacimientos en el período)	2 de 14 (entre esas 2, en total, hubo 32.000 muertes más que nacimientos en el período)

### 2. Una mayor natalidad para combatir la despoblación (rural o no)

La causa principal del problema de despoblación de la mayoría de las provincias y zonas rurales analizado en este documento radica, sin duda, en las menores oportunidades económicas en ellas frente a otros sitios de España o el extranjero. Pero una parte no mínima del problema deriva de la bajísima natalidad y mayor grado de envejecimiento de las tierras que sufren este fenómeno. Dar (buenos) consejos sobre cómo mejorar las perspectivas económicas estructurales de las provincias en proceso de despoblación, para con ello detener la sangría demográfica descrita, que no hayan sido ya propuestos por muchos otros y/o que sean eficaces, excede con mucho de la capacidad del autor de este documento y el propósito del mismo. Pero sí deseamos subrayar que una parte importante de la solución al problema de despoblación debería venir por la vía del incremento de la natalidad. Y ello, por varias razones:

1. Como se ha visto en las páginas anteriores, de haber sido más elevada la tasa de fecundidad en la España en vías de despoblación, su merma de población habría sido apreciablemente menor.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 43

Y no parece casual que en las mismas provincias en que se pierde tanta población por emigración de españoles, las tasas de fecundidad sean claramente inferiores a las del resto.

2. Las provincias y zonas geográficas con despoblación de españoles, de forma mayoritaria, registran ya, de forma estructural, una pérdida vegetativa de población autóctona, migraciones aparte, por haber en ellas más fallecimientos que nacimientos, algo que está a punto de pasar en toda España (sucederá probablemente a partir de 2016, según el INE, si es que no ocurre desde 2015), y que ya ocurre desde hace años para el conjunto del pueblo español, aunque hasta ahora haya podido ser compensado con la aportación en nacimientos de los inmigrantes extranjeros. Esta pérdida vegetativa de población tiende a incrementarse cada año en el futuro en toda España si no aumenta la tasa de natalidad, ya que, tras un tercio de siglo con una natalidad inferior a la de reemplazo (2,1 hijos por mujer), cada año hay ya menos mujeres en edad fértil que el anterior. Y el número de fallecimientos al año tiende a crecer al aumentar el número de españoles con edad avanzada, algo aún más acusado en 96 en las provincias despobladas, que están más envejecidas.

3. Desde hace algunos años y cada vez más —crisis económicas puntuales aparte—, es más probable que haya pérdidas de población autóctona por el desfase entre nacimientos y muertes que por emigración, porque que cada año, ya de manera mecánica, en toda España, y más aún en los lugares más envejecidos y con peor natalidad, la población en edad activa disminuye, al ser mayor la suma de los que se jubilan y los que perecen en edades activas (57.000 en 2013) que el total de jóvenes que ingresan en ellas<sup>6</sup>. Como al mismo tiempo el déficit de nacimientos de españoles respecto a los fallecimientos tiende a crecer cada año, y se perderá cada año mano de obra por evolución demográfica vegetativa, cabe prever que, con carácter general la despoblación futura sea causada (mucho más) por menos nacimientos y más fallecimientos, que por emigración.

Fuente: Elaboración propia con datos del INE de 2013 de nacimientos, defunciones y población (españoles y extranjeros)	Nacimientos menos muertes por 1.000 habitantes total	Nacimientos menos muertes por 1.000 hab. españoles	Fuente: Elaboración propia con datos del INE de 2013 de nacimientos, muertes y población, españoles y extranjeros	Nacimientos menos muertes por 1.000 habitantes total	Nacimientos menos muertes por 1.000 hab. españoles
Zamora	-8,7	-9,6	La Rioja	0,1	-2,4
Lugo	-8,3	-9,2	Lérida	0,1	-3,2
Orense	-8,3	-9,1	Albacete	0,2	-1,0
León	-5,8	-6,7	Santa Cruz de Tenerife	0,5	0,0
Asturias	-5,7	-6,5	Alicante	0,7	-0,1
Ávila	-5,4	-6,9	Valencia	0,7	-0,7
Palencia	-5,2	-6,1	Castellón	0,9	-1,5
Salamanca	-4,4	-5,1	Granada	0,9	0,0
Soria	-4,3	-6,3	Navarra	1,2	-0,5
Cuenca	-4,1	-6,6	Tarragona	1,4	-1,2
Teruel	-4,0	-6,8	Barcelona	1,4	-0,9
Cáceres	-3,7	-4,4	Álava	1,6	-0,3
La Coruña	-3,3	-3,8	Palmas, Las	1,6	0,6
Segovia	-3,1	-5,2	Huelva	1,7	0,5
Huesca	-2,3	-4,7	Toledo	1,8	0,2
Burgos	-2,1	-3,7	Cádiz	1,9	1,5
Pontevedra	-1,5	-2,0	Gerona	2,3	-1,1
Cantabria	-1,3	-2,2	Málaga	2,4	1,5
Jaén	-1,0	-1,6	Baleares	2,6	0,5
Badajoz	-1,0	-1,4	Sevilla	2,8	2,3
Vizcaya	-0,9	-2,1	Guadalajara	3,0	0,9
Ciudad Real	-0,8	-2,1	Madrid	3,6	1,6
Zaragoza	-0,6	-2,7	Murcia	4,1	2,2
Valladolid	-0,5	-1,4	Almería	4,4	1,7
Guipúzcoa	-0,2	-1,4	Ceuta	6,6	4,6
Córdoba	0,0	-0,5	Melilla	12,5	6,3
<b>Total España</b>	<b>0,8</b>	<b>-0,8</b>	<b>Total España</b>	<b>0,8</b>	<b>-0,8</b>

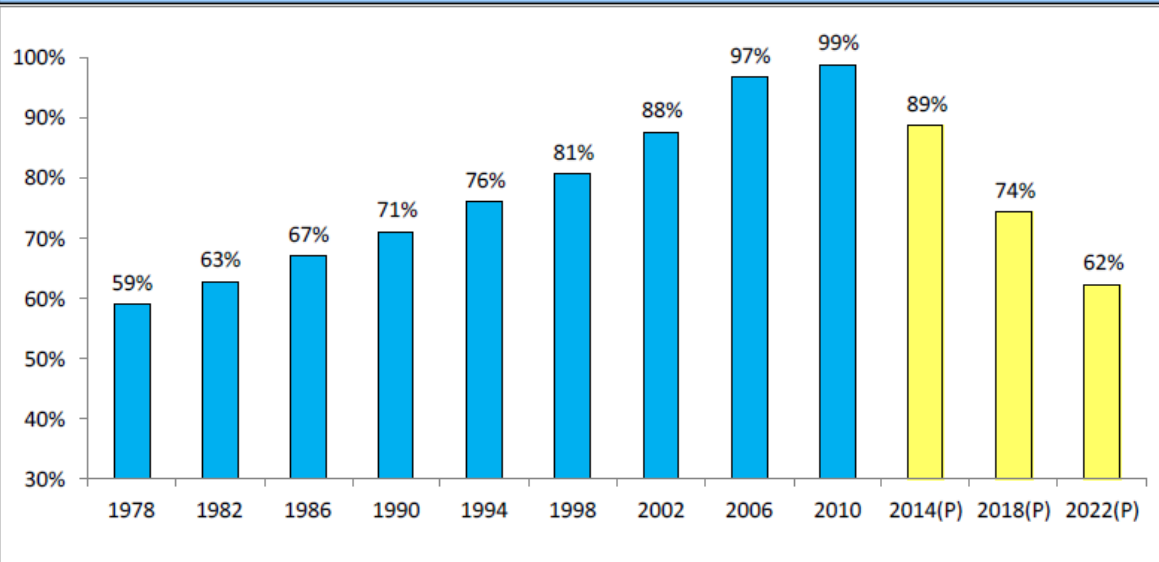
NB. Las cifras de nacimientos de "españoles" se han calculado restando los nacimientos de madre extranjera de los totales. Ni en nacimientos, ni en fallecimientos, cuentan aquí como "extranjeros" aquellos que, siéndolo de origen, han adquirido doble nacionalidad (más de una cuarta parte de los foráneos de origen empadronados en España a enero de 2014). De hacerse este mismo cálculo sólo para personas nacidas en España, los números rojos serían aún más generalizados y abultados.

<sup>6</sup> En los próximos años, flujos migratorios aparte, y pese al retraso progresivo de la edad de jubilación actualmente en marcha, España perderá por estas razones unas 100.000 personas en edad laboral cada año. Esto, a corto plazo, ayudará a reducir nuestras elevadas tasas de desempleo, pero a la larga, previsiblemente, acabará generando el problema contrario: una escasez crónica de mano de obra, por la evolución demográfica vegetativa, algo que ya es el caso de países como Alemania. Y con ello, una menor propensión a emigrar de la población autóctona.

4. A las zonas con mayor despoblación, especialmente, les sería de gran beneficio el efecto rejuvenecedor que produciría un mayor número de nacimientos, ya que figuran entre las más envejecidas de España. Y algunas de ellas, lamentablemente, también son de las más avejentadas de Europa y del mundo, como es el caso de las provincias de Orense, Lugo, Zamora, León, Asturias, Soria o Palencia. En palabras del economista Juan Velarde Fuertes, premio Príncipe de Asturias de Ciencias Sociales y Presidente de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas, «¿qué futuro tiene un país de viejos?».

### Población residente en España de 25 a 40 años en relación a la de 2008

Fuente: INE, elaboración propia.



• Este segmento de la población, vital para el consumo y la productividad, siempre impulsó la economía, por su número creciente. Ahora, por primera vez, la frenará. Por evolución demográfica vegetativa, y en ausencia de flujos migratorios netos -positivos o negativos-, su tamaño se reducirá en un 40% en sólo 15 años, entre 2008 y 2023.

5. A la inmigración extranjera, valioso paliativo al problema demográfico descrito, aparte de los retos que plantea su plena integración socioeconómica, es arriesgado confiarle enteramente la solución al problema de la despoblación rural (o no), por varias razones:

a. A las zonas de España en vías de despoblación, más envejecidas y por ende con una economía en general menos dinámica, les resulta menos fácil que al resto del país atraer inmigrantes extranjeros, como se aprecia en los números comentados anteriormente (9 % de población extranjera en promedio en las provincias más despobladas de españoles, por 17 % las otras, a comienzos de 2014).

b. La inmigración extranjera, salvo cuando lleva muchos años de arraigo en un país, es, lógicamente, una población menos estable, más propensa a irse cuando las cosas no van bien, por sus raíces personales externas, como en el caso de que sufran con mayor intensidad que la población autóctona las dificultades económicas. Esto ha sucedido en España con la crisis económica que comenzó en 2008, que ha propiciado la emigración neta de centenares de miles de personas jóvenes y de mediana edad, las cuales, en su gran mayoría eran de raíces extranjeras. Los inmigrantes extranjeros, en estos últimos años en España, han sufrido y sufren tasas de desempleo sensiblemente más elevadas que los españoles autóctonos.

c. La propensión a emigrar a países como el nuestro, desde las zonas geográficas de las que muy mayoritariamente vinieron Los inmigrantes en el boom migratorio previo a la crisis económica (Iberoamérica, Europa del Este y el Norte de África), estructuralmente, tiende a disminuir, al desarrollarse sus economías, y al haber caído también en esas zonas del mundo de forma drástica la natalidad, con lo que, en pocos años, desaparecerá su tradicional presión demográfica interna debida al crecimiento rápido de la población (el cual ya es negativo desde hace años en Europa del Este).

Por todo lo anterior, sería especialmente conveniente que mejorase la natalidad en la España con mayor riesgo de despoblación, como parte de cualquier estrategia ante su declive demográfico, tanto por su problema específico en este sentido, como porque un mayor número de nacimientos —o al menos, que no sigan reduciéndose— es algo necesario para toda España. Ahora bien, ¿cómo lograrlo?

### 3. Qué hacer para que en España repunte la natalidad

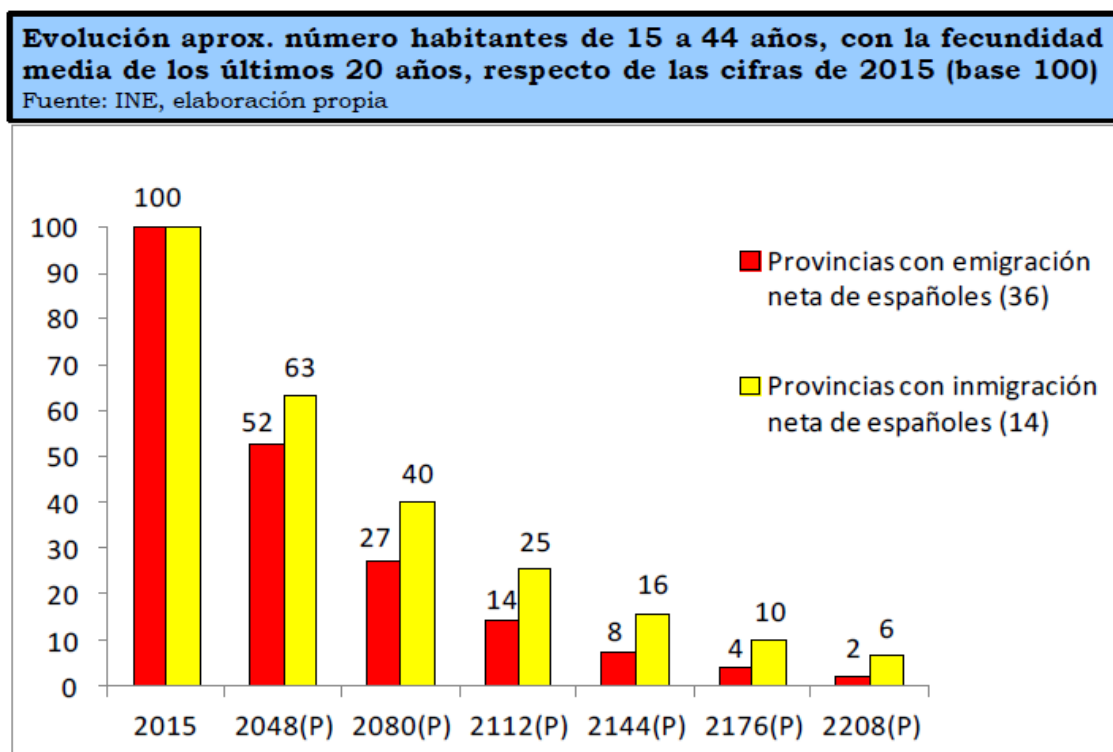
¿Cómo lograr que la gente tenga más hijos, dejando atrás el llamado «invierno demográfico»? En realidad, nadie lo sabe con certeza. En ningún país con baja natalidad se ha conseguido que los nacimientos repunten de forma sostenida lo suficiente para llegar a la tasa de reemplazo de la población (2,1 hijos por mujer), aunque algunos, como Francia o Suecia, cuyas autoridades llevan muchos años fomentando la natalidad, se han acercado bastante a ello. Pero algunas cosas sí parecen claras, y vamos a exponerlas a continuación.

#### 3.1. Sensibilizar a la población y los líderes sociales

Difícilmente aumentará la natalidad **sin lograrse primero una concienciación generalizada**, en todos los ámbitos sociales, no sólo del **gravísimo problema social/colectivo** que genera la falta de niños en España y otros países, sino también del daño personal de no tenerlos, siendo como son un elemento que completa una vida humana, y que una madurez y vejez sin hijos y nietos que te den cariño y cuidados —como la que le espera, con las actuales tasas de natalidad a gran parte de los españoles<sup>7</sup>—, parece mucho peor que otra repleta de descendientes que te quieran. Y, muy importante, sin recuperarse de forma generalizada las ganas de criar pequeñuelos, latentes en casi todos, por ser innatas, pero adormecidas en mucha gente hoy día. Sin una sensibilización y cambio de valores en tal sentido, no se tomarán medidas eficaces pro-natalidad, que necesariamente deberán favorecer a los que tengan niños, ni se creará un clima social generalizado de apoyo a la maternidad, ni nacerán más niños.

#### 3.2. Dar al problema la (alta y estratégica) prioridad que merece

El problema demográfico por falta de nacimientos es tan profundo que ameritaría la elaboración y puesta en marcha de **planes estratégicos demográficos**, centrados en el fomento de la natalidad y la adaptación a una sociedad más envejecida, en todos los ámbitos político-geográficos (nacional, por CCAA, provinciales, municipales, etc.), cuya ejecución sea una de las primera prioridades de las diversas AAPP, así como de la sociedad civil, pues el problema es demasiado amplio, complejo y grave como para dejarlo sólo en manos de los gestores de la cosa pública. El gráfico siguiente, que muestra cómo se reduciría el número de habitantes jóvenes y de mediana edad (y con unas décadas de retraso, el conjunto de la población), de mantenerse la tasa de fecundidad como en la actualidad y en ausencia de nueva inmigración neta, ofrece cifras estremecedoras.



<sup>7</sup> Según estimaciones del autor de esta nota, con las actuales pautas de natalidad, alrededor de la mitad de los jóvenes españoles de nuestro tiempo, de mayores, no tendrían ni siquiera un nieto. Y los parientes laterales (hermanos, tíos, sobrinos, primos) tenderían a desaparecer en sociedades de hijos únicos, algo de lo que en media, con menos de 1,3 hijos por mujer, estamos cerca. ¡Qué pena!

### 3.3. Estudiar en profundidad el problema y las posibles soluciones, con rigor y sin prejuicios partidistas/ideológicos/religiosos

Decía Abraham Lincoln que si le dieran ocho horas para talar un árbol, emplearía seis en afilar el hacha, y las dos restantes en talarlo. Pues bien, **la baja natalidad es parte nuclear, no accesoria, del actual modelo de sociedad**. No es algo que se arregle con parches o medidas aisladas, y mucho menos si se basan en estereotipos con poco fundamento, y no en datos objetivos y conclusiones científicas. Sus causas no son superficiales. Están profundamente arraigadas en el actual modelo social-económico-político. Y cambiar las cosas para que en España nazcan de nuevo, al menos, 2,1 hijos por mujer, no se podrá lograr sin «afilar primero bien el hacha» para poder actuar con eficacia. Por ello, es preciso estudiar y abordar el problema demográfico con el rigor, la profundidad, la seriedad, la prioridad y los recursos que amerita, y no desde el prejuicio, lo facilón, lo políticamente correcto o el extremismo. **Tenemos demasiado en juego en el empeño** como para no proceder así: ¡nuestro **bienestar a la corta, y la supervivencia a la larga!**

### 3.4. Compensar a los padres por una parte significativa del coste de criar hijos

La crianza de los hijos, muy beneficiosa y necesaria para nuestro envejecido país, supone para los padres, además de esfuerzos y pérdidas de libertad, un gran coste económico, que estimamos entre 50.000 y 300.000 euros por cada hijo desde que nace hasta su emancipación, según familias, clases sociales y la edad de salida del hogar paterno. Es de justicia y de lógica, y algo o mucho incentivaría la natalidad, el que los padres recuperasen gran parte de ese gasto, en función de su número de hijos, por la vía de desgravaciones fiscales —actualmente hay algunas, pero son muy insuficientes—, incrementos en pensiones, reducciones en las cotizaciones a la Seguridad Social, etc.

### 3.5. Apoyar a las madres trabajadoras, pero también al resto de las madres

Las **madres que trabajan fuera del hogar, y las que deciden apartarse** por unos años del mundo laboral para criar a sus hijos pequeños, merecen **una especial compensación/atención** por parte del Estado, para que no paguen un alto coste por su maternidad en empleabilidad y carrera profesional, o ya de mayores, en menores pensiones de jubilación, respectivamente. Por esta razón, convendría dar fuertes descuentos en las cotizaciones a la Seguridad Social a las madres trabajadoras, ligados a su número de hijos. Y en el caso de las mujeres que «vuelvan a casa» para cuidar a sus hijos pequeños (hasta los 3 ó 4 años, por ejemplo), el Estado debería cubrir sus cotizaciones sociales a efectos de pensiones..

Las **mujeres que no trabajan fuera del hogar**, minoritarias pero aún relativamente numerosas, son **más fecundas** que el resto, y aportan en total casi una cuarta parte de los (pocos) niños nacidos en España. Por ello, las **compensaciones e incentivos a la maternidad no deben ceñirse sólo a mujeres que trabajen** fuera del hogar, tanto por no discriminar a las que no lo hagan, como por la muy valiosa aportación de estas últimas a las cifras globales de nacimientos.

### 3.6. Políticas pro-natalidad con foco mayoritario en las madres, pero no exclusivo

**Los varones cuentan mucho** en la decisión de tener niños o no, y aportan gran parte del esfuerzo y dinero para su crianza. Por tanto, no se les puede ni debe dejar de lado en los incentivos/compensaciones a la natalidad, ni cabe menospreciar su papel como padres, aunque lógicamente esos incentivos deban ser **mayores para las mamás** que para los papás.

### 3.7. Tener más jóvenes el primer hijo

Finalmente, y muy importante, **tener los hijos antes en la vida** ayudaría a que se tuvieran más. En 1977, las españolas tenían su primer hijo a los 25 años en media, porque para ellas (y ellos) tener descendencia era algo prioritario en la vida. Ahora, lo tienen a los 31 años. Por esta causa —la edad—, cuando por fin se ponen a ello, muchos españoles no pueden tener hijos, o en todo caso menos de los que habrían deseado. Así pues, convendría informar/concienciar a los jóvenes de que no pospongan demasiado en la vida el tener hijos, pues si lo hacen, muchos de ellos lo acabarán lamentando cuando por fin quieran tenerlos, ya que no podrán lograrlo, por ser demasiado mayores, como les pasa desde hace varios lustros a muchos compatriotas. Con este mismo fin, además de la concienciación, probablemente convendría

acortar algo el larguísimo ciclo educativo hasta comenzar la vida laboral. Por cierto, hasta hace no muchos años, se ingresaba en la universidad con 17 años. Ahora, con 18. ¿Llegan mejor preparados los jóvenes a la universidad? ¿Vale la perla este año extra preuniversitario?

NB. Este documento ha sido elaborado por Alejandro Macarrón Larumbe, Director de la Fundación Renacimiento demográfico ([www.renacimiento-demografico.org](http://www.renacimiento-demografico.org)), una entidad sin ánimo de lucro ni adscripción partidista, religiosa, ideológica o empresarial, cuyo fin es estudiar los problemas derivados de la baja natalidad y el envejecimiento de la sociedad, y sus posibles soluciones, y sensibilizar sobre este asunto a la población en general, autoridades políticas, profesionales de la comunicación y otras personas socialmente influyentes. Tanto el autor como la Fundación están a disposición de quien desee profundizar en el asunto de que trata este documento, o de otros relacionados con los problemas demográficos y de natalidad.

### VI. DOCUMENTACIÓN APORTADA POR EL SENADOR ARRUFAT.

#### La Despoblación en España:

#### Evolución, Situación Actual y Propuestas de Futuro

Ponente: Senador Antonio Arrufat Gascón

#### «ADAPTACIÓN DE LA PROPUESTA DE ÍNDICE CORRECTOR APLICABLE SOBRE LA PARTICIPACIÓN EN LOS TRIBUTOS DEL ESTADO PARA LA LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN»

Federación Española de Municipios y Provincias  
Octubre de 2010

Antonio Arrufat Gascón

#### ÍNDICE

#### **ADAPTACIÓN DE LA PROPUESTA DE ÍNDICE CORRECTOR APLICABLE SOBRE LA PARTICIPACIÓN EN LOS TRIBUTOS DEL ESTADO PARA LA LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN**

##### A. ANTECEDENTES

1. Consideraciones generales
2. Evolución de la población por provincias
3. Provincias, que sin perder población, tienen comarcas o áreas afectadas
4. Zonas despobladas en España. Continuidad territorial

##### B. PROPUESTA DE MEDIDAS

1. Medidas de gestión municipal destinadas a la creación de empleo y calidad de vida en localidades menores de 1.000 habitantes que hayan perdido población desde el año 1950
2. Medidas destinadas a la promoción de empleo desde la iniciativa privada y pública

2.1 Apoyo a las inversiones municipales destinadas a la creación de empleo femenino y que permitan compatibilizar la vida laboral y familiar

2.2 Inversiones en infraestructuras, accesibilidad y nuevas tecnologías

2.3 Promoción de bienes y productos

2.4 Proyectos de I+D+I

2.5 Recuperación y conservación del patrimonio natural y arquitectónico

2.6 Alternativas medioambientales y energéticas que favorezcan la diversificación económica del medio rural



2.7 Apoyo a la creación de empleo a través de la iniciativa privada según criterios de lugar de ubicación, empleo femenino generado y tipo de actividad

2.8 Apoyo a la exportación e internacionalización de empresas y productos

2.9 Apoyo específico a proyectos solidarios

3. Medidas estatales que favorezcan el asentamiento de la población en municipios que hayan perdido habitantes desde 1950

3.1 Bonificaciones fiscales y de la Seguridad Social

3.2 Inversiones estatales

4. Medidas autonómicas

4.1 Compatibilidad de acciones y servicios

C. GESTIÓN DEL ÍNDICE CORRECTOR

D. APLICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL ÍNDICE CORRECTOR

E. JUSTIFICACIÓN DE ACCIONES. DIFUSIÓN

F. CONSIDERACIONES

### A. ANTECEDENTES

#### 1. Consideraciones generales

Las provincias españolas que siguen perdiendo población desde los años 50, la llegada de nuevas familias, de nuevas personas activas sigue siendo un imperativo. Esto requiere un planteamiento que tenga en cuenta todos los **aspectos de la integración**: la vivienda, la actividad económica, la presencia de servicios, la integración social y cultural.

- El medio rural ofrece la posibilidad de **reabsorber los problemas urbanos de masificación y desempleo**, a la vez que supone el **acceso a mejores condiciones de vida**. Por ello, **el papel de los Ayuntamientos y, en su caso, de las Diputaciones Provinciales, como ayuntamientos de ayuntamientos, está demostrando que puede ser determinante, en la medida en la que desde la Administración Autonómica y Estatal, generen herramientas y medios para hacerlas efectivas.**

- Las **causas** del fenómeno de la despoblación son en primer lugar de **carácter económico**, pero no olvidemos que las **diferencias existentes entre el entorno rural y el urbano** en cuanto a la forma de vida y a la oferta de servicios son considerables.

- Por ello, el papel del **espacio rural** como depositario de bienes y valores de interés para el conjunto de la sociedad, **demanda** hoy, más que nunca, **actuaciones prioritarias en materia de infraestructuras y equipamientos locales** que den repuesta al reto de la revalorización económica y social del medio rural.

- Los **servicios a la población** en el territorio constituyen un **factor fundamental en cualquier estrategia de desarrollo rural**: la **viabilidad económica y accesibilidad social**, además de la existencia de una **Red Viaria acorde a estas necesidades** son elementos básicos para cualquier planteamiento de desarrollo.

- Estos servicios deben ampliarse a áreas que favorecen la diversificación económica y social de un municipio como **medio ambiente y asistencia social (ayuda a domicilio, aulas infantiles, teletrabajo)**.

- Los municipios afectados por el proceso de recesión demográfica necesitan **nuevas fórmulas de gestión del territorio y el paisaje**. Las **tecnologías de la información** son el **motor del cambio social** al que estamos asistiendo en los últimos años. Las **oportunidades** que estas **redes de comunicaciones** suponen para las áreas rurales o de poca densidad poblacional son **evidentes**; sin embargo, que las redes de comunicaciones logren el desarrollo de algunas zonas en declive no parece muy probable si la puesta en marcha de estas redes no va acompañada de la mejora de otras infraestructuras y equipamientos de carácter básico.

- **El despliegue de la banda ancha en el medio rural requiere políticas públicas supramunicipales que garanticen el equilibrio territorial y reduzcan la denominada «brecha digital» entre lo urbano y lo rural.**

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 49

• Es evidente, en consecuencia, que **el equilibrio territorial español vive momentos decisivos. La Comisión de Diputaciones de la FEMP**, de fecha 18 de junio de 2008, **adoptó la resolución de la creación de grupos de trabajo**. Y con fecha 3 de noviembre de 2008, se constituyó el grupo de trabajo contra la despoblación que ha realizado la correspondiente propuesta. En octubre de 2010, en unas jornadas nacionales se debatió la propuesta de índice corrector aplicable sobre la participación de los tributos del Estado para la lucha contra la despoblación.

• Una propuesta que nace de la elocuencia de las **cifras** que han sido **especialmente dramáticas en 19 provincias**, todas ellas de la denominada España interior. El **declive** fue especialmente sangrante en el **período comprendido entre los años 1950 y el año 2010**, con porcentajes de pérdida que llegaron a alcanzar **cerca del 41 %**, en el caso de la provincia de **Soria**, o el **38 %** en el de la provincia de **Teruel y Zamora**.

• La pérdida de población ha provocado que, según los datos del censo de 2012, existían en España más de 3.900 municipios con menos de 500 habitantes para los que es urgente adoptar medidas que garanticen su futuro a medio y largo plazo. A ello debemos sumar diez provincias más que en comarcas o zonas han perdido población.

• **Por todo lo anteriormente expuesto, defendemos la creación de un Índice corrector aplicable sobre la Participación en los Tributos del Estado para la lucha contra la despoblación**, que se concreta en las medidas que se detallan.

- Así mismo, dicho fondo puede consignarse en los Presupuestos Generales del Estado.
- Es importantísimo que dicho fondo tenga cofinanciación de la Unión Europea.
- El Fondo estatal es imprescindible para plantear una cofinanciación con la Unión Europea.

### 2. Evolución de la población por provincias

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN. PROVINCIAS CON DISMINUCIÓN													
	1950	2000	2001	2002	2004	2005	2010	2000-1950 % de pérdida	2001-1950 % de pérdida	2002-1950 % de pérdida	2004-1950 % de pérdida	2005-1950 % de pérdida	2010-1950 % de pérdida
Ávila	251.030	164.991	163.885	165.138	166.108	167.032	171.896	-34,27	-34,71	-34,22	-33,83	-33,46	-31,52
Badajoz	815.780	661.874	664.251	662.808	663.896	671.299	692.137	-18,87	-18,57	-18,75	-18,62	-17,71	-15,16
Burgos	397.048	347.240	349.810	352.723	356.437	361.021	374.826	-12,54	-11,90	-11,16	-10,23	-9,07	-5,61
Cáceres	549.077	407.546	409.130	410.242	411.390	412.580	415.083	-25,78	-25,49	-25,29	-25,08	-24,86	-24,40
Ciudad Real	567.027	476.633	478.581	484.338	492.914	500.060	529.453	-15,94	-15,60	-14,58	-13,07	-11,81	-6,63
Cuenca	335.719	201.053	201.526	201.614	204.546	207.974	217.716	-40,11	-39,97	-39,95	-39,07	-38,05	-35,15
Huesca	236.232	205.430	205.955	208.963	212.901	215.864	228.566	-13,04	-12,82	-11,54	-9,88	-8,62	-3,25
Jaén	765.697	645.711	645.781	647.387	654.458	660.284	670.761	-15,67	-15,66	-15,45	-14,53	-13,77	-12,40
León	544.779	502.155	499.517	496.655	492.720	495.902	499.284	-7,82	-8,31	-8,83	-9,56	-8,97	-8,35
Lugo	508.916	365.619	364.125	361.782	358.452	357.625	353.504	-28,16	-28,45	-28,91	-29,57	-29,73	-30,54
Ourense	467.903	345.241	344.623	343.768	340.258	339.555	335.219	-26,22	-26,35	-26,53	-27,28	-27,43	-28,36
Palencia	233.290	178.316	177.345	176.125	173.990	173.471	172.510	-23,56	-23,98	-24,50	-23,50	-25,64	-26,05
Salamanca	411.963	349.733	350.209	347.120	350.984	352.414	353.619	-15,11	-14,99	-15,74	-14,80	-14,45	-14,16
Segovia	201.433	146.613	147.028	149.286	152.640	155.517	164.268	-27,22	-27,01	-25,89	-24,22	-22,79	-18,45
Soria	161.182	90.911	91.314	91.487	91.652	92.773	95.258	-43,60	-43,35	-43,24	-43,14	-42,44	-40,90
Teruel	236.002	136.473	136.233	137.342	139.333	141.091	145.277	-42,17	-42,27	-41,80	-40,96	-40,22	-38,44
Zamora	315.885	203.469	202.356	200.678	198.524	198.045	194.214	-35,59	-35,94	-36,47	-37,15	-37,30	-38,52
								-425,67	-425,37	-422,85	-414,49	-406,32	-377,89

Más de 3.900 municipios con menos de 500 habitantes, para los que es urgente adoptar medidas que garanticen su futuro a medio y largo plazo.

### 3. Provincias, que sin perder población, tienen comarcas o áreas afectadas

- Albacete
- Asturias
- Castellón
- Cantabria
- Córdoba

- Granada
- Guadalajara
- Lleida
- La Rioja
- Murcia
- Tarragona
- Valencia
- Valladolid
- Zaragoza

#### 4. Zonas despobladas en España. Continuidad territorial

• Las provincias, comarcas, zonas, etc. pertenecientes a muchas Comunidades Autónomas, contemplan un **ÁREA CONTINUA DE TERRITORIOS DESPOBLADOS**, que en resumen representan la España interior a excepción de la influencia de la capital y de las provincias que se sitúan en el litoral.

• Debemos considerar como **ÁREAS ESCASAMENTE POBLADAS, REGIONES PREDOMINANTEMENTE RURALES Y ZONAS ESCASAMENTE POBLADAS DEL SUR DE EUROPA**, decisión a tomar por el Gobierno español como Estado miembro de la Unión Europea. Todo ello para disponer de cofinanciación comunitarias.

### B. PROPUESTA DE MEDIDAS

#### 1. Medidas de gestión municipal destinadas a la creación de empleo y calidad de vida en localidades menores de 1.000 habitantes que hayan perdido población desde el año 1950

**Objetivo:** Facilitar a los municipios de menos de 1.000 habitantes, recursos económicos que propicien la creación de empleo destinado a mejorar la calidad de vida.

##### 1.1 Oferta de empleo público generado por los ayuntamientos

⇒ Promover recursos que favorezcan la asistencia a domicilio para personas mayores, así como todos aquellos servicios que puedan prestar los ayuntamientos dirigidos a que éstos puedan permanecer en sus domicilios y municipios.

⇒ Trabajos en el ámbito de la sostenibilidad medioambiental: adecuación y limpieza de entornos, parques, senderos, etc.

⇒ Formación de adultos.

⇒ Además de aquellos proyectos singulares que los municipios consideren idóneos para incluir en este epígrafe.

Las cantidades estimativas que deberían destinarse a los ayuntamientos serían las siguientes:

1. **Municipios menores de 100 habitantes: 8.000 euros (1.059 pueblos).**
2. **Municipios entre 100 y 250 habitantes: 10.000 euros (1.441).**
3. **Municipios entre 250 y 500 habitantes: 12.000 euros (1.209).**
4. **Municipios entre 500 y 1.000 habitantes: 15.000 euros (591).**

✓ Según este criterio la cantidad global a destinar a los ayuntamientos es de 46.255.000 euros.

##### 2. Medidas destinadas a la promoción de empleo desde la iniciativa privada y pública

(Actuaciones en territorios despoblados y municipios que han perdido población desde el año 1950)

2.1 **Apoyo a las inversiones municipales destinadas a la creación de empleo femenino y que permitan compatibilizar la vida laboral y familiar**

⇒ Centros de Teletrabajo.

- ⇒ Cooperativas.
- ⇒ Multiservicios rurales.
- ⇒ Aulas y guarderías infantiles.
- ⇒ Viviendas tuteladas para mayores.
- ⇒ Otras.

### 2.2 Inversiones en infraestructuras, accesibilidad y nuevas tecnologías

- ⇒ **Rehabilitación de viviendas de titularidad municipal destinadas a nuevos pobladores** y jóvenes residentes en municipios menores de 1.000 habitantes.
- ⇒ **Adquisición y urbanización de suelo (ayuntamientos)** destinado a la construcción privada de viviendas para nuevos pobladores.
- ⇒ **Mejora de la Red Viaria Local.** Aproximación de las poblaciones despobladas a las vías rápidas de comunicación con una adecuada red de carreteras secundarias o mediante el establecimiento de servicios de transporte público mancomunado que asegure el acercamiento de la población rural a los servicios básicos.
- ⇒ Garantizar una **oferta de servicios de transporte público** adaptada a la intensidad y las características de la demanda de transporte en el medio rural, prestando una atención especial a los colectivos sociales que por edad, condiciones físicas o situación socioeconómica no puedan acceder al uso del vehículo privado.
- ⇒ **Nuevas Tecnologías** (despliegue de la banda ancha en el medio rural).

### 2.3 Promoción de bienes y productos

- ⇒ Respaldo con la promoción consiguiente a la **producción de alimentos de calidad** y gastronomía de las zonas afectadas por el proceso de despoblación.
- ⇒ Impulso promoción y mejora en la gestión al turismo de interior, a través de las asociaciones de empresarios de este sector.
- ⇒ Potenciación de los **recursos endógenos**.

### 2.4 Proyectos de I+D+I

- ⇒ Para productos endógenos específicos de los territorios.

### 2.5 Recuperación y conservación del patrimonio natural y arquitectónico

- ⇒ Puesta en valor de recursos que pueden ser atractivos para visitantes.

### 2.6 Alternativas medioambientales y energéticas que favorezcan la diversificación económica del medio rural

- ⇒ Apoyo a la propiedad (pública y privada) del monte, a la limpieza de las zonas taladas y al mantenimiento de las zonas limpias a través del aprovechamiento ganadero.
- ⇒ Formación y contratación de la población rural para la gestión integral de montes, con objeto de recuperar y mejorar el patrimonio natural y reducir el riesgo de incendios.
- ⇒ Producción de energía o pellets a partir de la biomasa y otras actividades relacionadas con el desarrollo endógeno.
- ⇒ Potenciación de la extracción de resina de pino.
- ⇒ Fórmulas de gestión y del Patrimonio y el Paisaje (Ejemplo: Geoparques).
- ⇒ Apoyo a la gestión de residuos derivados de la actividad económica que mejoren el medio ambiente, calidad del agua, etc.

### 2.7 Apoyo a la creación de empleo a través de la iniciativa privada según criterios de lugar de ubicación, empleo femenino generado y tipo de actividad

- ⇒ Este instrumento financiero sería el equivalente a las ayudas para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) o cooperativas, para el colectivo profesional de los autónomos cuando esté constituido por jóvenes y mujeres preferentemente, así como al relevo generacional, modernización, etc.

En estos casos, mayor apoyo en municipios con menor población.

- ⇒ Participación en proyectos de desarrollo territorial/Proyectos Estratégicos.

### 2.8 Apoyo a la exportación e internacionalización de empresas y productos

- ⇒ Animar a empresas y actividades con vocación internacional.
- ⇒ Apoyo de los servicios de consultoría para empresas que planifiquen el

- ◆ Crecimiento internacional
- ◆ Entrada al Mercado
- ◆ Establecimiento en el Mercado
- ◆ Mejor posicionamiento en los mercados

- ⇒ Búsqueda de socios internacionales para canal de distribución y ventas.

Equivalente al Modelo Finlandés —FINPRO—, adaptarlo a los territorios despoblados.

### 2.9 Apoyo específico a proyectos solidarios

**Objetivo:** Implicar a la población de los municipios pequeños para que de forma conjunta y solidaria se impliquen y contribuyan a mejorar el futuro y aumentar la población.

- ⇒ Aquellos **empresariales** que se impliquen económicamente una parte importante de la población y creen puestos de trabajo.
- ⇒ Aquellos que desde la **iniciativa pública** generen puestos de trabajo, fundamentalmente, mano de obra femenina.
- ⇒ Aquellos **asociativos** que impliquen a la población con fines de desarrollo local y empleo.

### 3. Medidas estatales que favorezcan el asentamiento de la población en municipios que hayan perdido habitantes desde 1950

**Objetivo:** Conciliar la igualdad de oportunidades entre el medio urbano y el rural a través de bonificaciones fiscales y de la Seguridad Social. Esta medida permitirá que, frente a las infraestructuras de última generación que disponen las grandes y medianas ciudades, los municipios que han perdido población resulten atractivos para nuevos inversores.

#### 3.1 Bonificaciones fiscales y de la Seguridad Social

⇒ **Bonificación fiscal de la población (sobre IRPF) y de las empresas** que se ubiquen en las poblaciones poco pobladas puede ser una intervención pública sencilla y muy atractiva. En este sentido, sería aplicable una base de hasta 10 puntos como máximo, siendo inversamente proporcional a la población del lugar de residencia o ubicación de la actividad. De tal forma que las empresas y los residentes en los municipios más pequeños tendrían mayor bonificación.

⇒ **Bonificaciones a la Seguridad Social para empresas y autónomos** residentes en municipios que hayan perdido población.

#### 3.2 Inversiones estatales

⇒ Prioridad inversiones en infraestructuras viarias (carreteras, autovías, FF.CC.) que tienen proyecto redactado, en fase de redacción u obras paralizadas, así como estudio informativo o previo o declaración de impacto ambiental u otro trámite administrativo.

⇒ Prioridad en obras hidráulicas y regadíos del Plan Nacional y Regadíos Sociales, que tienen proyecto redactado u obras paralizadas. Así como, anteproyecto o en fase de redacción de declaración de impacto ambiental u otro trámite administrativo.

⇒ Consignación presupuestaria estatal preferente para los Fondos de Desarrollo Rural (FEADER).

**Inversiones Reales más sociedades de inversión con un presupuesto mínimo anual en provincias con territorios despoblados, equivalente a 2.500 millones de euros.**

#### 4. Medidas autonómicas

##### 4.1 Compatibilidad de acciones y servicios

- Mantenimiento de escuelas y profesores.
- Mantenimiento de centros de salud y servicios sanitarios.
- Mantenimiento de consultorios médicos.
- Mantenimiento de las escuelas para adultos.
- Mantenimiento de comedores escolares.

#### C. GESTIÓN DEL ÍNDICE CORRECTOR

Las zonas afectadas por el despoblamiento progresivo tienen varios elementos comunes:

- Coinciden con territorios con masa forestal con capacidad de captar CO<sub>2</sub> procedente de la actividad de áreas industriales.
- Coinciden con la España interior que no tuvo apoyos para desarrollarse durante los años 60. Zonas que abastecieron de mano de obra y ahorro económico a las áreas desarrolladas actualmente.
- Corresponden a la España Rural con multitud de patrimonio cultural y natural y arquitectónico a preservar.
- Permiten un crecimiento armónico, ordenado de los municipios ajenos a zonas supeditadas continuamente a especulaciones urbanísticas que deterioran nuestro patrimonio.
- En ningún caso coinciden con los lugares de toma de decisiones políticas de interés (nos referimos a los centros políticos-administrativos de las Comunidades Autónomas).
- Mantienen una población arraigada al territorio que necesita un reconocimiento y sobre todo autoestima.
- La gestión del Índice corrector precisa de administraciones públicas con experiencia y asentadas en el territorio. Sin lugar a dudas Ayuntamientos, Grupos de Acción Local/LEADER y probablemente Diputaciones Provinciales.

En relación a este último punto consideramos necesario puntualizar que nos estamos refiriendo exclusivamente a la gestión de las líneas de financiación que puedan nutrir este índice, en principio proveniente de los Presupuestos Generales del Estado, pero que también podría dotarse de ayudas aportadas por las Comunidades Autónomas implicadas, así como debería cofinanciarse por los Fondos Estructurales de la Unión Europea.

#### D. APLICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL ÍNDICE CORRECTOR

Ya que el principal cometido del Fondo Compensatorio contra la despoblación es la puesta en marcha de actuaciones que permitan recuperar habitantes en el medio rural, se postula que la población perdida en el periodo comprendido entre 1950 y 2005 sea la variable a tener en cuenta. Este periodo de tiempo es lo suficientemente amplio como para ser representativo de la tendencia demográfica en España y además, comprende diferentes etapas, tanto de pérdida masiva como de recuperación incipiente. A partir de esta consideración, **el cálculo del importe de este Fondo, que le corresponde a cada territorio, se elaboraría multiplicando el porcentaje de población perdida en el periodo 1950-2010 por 400.000 euros (cifra orientativa para poder gestionar los proyectos planteados en este documento).**

**Extrapolando esta fórmula a la pérdida global de población en 17 provincias españolas, con pérdida de población demostrada en el periodo 1950-2010, la cifra se eleva a 151.156.000 (400.000x377,89 porcentaje de población perdida entre 1950 y 2010 por 17 provincias españolas. Ver cuadro de evolución población).**

**En el caso de provincias cuyo descenso demográfico se centra en determinadas áreas despobladas del entorno rural (14 provincias), la fórmula que debería aplicarse sería: porcentaje de pérdida de población x porcentaje de territorio x 300.000 euros. La cantidad estimativa, en este caso, se elevaría a 50.400.000 euros, aproximadamente. La suma del presupuesto de las medidas 1 y 2 asciende a 247.811.000.**

**Este presupuesto anual, desde el Estado, deberá gestionarse con la Unión Europea para financiarlo al menos al 50 %.**

**Es imprescindible que se planteen cofinanciación con la Unión Europea desde el Estado miembro. En nuestro caso, los territorios afectados suponen más del 70 % del territorio nacional en una superficie continua.**

### **E. JUSTIFICACIÓN DE ACCIONES. DIFUSIÓN**

- ✓ Las acciones descritas requieren una explicación, justificación y promoción ante la sociedad en general.
- ✓ Los habitantes de los territorios rurales, buenas gentes, sufridos y sacrificados, bien merecen gestos, no sólo económicos si no de implicación de la sociedad urbana, clase política, medios de comunicación, etc.

### **F. CONSIDERACIONES**

- ✓ Por último, debemos subrayar que este documento es una primera acción encaminada al reconocimiento de los municipios españoles que han perdido población y que demandan medidas urgentes para su subsistencia.
- ✓ Recordar los riesgos en los territorios despoblados (robos, abandonos, desprotección de la naturaleza, ausencia de servicios, etc.)
- ✓ Recordar la fortaleza en territorios que pueden aumentar población: calidad de vida, respeto a la naturaleza, cuidado del medio ambiente, vigilancia, etc.
- ✓ Recordar el peligro de los territorios despoblados: el municipio vivo próximo tiene riesgo a desaparecer.

### **VII. CONCLUSIONES DE LOS COMPARECIENTES.**

Se pasa, a continuación a exponer las conclusiones que han ido formulando los comparecientes según la fecha de comparecencia en las sesiones de la Ponencia:

#### **Sesión del 22 de septiembre de 2014**

##### **1) D. Antonio Pardo Capilla.**

**Presidente de la Diputación Provincial de Soria. (A propuesta del GPP). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Adopción de medidas fiscales especiales con el fin de atajar la despoblación y los altos índices de envejecimiento de la población y su dispersión. Estas medidas fiscales podían consistir, según el compareciente, en incentivos o rebajas en el IRPF; incluso propuso que las rentas obtenidas de las actividades llevadas a cabo en las zonas despobladas podrían gozar de una deducción del 50 % de la cuota correspondiente a dichas rentas.
- Segundo. Reparto de fondos de la Administración del Estado para que no sea la población el único parámetro de la financiación.
- Tercero. Que se llevase a cabo un plan de inversiones en infraestructuras viarias, con el fin de que esas zonas puedan ser competitivas con el resto de los territorios.
- Cuarto. Habilitación y acceso a fondos europeos, particularmente las ayudas regionales del Plan 2014-2020 de la Unión Europea, como medida para paliar los efectos de la despoblación.

##### **2) D.ª Anna Cabré.**

**Directora del Centro de Estudios Demográficos y Catedrática de Geografía Humana de la UAB. (A propuesta del GPEPC). En su comparecencia propuso, como medida básica la siguiente conclusión:**

- Adoptar una política activa para mantener a las mujeres jóvenes en los pueblos y ciudades despobladas, mediante la creación de empleo que haga la vida rural agradable a las mujeres.

### 3) D. Felipe González de Canales.

**Presidente del Instituto de Derecho Comunitario (IDC). (A propuesta del GPP). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Que los fondos de desarrollo europeo, FEDER, FEADER y Fondos de Cohesión actúen coordinadamente y se apliquen con la metodología LEADER, es decir, con la participación de la población.
- Segundo. Que hay que cubrir las lagunas que algunas zonas despobladas padecen en materia de las nuevas tecnologías. Por eso, apostó por impulsar el ADSL e Internet para que lleguen sin ninguna dificultad a esos territorios.

### Sesión del 29 de septiembre de 2014

### 4) D. Benjamín Prieto Valencia.

**Presidente de la Diputación Provincial de Cuenca . (A propuesta del GPP). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Adoptar medidas fiscales especiales para los habitantes de las zonas rurales con características de zonas despobladas o con crisis demográfica, con el fin de que, tanto las empresas como los profesionales, tengan voluntad y encuentren incentivos en instalarse en esas zonas.
- Segundo . Tomar medidas especiales en la cotización de la Seguridad Social, para las empresas y trabajadores que se instalen en esas zonas.
- Tercero. Fomentar la diversificación y la creación de empresas, a través de la inversión, la innovación y el conocimiento. Esto último debe ir acompañado, según el compareciente, con la implantación de titulaciones académicas en formación profesional, con actividades vinculadas al sector agroalimentario y al mundo rural.
- Cuarto. Invertir en infraestructuras en forma de transporte, comunicación con banda ancha de alta velocidad y conexiones energéticas eficientes, con el fin de hacer de las regiones rurales un entorno atractivo para las personas y las empresas.
- Quinto. Adoptar medidas para que los funcionarios y personal laboral al servicio de la Administración, fijen su residencia en el entorno en el que se desarrolla su trabajo.
- Sexto . Necesidad de invertir, de manera urgente, en centros sanitarios, educativos, de atención y de actividades culturales y de ocio.
- Séptimo. Necesidad de agilizar los trámites administrativos en materia de concesión de licencias y autorizaciones a la hora de iniciar una actividad empresarial o de negocio.
- Octavo. Impulsar el turismo idiomático en las zonas rurales despobladas; así como el fomento de la field commission para que puedan explotarse los parajes y monumentos en rodajes de películas, con la doble vertiente de promocionar esos lugares con dinamización del sector hostelero y turístico.
- Noveno. Elaborar planes de rehabilitación de viviendas rurales, impulsando el aprovechamiento de los montes y recursos naturales (biomasa, madera, resina, trufas, etc.). Todo ello garantizando un transporte público eficaz.

### 5) D. Aurelio García Bermúdez.

**Presidente de la Red Española de Desarrollo Rural (REDR). (A propuesta del GPS). En su comparecencia propuso una serie de estrategias, entre las que caben destacar las siguientes conclusiones:**

- Primero. Configurar una gobernanza territorial con la finalidad de construir un modelo de financiación que sea útil y conveniente para las zonas despobladas. Esta gobernanza territorial debe configurarse con la participación de los sectores y actores aceptados por el fenómeno de la despoblación.
- Segundo. Que todas las Administraciones Públicas implicadas en el fenómeno del mundo rural actúen coordinadamente y con participación ciudadana, esto último daría cumplimiento al Reglamento FEAEDER.
- Tercero. Que se promocionasen los sectores emergentes en la economía rural, tales como los servicios de la vida diaria (cuidado de niños y proximidad para mayores). Esto debe ir acompañado con el desarrollo de las nuevas tecnologías (TIC, audiovisuales, multimedia, etc.).



# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 56

- Cuarto. Reducción de los tiempos en la tramitación de los programas de desarrollo rural, simplificándose los mecanismos de gestión administrativa y financiera.
- Quinto. Preservar la biodiversidad, el medio ambiente y el cuidado de la naturaleza en las áreas rurales. Junto con la adopción de acciones dirigidas a alcanzar la implantación de una responsabilidad social corporativa verde, programas de economía verde; apoyar a la juventud rural, fomentar y potenciar el empleo juvenil en las zonas rurales.

### 6) D.ª Ana Sánchez Carrasco.

**Comisión de Mujeres Empresarias del Medio Rural. (A propuesta del GPP). En su comparecencia propuso, entre otras, las siguientes conclusiones:**

- Primero. Adopción de medidas fiscales para propietarios que arreglen sus casas y puedan alquilarlas; esto último debe ir unido a un régimen de ayudas, a fondo perdido, para personas que compren viviendas en las zonas rurales; así como para la adecuación y mejoras de locales públicos.
- Segundo. Ejecución de un sistema de redes y aguas potables; y de redes y teléfonos móviles.
- Tercero. Solicitar que se reduzca el IVA y los impuestos de gravamen similares para los empresarios que se instalen en las zonas rurales.
- Cuarto. Configuración de un Plan de formación práctica; es decir, que es necesario contar en las zonas rurales con carpinteros, enfermeras, aparejadores, ingenieros y arquitectos, como medio para impulsar el desarrollo de esas zonas rurales.
- Quinto. Desarrollo turístico de las zonas rurales.

### Sesión del 13 de octubre de 2014

### 7) D. Jordi Sala i Casarramona.

**Director General de Desarrollo Rural de la Generalitat de Catalunya. (A propuesta del GPCIU). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Crear un sistema transversal de comunicaciones, dentro de los territorios rurales.
- Segundo. Potenciar las infraestructuras telemáticas para que lleguen a todos los lugares. Los núcleos pequeños de población deben de tener un servicio de transporte eficaz.
- Tercero. Fomentar activamente la actividad agraria y forestal.
- Cuarto. Impulsar las centralidades comarcales.

### 8) D. Carlos Mor Sanz.

**Presidente de la Confederación Empresarial Turolense. (A propuesta del GPS). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Adoptar políticas integrales de carácter transversal que afecten, desde la demografía a la economía, pasando por la dimensión ambiental y la social, con el fin de buscar el reequilibrio necesario de la población en el territorio.
- Segundo. Afrontar un plan de inversiones públicas para subsanar la carencia de infraestructuras de alta capacidad, que hoy existen en las zonas rurales.
- Tercero. Potenciar la industria agroalimentaria, sobre todo la que está estrechamente vinculada al territorio y a las actividades agropecuarias tradicionales.

### 9) D. Juan Miguel Ortega Terol.

**Profesor Titular de Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales de la Universidad de Castilla-La Mancha. (A propuesta del GPS). En su comparecencia propuso lo siguiente:**

- Hacer que los municipios tengan entidad necesaria para actuar como interlocutor de peso en Bruselas, de cara a solicitar ayudas de los Fondos Estructurales o del Fondo de Cohesión.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 57

### 10) D. Abraham Sarrión Martínez.

Presidente de la Confederación de Empresarios de Cuenca (CEOE-CEPYME Cuenca). (A propuesta del GPS). En su comparecencia propuso lo siguiente:

- Que las organizaciones empresariales, junto con las Administraciones Públicas, tanto autonómicas como del Estado, consigan los fondos necesarios, europeos y estatales, para que las áreas despobladas puedan despegar económicamente.

### 11) D. Carlos Luis Boné Amela.

Presidente de la Federación Aragonesa de Municipios, Comarcas y Provincias. (A propuesta del GPP). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:

- Primero. Elaborar una estrategia nacional contra la despoblación rural y el cambio demográfico, que tenga en cuenta la dispersión de la población.
- Segundo. Promover el uso de los fondos europeos para que se apoye con mayor fuerza la iniciativa privada.
- Tercero. Adopción de medidas que impliquen una discriminación legal positiva para generar empleo y actividad económica en el medio rural.
- Cuarto. Invertir en mejoras destinadas a las comunicaciones de carreteras y ferrocarril; y para el mantenimiento de los servicios públicos básicos, tales como centros sanitarios, colegios y similares.
- Quinto. Apoyar la creación de los multiservicios, para hacer posible que exista un comercio abierto en cada municipio para que la gente pueda tener acceso a los productos de primera necesidad, sin tener que desplazarse a otros municipios.
- Sexto. Apoyar el emprendimiento ganadero, medio ambiental, agroalimentario, turístico y hotelero.
- Séptimo. Fomentar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, mejorando el acceso a Internet y la plena cobertura de la telefonía móvil.

### Sesión del 27 de octubre de 2014

### 12) D. José Andrés García Moro.

Presidente de la Red Estatal de Desarrollo Rural. (A propuesta del GPP). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:

- Primero. Afrontar que se aborde la cuestión de las nuevas tecnologías, como reto inmediato.
- Segundo. Configurar el concepto de «comarca funcional», con el fin de que se afronten la construcción y el mantenimiento de determinados servicios de forma comunitaria entre varios municipios, tales como frontones, canchas de tenis o de pádel, piscinas y similares, aplicándose una política de transversalidad.
- Tercero. Incentivos fiscales, proponiéndose un IVA reducido para que el dinero que se movilice en las zonas rurales sea efectivo y haga atractivo a los emprendedores la prestación de servicios e inversiones en la zona. Planteamiento de que el costo en las transmisiones patrimoniales de casas rurales no tenga el mismo tratamiento fiscal que en los centros urbanos.
- Cuarto. Exigir en las zonas rurales cuotas reducidas de la Seguridad Social, con el fin de animar a los ciudadanos a darse de alta en ese régimen.

### 13) D. Francisco Burillo Mozota.

Catedrático de Prehistoria en la Universidad de Zaragoza. (A propuesta del GPS). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:

- Primero. Que se estudie, desde las Administraciones Públicas, la potencialidad de cada territorio; estudio que debe ser específico para que las ayudas en cada lugar surtan efecto.
- Segundo. Que la cultura celtibérica sea declarada y reconocida como Patrimonio de la Humanidad.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 58

- Tercero. Considerar, dentro de los Fondos Europeos 2014-2020, a las zonas AECT, las agrupaciones europeas de cooperación territorial.
- Cuarto. Creación en Teruel de un Instituto de Investigación y Desarrollo Rural «Serranía Celtibérica».
- Quinto. Que se considere como inversión territorial integrada la Serranía Celtibérica.

### 14) D.ª María Teresa de la Concepción Tormo Ruiz.

**Presidenta de la Asociación de Personal Técnico de Gestión de Desarrollo Local y Promoción Socio-Económica de la Provincia de Valencia (ADLYPSE VALENCIA). (A propuesta del GPS). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Impulso para fomentar las infraestructuras.
- Segundo. Fomentar los elementos energéticos de las zonas rurales, tales como la biomasa.
- Tercero. Impulsar el turismo deportivo.

### 15) D. Luis Alfonso Camarero Rioja.

**Doctor en Ciencias Políticas y Sociología y Catedrático del Departamento de Teoría, Metodología y Cambio Social de la UNED. (A propuesta del GPP). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Plantear un desarrollo de política de igualdad de género específica para las áreas rurales.
- Segundo. Configurar programas de atención específicos para mejorar las condiciones de vida, así como para el mejor asentamiento de la población en las zonas rurales.
- Tercero. Potenciar, mediante medidas específicas, que los propios habitantes puedan mantener y gestionar los territorios despoblados en los que residen.

## Sesión del 24 de noviembre de 2014

### 16) D. Clemente Juan Checa González.

**Consejero de Hacienda y Administración Pública de la Junta de Extremadura. (A propuesta de los miembros de la Ponencia). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Medidas de política del Estado dirigidas a apoyar la natalidad, junto con medidas de conciliación entre los agentes sociales.
- Segundo. Medidas destinadas a desgravaciones fiscales en las zonas rurales.

### 17) D.ª Carmen Casero González.

**Consejera de Empleo y Economía de la Junta de Comunidades de Castilla-La-Mancha. (A propuesta de los miembros de la Ponencia). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Creación de un plan de escuelas infantiles de primer ciclo y de educación infantil.
- Segundo. Creación de una red de servicios para mayores y para personas con discapacidad.
- Tercero. Fomentar y mejorar el transporte escolar.
- Cuarto. Adopción de medidas fiscales aplicables a la declaración de la renta.

### 18) D. Antonio Suárez Oriz.

**Consejero de Política Territorial e Interior del Gobierno de Aragón. (A propuesta de los miembros de la Ponencia). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Establecer un plan nacional dirigido a crear una estrategia contra la despoblación a través de implantación de industrias agroalimentarias.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 59

- Segundo. Mejorar las dotaciones de equipamientos y servicios en el medio rural.
- Tercero. Facilitar las condiciones de movilidad y accesibilidad en los Ayuntamientos.
- Cuarto. Establecer un servicio equivalente al que disfrutaban los centros urbanos.

### 19) D. José Antonio de Santiago-Juárez López.

**Consejero de la Presidencia de la Junta de Castilla y León. (A propuesta de los miembros de la Ponencia). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Pacto de Estado para la demografía en los ámbitos rurales con la imprescindible participación de todas las Administraciones afectadas.
- Segundo. Política concertada con la Unión Europea para que ésta última tenga más en cuenta en sus políticas los objetivos demográficos.
- Tercero. La necesaria reforma del modelo de financiación autonómica, con el fin de dar respuesta a los factores demográficos que inciden en un mayor coste en la prestación de los servicios.
- Cuarto. Hacer accesible la educación y los servicios sociales en el medio rural.
- Quinto. Necesaria modificación de la Ley de Haciendas Locales, para atender el distinto coste de prestar los servicios locales en función de la población.
- Sexto. Mayor financiación por parte del Estado y las Comunidades Autónomas para las políticas de desarrollo rural.
- Séptimo. Diseñar un sistema nacional de conciliación de la vida familiar y laboral.

### 20) D.ª Olga Sánchez Sánchez.

**Presidenta de SOS Mundo Rural Aragonés. (A propuesta del GPV). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Política de Estado apostando por la creación de empresas en las cabeceras de comarcas, subcabeceras y formaciones intermedias, que actúen de eje centralizador del territorio.
- Segundo. Articular un desarrollo estratégico de la banda ancha como elemento clave para el impulso del territorio.
- Tercero. Facilitar el transporte de mercancías mediante una buena red de infraestructuras.
- Cuarto. Adopción de iniciativas para la dinamización y promoción turística.
- Quinto. Fomento de la industria agroalimentaria ligada a los núcleos de población rural.

### 21) D. José Manuel Del Barrio Aliste.

**Decano de la Facultad de Ciencias Sociales. (A propuesta del GPS). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Fomento de una política rural desprendida de las dependencias políticas y financieras de la política agrícola comunitaria, tal como se sugiere en el Libro Verde sobre la cohesión territorial de la Unión Europea, publicado en 2008.
- Segundo. Establecimiento de nuevas formas de gobernanza y de gestión del territorio, planteándose la conveniencia de la continuidad de las actuales Diputaciones Provinciales.
- Tercero. Procurar que la formación se encuentre al servicio del desarrollo territorial y social.

### Sesión del 1 de diciembre de 2014

### 22) D.ª Begoña Nieto Gilarte.

**Directora General de Desarrollo Rural y Política Forestal. (A propuesta del GPP). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Adopción de medidas que fomenten el agroambiente, la biodiversidad y la lucha contra el cambio climático.
- Segundo. Establecer la igualdad de trato para los actores del medio rural y buscar una simplificación de los PDR.

- Tercero. Fomentar programas de desarrollo rural autonómicos gestionados por las Comunidades Autónomas con participación de los núcleos rurales.
- Cuarto. Integración asociativa de todos los agentes afectados por el fenómeno rural de la despoblación. En esta medida se debe de comprender la formación e información para dotar a los técnicos, cooperativas y otras entidades asociativas de conocimientos para diseñar estrategias y modelos de negocios competitivos.
- Quinto. Fomentar y modernizar las infraestructuras de regadío.
- Sexto. Fomentar medidas forestales.

### 23) D. Carlos Gómez Bahillo.

**Director del Departamento de Psicología y Sociología de la Universidad de Zaragoza. (A propuesta del GPS). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Apoyar con medidas fiscales las áreas de municipios rurales previamente seleccionadas. Estas medidas fiscales afectarían al IRPF, al IVA y al IBI. También mediante bonificaciones tributarias por la segunda residencia.
- Segundo. Favorecer autoempleo, mediante el apoyo a emprendedores con préstamos, avales bancarios, formación y asesoramiento.
- Tercero. Protección del medio ambiente con rehabilitación de los espacios naturales como generadores de recursos.
- Cuarto. Incentivar la formación de carácter profesional.
- Quinto. Impulsar el turismo mediante el aprovechamiento de los recurso paisajísticos y ambientales.
- Sexto. Revitalización cultural de las tradiciones y costumbres que conforman el patrimonio histórico de las zonas rurales despobladas, tales como la artesanía, la rehabilitación y preservación de monumentos y lugares especiales.
- Séptimo. Plan de inversiones públicas, no solo dirigidas al fomento de las infraestructuras, sino también a Internet.

### 24) D.ª María del Mar Martín Martín.

**Presidenta de la Fundación Abraza la Tierra. (A propuesta del GPS). En su comparecencia propuso lo siguiente:**

- Favorecer a las personas que quieran trasladar su lugar de residencia de la ciudad al medio rural con un seguimiento del proceso de adaptación.

### 25) D. José María Andreu Ariño.

**Vicepresidente de la Fundación Abraza la Tierra. (A propuesta del GPS). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Medidas fiscales especiales dirigidas a los habitantes, empresas y profesionales de las zonas rurales con la característica de zonas despobladas o con crisis demográfica.
- Segundo. Adopción de medidas especiales en orden a bajar o reducir la cotización de la Seguridad Social para las empresas y trabajadores que se instalen en el medio rural o que se encuentren ya en activo en las mismas.
- Tercero. Fomentar e incentivar el que las grandes empresas deslocalicen y asienten sus lugares de trabajo en el medio rural.
- Cuarto. Implantación en el medio rural de titulaciones académicas en formación profesional u otras formaciones con actividades vinculadas al sector agroalimentario, forestal y energético del medio rural.
- Quinto. Adopción de medidas que incentiven que los funcionarios y personal laboral al servicio de las Administraciones fijen su residencia en el entorno en el que realizan su trabajo.
- Sexto. Invertir en infraestructuras, transportes y comunicaciones con banda ancha de alta velocidad.

- Séptimo. Invertir y dotar de personal en centros sanitarios, educativos y asistenciales para que los habitantes del medio rural tengan las mismas oportunidades que en las ciudades urbanas.
- Octavo. Apostar por la protección, fomento y desarrollo del patrimonio cultural, apoyando su rehabilitación y recuperación.

### 26) D.ª Lucía Enjuto Cárdaba.

**Diputada de Desarrollo Rural de la Excm. Diputación de Guadalajara y Alcaldesa de Mazarete (Guadalajara). (A propuesta del GPP). En su comparecencia propuso las siguientes conclusiones:**

- Primero. Llevar las nuevas tecnologías al medio rural para favorecer su desarrollo social, económico y cultural.
- Segundo. Fomentar el turismo rural.
- Tercero. Recuperar los oficios tradicionales.
- Cuarto. Fomentar la formación en el medio rural para evitar su estancamiento.
- Quinto. Impulsar el turismo rural.
- Sexto. Ayudas a las personas y empresas para que se asienten en el medio rural, simplificando los trámites administrativos y propiciando beneficios fiscales y apoyos morales.

### VIII. CONCLUSIONES GENERALES Y POR MATERIAS.

Todos los comparecientes han coincidido en que resulta necesario configurar una política de Estado encaminada a asentar núcleos poblacionales estables que aseguren el porvenir social y económico de los medios rurales afectados por el fenómeno de la despoblación.

Ciertamente, aun coincidiendo en la idea fundamental de los perniciosos efectos que produce la despoblación en los medios rurales, es de observar que no todos los territorios afectados por ese fenómeno presentan el mismo perfil, y por tal razón, también en algunos casos varían las medidas propuestas.

#### A. GENERALES.

De un examen de conjunto de todas las conclusiones propuestas por los comparecientes (**vid** apartado anterior) pueden deducirse las siguientes conclusiones generales:

- 1) Medidas de asentamiento y desarrollo poblacional apoyando la natalidad con medidas específicas de conciliación familiar, laboral y social.
- 2) Medidas de política activa que garanticen la permanencia de las mujeres jóvenes como eje vertebrador y de desarrollo demográfico en el medio rural.
- 3) Medidas que hagan posible que el reparto de fondos de la Administración del Estado y de la UE no tengan como único parámetro la población.
- 4) Medidas para que los fondos europeos, FEDER, FEADER y Fondos de Cohesión actúen coordinadamente y se apliquen con la metodología LEADER. Es decir, con la participación de la población.
- 5) Adopción de medidas para la habilitación y acceso a los fondos europeos, particularmente las ayudas regionales del Plan 2014-2020 de la UE, dirigidos a paliar los efectos de la despoblación.
- 6) Medidas para que todas las Administraciones Públicas implicadas en el fenómeno del mundo rural actúen coordinadamente y con participación ciudadana; dándose así cumplimiento al Reglamento FEDER.
- 7) Medidas para que los municipios tengan entidad propia y necesaria para actuar como interlocutores de peso en Bruselas, de cara a solicitar ayudas a los Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión.
- 8) Fomento de una política rural desprendida de las dependencias política y financiera de la Política Agraria Comunitaria (PAC), tal como se sugiere en el Libro Verde sobre la cohesión territorial de la UE de 2008.
- 9) Adopción de medidas que impliquen discriminación legal positiva para generar empleo y actividad económica en el medio rural.
- 10) Medidas que impulsen el concepto de «comarca funcional», mediante el fomento de la «centralidad comarcal».
- 11) Medidas para que mediante la «centralidad comarcal» se afronte la construcción y el mantenimiento de determinados servicios de forma comunitaria entre varios municipios.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 62

12) Adopción de medidas específicas para que los propios habitantes del medio rural puedan mantener y afrontar los problemas que se plantean en los territorios despoblados en los que residen.

13) Estudiar la conveniencia de si bajo las nuevas formas de gobernanza territorial tienen cabida o no las actuales Diputaciones Provinciales.

14) Fomentar programas de desarrollo rural, autonómicos gestionados por las CC.AA. con participación de los núcleos rurales afectados por el fenómeno de la despoblación.

15) Adopción de medidas fiscales, sociales y financieras con perfil específico para los núcleos rurales con despoblación, con el fin de apoyar a las personas, emprendedores y empresas que se quieran asentar de forma permanente en esos medios rurales.

16) Entre las medidas fiscales habría que afrontar la conveniencia de configurar desgravaciones en el IRPF, en un tipo más reducido del IVA, y en un tipo más reducido en el impuesto de transmisiones patrimoniales, para apoyar a los habitantes, empresas y profesionales asentados en esos territorios rurales.

17) Estudiar la conveniencia de modificar el sistema y los tipos tributarios recogidos en la vigente Ley de Haciendas Locales, para apoyar a las personas, profesionales y empresas que se asienten en los núcleos rurales, y para atender el distinto coste de prestar los servicios locales en función de la población.

18) Estudiar la conveniencia de desgravar los tipos impositivos vigentes para la adquisición de viviendas en los medios rurales, con el fin de que los habitantes de esas zonas puedan arreglar sus viviendas, así como para aquellos que las adquieran como residencia habitual.

19) Las medidas sociales de carácter especial para los territorios afectados por el fenómeno de la despoblación irían encaminadas básicamente a reducir las cotizaciones en la Seguridad Social para las empresas y trabajadores que se instalen en esos núcleos rurales.

20) Las medidas financieras a estudiar y, en su caso, para adoptar, irían en un doble sentido: A. Incentivos para que las grandes empresas deslocalicen y asienten sus centros de trabajo en el medio rural. B. créditos y préstamos especiales con reducidos costos de reembolso para apoyar a emprendedores en el medio rural.

21) También, entre las medidas financieras hay que señalar la conveniencia de que se produzca una mayor financiación por parte del Estado y las CC.AA. destinado a políticas de desarrollo rural.

22) Favorecer el autoempleo, mediante la adopción de medidas dirigidas específicamente a emprendedores, con préstamos, avales y asesoramiento técnico.

23) Medidas específicas destinadas a crear y mejorar las infraestructuras que sirvan para un mejor soporte en el transporte y las comunicaciones entre territorios.

24) Medidas tendentes a crear un sistema transversal y vertebrado de comunicaciones dentro de los territorios rurales.

25) Medidas destinadas a mejorar y fomentar las nuevas tecnologías de la información en los centros rurales, como medio de «fijar» población, con pleno acceso a Internet y completa cobertura de la telefónica móvil.

26) Medidas de ejecución para mejorar los sistemas de redes y aguas potables; y de redes y teléfonos móviles.

27) Medidas destinadas al sostenimiento de los servicios públicos básicos como medio de «fijar» la población. Estos servicios básicos son, entre otros, centros sanitarios, colegios, centros de recreo y ocio y deportes.

28) Apoyar, mediante las medidas que procedan, la creación de los multiservicios, con el fin de que existan en cada municipio productos de primera necesidad, de fácil adquisición, sin necesidad de desplazarse a otros municipios.

29) Medidas de impulso del turismo rural en sus vertientes etnológico, de rutas, paisajístico, monumental, idiomático y deportivo, con el fin de promocionar y dinamizar el sector de la hostelería y de casas rurales.

30) Medidas destinadas a agilizar los trámites administrativos y burocráticos en materia de concesiones, licencias y autorizaciones, con el fin de remover obstáculos que dificulten el inicio y despegue de la actividad profesional y empresarial en los medios rurales.

31) Apoyar el emprendimiento ganadero, agrario, forestal, medioambiental, agroalimentario y de hostelería en las zonas rurales.

32) Adopción de medidas que vayan destinadas al fomento, explotación y extracción, en su caso, de elementos energéticos sitios en las zonas rurales.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 63

33) Apoyo y fomento de la formación práctica destinada al servicio del desarrollo social y territorial de los centros rurales. El apoyo de esta formación debe ir dirigida a los técnicos, cooperativas agrarias y de trabajo asociado y al personal de las entidades asociativas territoriales.

34) Fomento y modernización de las infraestructuras de regadío.

35) Invertir y dotar de personal en centros sanitarios, educativos y asistenciales para que los habitantes del medio rural tengan las mismas oportunidades que los habitantes del medio urbano.

36) Medidas para la protección del medioambiente, con rehabilitación de los espacios naturales como generadores de recursos.

37) Apoyo para revitalizar la vida cultural, tradiciones y costumbres que conforman, ancestralmente, el patrimonio histórico-cultural de las zonas rurales.

38) Configurar un plan para recuperar los oficios tradicionales como medio de «fijar» población y atraer turismo.

39) Adopción de medidas que incentiven que los funcionarios y el personal laboral al servicio de las Administraciones fijen su residencia en el entorno en el que realizan sus trabajos.

40) Adopción de políticas que apuesten por la creación de empresas en las cabeceras de comarcas para que actúen como eje centralizador del territorio.

41) Favorecer, mediante incentivos, a las personas que quieran trasladar su lugar de residencia permanente de la ciudad al medio rural con el consiguiente seguimiento del proceso de adaptación.

42) Medidas para potenciar las industrias agroalimentarias y las actividades agropecuarias tradicionales, como medio para asentar población en los medios rurales.

43) Diseñar un plan de escuelas infantiles de primer ciclo y de educación infantil.

44) Diseñar un plan para crear una red de servicios destinados a mayores y personas discapacitadas.

45) Fomentar y mejorar el transporte escolar.

46) Configurar una política específica dirigida a la igualdad de género en las áreas rurales.

47) Promocionar los sectores emergentes de la economía rural, tales como los servicios de la vida diaria (cuidado de niños, proximidad, dependencia, etc.).

48) **(Local)**. Adopción de medidas para que la cultura celtibérica sea declarada y reconocida como Patrimonio de la Humanidad.

49) **(Local)**. Creación en Teruel de un Instituto de Investigación de Desarrollo Rural «Serranía Celtibérica».

50) **(Local)**. Considerar, como sistema territorial integrado la «Serranía Celtibérica».

### B. POR MATERIAS.

Ordenando las conclusiones generales por materias, pueden establecerse las siguientes:

#### • MEDIDAS DESTINADAS A CREAR UN EJE VERTEBRADOR EN FAVOR DE LA NATALIDAD.

a) Medidas de asentamiento y desarrollo poblacional apoyando la natalidad con medidas específicas de conciliación familiar, laboral y social.

b) Medidas de política activa que garanticen la permanencia de las mujeres jóvenes como eje vertebrador y de desarrollo demográfico en el medio rural.

c) Adopción de medidas que impliquen discriminación legal positiva para generar empleo y actividad económica en el medio rural.

d) Configurar una política específica dirigida a la igualdad de género en las áreas rurales.

#### • MEDIDAS RELATIVAS A LOS FONDOS EUROPEOS Y SU REPARTO.

a) Medidas que hagan posible que el reparto de fondos de la Administración del Estado y de la UE no tengan como único parámetro la población.

b) Medidas para que los fondos europeos, FEDER, FEADER y Fondos de Cohesión actúen coordinadamente y se apliquen con la metodología LEADER. Es decir, con la participación de la población.

c) Adopción de medidas para la habilitación y acceso a los fondos europeos, particularmente las ayudas regionales del Plan 2014-2020 de la UE, dirigidos a paliar los efectos de la despoblación.

d) Medidas para que todas las Administraciones Públicas implicadas en el fenómeno del mundo rural actúen coordinadamente y con participación ciudadana; dándose así cumplimiento al Reglamento FEDER.



# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 64

e) Medidas para que los municipios tengan entidad propia y necesaria para actuar como interlocutores de peso en Bruselas, de cara a solicitar ayudas a los Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión.

f) Fomento de una política rural desprendida de las dependencias política y financiera de la Política Agraria Comunitaria (PAC), tal como se sugiere en el Libro Verde sobre la cohesión territorial de la UE de 2008.

- MEDIDAS DE ORDEN TERRITORIAL.

a) Medidas que impulsen el concepto de «comarca funcional», mediante el fomento de la «centralidad comarcal».

b) Fomentar programas de desarrollo rural, autonómicos gestionados por las CC.AA. con participación de los núcleos rurales afectados por el fenómeno de la despoblación.

c) Adopción de políticas que apuesten por la creación de empresas en las cabeceras de comarcas para que actúen como eje centralizador del territorio.

- MEDIDAS FISCALES, SOCIALES Y FINANCIERAS.

a) Adopción de medidas fiscales, sociales y financieras con perfil específico para los núcleos rurales con despoblación, con el fin de apoyar a las personas, emprendedores y empresas que se quieran asentar de forma permanente en esos medios rurales.

b) Entre las medidas fiscales habría que afrontar la conveniencia de configurar desgravaciones en el IRPF, en un tipo más reducido del IVA, y en un tipo más reducido en el impuesto de transmisiones patrimoniales, para apoyar a los habitantes, empresas y profesionales asentados en esos territorios rurales.

c) Estudiar la conveniencia de modificar el sistema y los tipos tributarios recogidos en la vigente Ley de Haciendas Locales, para apoyar a las personas, profesionales y empresas que se asienten en los núcleos rurales, y para atender el distinto coste de prestar los servicios locales en función de la población.

d) Estudiar la conveniencia de desgravar los tipos impositivos vigentes para la adquisición de viviendas en los medios rurales, con el fin de que los habitantes de esas zonas puedan arreglar sus viviendas, así como para aquellos que las adquieran como residencia habitual.

e) Las medidas sociales de carácter especial para los territorios afectados por el fenómeno de la despoblación irían encaminadas básicamente a reducir las cotizaciones en la Seguridad Social para las empresas y trabajadores que se instalen en esos núcleos rurales.

f) Las medidas financieras a estudiar y, en su caso, para adoptar, irían en un doble sentido: A. Incentivos para que las grandes empresas deslocalicen y asienten sus centros de trabajo en el medio rural. B. créditos y préstamos especiales con reducidos costos de reembolso para apoyar a emprendedores en el medio rural.

g) También, entre las medidas financieras hay que señalar la conveniencia de que se produzca una mayor financiación por parte del Estado y las CC.AA. destinado a políticas de desarrollo rural.

h) Favorecer el autoempleo, mediante la adopción de medidas dirigidas específicamente a emprendedores, con préstamos, avales y asesoramiento técnico.

- MEDIDAS DESTINADAS A MEJORAR LAS INFRAESTRUCTURAS, COMUNICACIONES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.

a) Medidas específicas destinadas a crear y mejorar las infraestructuras que sirvan para un mejor soporte en el transporte y las comunicaciones entre territorios.

b) Medidas tendentes a crear un sistema transversal y vertebrado de comunicaciones dentro de los territorios rurales.

c) Medidas destinadas a mejorar y fomentar las nuevas tecnologías de la información en los centros rurales, como medio de «fijar» población, con pleno acceso a Internet y completa cobertura de la telefónica móvil.

d) Medidas de ejecución para mejorar los sistemas de redes y aguas potables; y de redes y teléfonos móviles.

e) Medidas destinadas al sostenimiento de los servicios públicos básicos como medio de «fijar» la población. Estos servicios básicos son, entre otros, centros sanitarios, colegios, centros de recreo y ocio y deportes.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 65

f) Apoyar, mediante las medidas que procedan, la creación de los multiservicios, con el fin de que existan en cada municipio productos de primera necesidad, de fácil adquisición, sin necesidad de desplazarse a otros municipios.

- MEDIDAS DE IMPULSO ECONÓMICO.

a) Medidas destinadas a agilizar los trámites administrativos y burocráticos en materia de concesiones, licencias y autorizaciones, con el fin de remover obstáculos que dificulten el inicio y despegue de la actividad profesional y empresarial en los medios rurales.

b) Medidas de impulso del turismo rural en sus vertientes etnológico, de rutas, paisajístico, monumental, idiomático y deportivo, con el fin de promocionar y dinamizar el sector de la hostelería y de casas rurales.

c) Apoyar el emprendimiento ganadero, agrario, forestal, medioambiental, agroalimentario y de hostelería en las zonas rurales.

d) Adopción de medidas que vayan destinadas al fomento, explotación y extracción, en su caso, de elementos energéticos sitios en las zonas rurales.

e) Apoyo y fomento de la formación práctica destinada al servicio del desarrollo social y territorial de los centros rurales. El apoyo de esta formación debe ir dirigida a los técnicos, cooperativas agrarias y de trabajo asociado y al personal de las entidades asociativas territoriales.

f) Fomento y modernización de las infraestructuras de regadío.

g) Invertir y dotar de personal en centros sanitarios, educativos y asistenciales para que los habitantes del medio rural tengan las mismas oportunidades que los habitantes del medio urbano.

h) Medidas para la protección del medioambiente, con rehabilitación de los espacios naturales como generadores de recursos.

i) Apoyo para revitalizar la vida cultural, tradiciones y costumbres que conforman, ancestralmente, el patrimonio histórico-cultural de las zonas rurales.

j) Configurar un plan para recuperar los oficios tradicionales como medio de «fijar» población y atraer turismo.

k) Adopción de medidas que incentiven que los funcionarios y el personal laboral al servicio de las Administraciones fijen su residencia en el entorno en el que realizan sus trabajos.

l) Favorecer, mediante incentivos, a las personas que quieran trasladar su lugar de residencia permanente de la ciudad al medio rural con el consiguiente seguimiento del proceso de adaptación.

m) Medidas para potenciar las industrias agroalimentarias y las actividades agropecuarias tradicionales, como medio para asentar población en los medios rurales.

n) Promocionar los sectores emergentes de la economía rural, tales como los servicios de la vida diaria (cuidado de niños, proximidad, dependencia, etc.).

- MEDIDAS DE APOYO A NIÑOS Y MAYORES.

a) Diseñar un plan de escuelas infantiles de primer ciclo y de educación infantil.

b) Diseñar un plan para crear una red de servicios destinados a mayores y personas discapacitadas.

c) Fomentar y mejorar el transporte escolar.

- MEDIDAS LOCALES.

a) **(Local).** Adopción de medidas para que la cultura celtibérica sea declarada y reconocida como Patrimonio de la Humanidad.

b) **(Local).** Creación en Teruel de un Instituto de Investigación de Desarrollo Rural «Serranía Celtibérica».

c) **(Local).** Considerar, como sistema territorial integrado la «Serranía Celtibérica».

### IX. RECOMENDACIONES ADOPTADAS POR UNANIMIDAD DE TODOS LOS GRUPOS PARLAMENTARIOS PARTICIPANTES EN LA PONENCIA.

1. Delimitar y diferenciar zonas o territorios escasamente poblados utilizando como criterio identificador aquellos municipios que han perdido población desde el año 1950 y tienen una densidad inferior a 10 habitantes por km<sup>2</sup>.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 505

17 de abril de 2015

Pág. 66

2. Que por las diversas administraciones estatal, autonómica, provincial y local se establezcan las acciones políticas necesarias para garantizar la permanencia de la población en el mundo rural y especialmente de la mujer joven en estos municipios como eje vertebrador y de desarrollo demográfico en el medio rural buscando la conciliación familiar, laboral y social.

3. Conseguir para estos municipios el mayor reparto posible tanto de fondos económicos de la Administración del Estado como de la Unión Europea utilizando parámetros discriminatorios positivos que le permitan el incremento de estas ayudas en relación a los núcleos con mayor número de población.

4. Adoptar cuantas disposiciones sean necesarias para conseguir la mayor coordinación entre todas las administraciones públicas implicadas en el mundo rural para aunar esfuerzos, acceder a los diversos programas de los fondos europeos (Plan 2014-2020 de la U.E.), su aplicación con la metodología LEADER y se establezcan medidas que impliquen discriminación legal positiva para generar empleo y actividad económica en el mundo rural.

5. Asumir las administraciones el compromiso de ofrecer a los habitantes de estas poblaciones los servicios básicos que garanticen su permanencia (salud, educación, ayuda a mayores, alimentación) para que sus habitantes puedan afrontar los problemas que se plantean en los territorios despoblados que son su lugar de residencia.

6. Pedir a las administraciones local, provincial, autonómica, estatal y europea que adopten las medidas fiscales, sociales y financieras estableciendo los incentivos económicos necesarios que permitan apoyar a los emprendedores y empresas que se quieran asentar de forma permanente en estos medios rurales así como a las personas, profesionales, funcionarios y empresas que estén asentados en estos núcleos rurales y evitar así su despoblación.

7. Mejorar las comunicaciones entre territorios que faciliten el transporte y se cree un sistema transversal y vertebrado de comunicaciones dentro de los territorios rurales.

8. Asegurar las nuevas tecnologías de la información en los centros rurales con pleno acceso a internet y completa cobertura de la telefonía móvil como medio de fijar población.

9. Mantener el empleo y la productividad impulsando los propios recursos naturales de la población, y que permitirán activar el turismo rural, que dinamizará el sector de la hostelería y de casas rurales así como apoyar el emprendimiento ganadero (incentivando la incorporación de nuevos ganaderos), agrario, forestal, medioambiental, agroalimentario de estas zonas rurales y rehabilitación de espacios naturales como generador de recursos.

10. Favorecer la calidad de vida e igualdad de oportunidades ofreciendo unos adecuados servicios destinados a personas mayores y discapacitados, niños, mujer apoyando y promocionando los sectores emergentes de la economía rural.

11. Desarrollar poblaciones intermedias con unos adecuados multiservicios rurales a los que los ayuntamientos de estas zonas rurales tengan la posibilidad de acceder para cubrir las necesidades básicas de sus vecinos.

12. Habilitar fórmulas como la Inversión Territorial Integradas (ITI) como vía de gestión y financiación.

13. Implicar a la población autóctona ante la recepción e integración de nuevos pobladores, no solo concienciándola sino revitalizando la participación e implicación en actividades económicas, culturales, sociales, asociativas, medio-ambientales, etc.

14. Difundir las medidas en los núcleos de población importantes, poniendo en valor la calidad de vida, la empatía y sensibilidad con los territorios despoblados.

15. Buscar la mayor coordinación de todas las administraciones e instituciones implicadas en la lucha contra la despoblación rural con el respeto a su ámbito competencial, apoyando y priorizando inversiones públicas generadoras de empleo en el mundo rural.

Palacio del Senado, 24 de marzo de 2015.—**Antonio Ernesto Arrufat Gascón, José María Cazalis Eiguren, Sebastián García Martínez, Miguel Ángel González Vega, José Manuel Mariscal Cifuentes, Gerardo Martínez Martínez, María Teresa Rivero Segalás y María Jesús Sequera García.**

cve: BOCG\_D\_10\_505\_3392



# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

X LEGISLATURA

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 366

## IV. OTRAS ACTIVIDADES PARLAMENTARIAS

### COMISIONES DE INVESTIGACIÓN O ESPECIALES

**Comisión Especial de Estudio sobre las medidas a desarrollar para evitar la despoblación de las zonas de montaña.**  
**(650/000004)**

#### INFORME DE LA COMISIÓN

##### INFORME DE LA COMISIÓN ESPECIAL DE ESTUDIO SOBRE LAS MEDIDAS A DESARROLLAR PARA EVITAR LA DESPOBLACIÓN DE LAS ZONAS DE MONTAÑA

La Comisión Especial de Estudio sobre las medidas a desarrollar para evitar la despoblación de las zonas de montaña fue creada por acuerdo del Pleno de la Cámara de fecha 6 de marzo de 2013, como consecuencia de la presentación de la solicitud del senador D. José Montilla Aguilera, del Grupo Parlamentario Entesa pel Progrés de Catalunya, y treinta y cinco senadores más, que motivaron su iniciativa en estos términos:

«La evolución de los territorios de montaña y su constante despoblación hace patente la necesidad de establecer medidas que permitan el desarrollo de las comunidades que habitan estas zonas, así como la protección y conservación de sus valores patrimoniales.

Estas medidas han sido reiteradamente recomendadas por diferentes estamentos europeos así como por la propia Asamblea de Naciones Unidas.

Iniciado el siglo XXI, y ante la trascendencia que tendrá en un futuro próximo para el conjunto del país abordar este debate que nos parece inaplazable, consideramos necesario establecer las bases de una política para las zonas de montaña de este país que contemple, de forma amplia, los elementos esenciales que han de garantizar su futuro.

Es por este motivo por lo que se solicita la creación de una Comisión Especial de Estudio sobre las medidas a desarrollar para evitar la despoblación de las zonas de montaña.

Los trabajos de esta Comisión Especial se centrarán en los siguientes ámbitos:

- Identificar las necesidades, condiciones y medios de vida sostenible para el mantenimiento de las poblaciones de zonas de montaña y la gestión colectiva de los territorios, impulsando actuaciones que, en un marco de consenso con las Comunidades Autónomas y las administraciones locales, permitan evitar la despoblación de estas zonas e impulsar su desarrollo.

- Impulsar, identificar y valorar la agricultura de montaña como un elemento a potenciar, especialmente desde la perspectiva de la calidad, estableciendo medidas para su modernización así como para la identificación de sus productos y las ayudas para un impulso de las industrias transformadoras y artesanas.

- Establecer medidas para evitar y paliar los problemas que generan inequidad en el acceso a los servicios públicos como la enseñanza, la sanidad y aquellos que puedan considerarse de carácter esencial.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 367

- Establecer una estrategia de Estado para impulsar, junto con las Comunidades Autónomas concernidas, el turismo de montaña en términos sostenibles y con la participación de las comunidades locales.
- Crear un espacio de debate y estudio para abordar la creación de mecanismos de coordinación en el ámbito de los macizos montañosos de las políticas de protección ambiental así como de desarrollo económico y social del conjunto territorial que responda al término del correspondiente macizo, incorporando a este debate a las instituciones y representantes locales.
- Y en general todas aquellas medidas que ayuden de forma transversal a mejorar la calidad de vida de los habitantes de las zonas de montaña y que preserven sus valores naturales y culturales.»

La Comisión se constituyó el 14 de octubre de 2014, con la composición siguiente:

### MESA:

Presidente:

D. Ricardo Luis Gabriel Canals Lizano

Vicepresidente Primero:

D. José Fernández Blanco

Vicepresidenta Segunda:

D.ª María Teresa Rivero Segalàs

Secretario Primero:

D. Francisco Boya Alós

Secretario Segundo:

D. José María Cazalis Eiguren

### VOCALES:

D.ª María del Carmen Aragón Amunárriz

D.ª María de los Ángeles Armisen Pedrejón

D. Antonio Ernesto Arrufat Gascón

D. Avelino de Barrionuevo Gener

D.ª Ester Capella i Farré

D. Francisco Delgado Vilchez

D. Miguel Fidalgo Areda

D.ª Silvia Franco González

D. José María Fuster Muniesa

D.ª María Ángeles García Romero

D. Miguel Ángel González Vega

D. Porfirio Herrero Estébanez

D. Dámaso López Rodríguez

D.ª María José Martín Gómez

D. Félix Montes Jort

D. Francisco Javier Pagola Sáenz

D. José Ignacio Palacios Zuasti

D. Gonzalo Piñeiro García-Lago

D. Pedro Antonio Ruiz Santos

D.ª Laura Sampedro Redondo

D. Diego Sánchez Duque

En la sesión constitutiva la Comisión delegó en la Mesa las facultades a que se refieren los artículos 66.1 y 67 del Reglamento de la Cámara. En reunión de Mesa y Portavoces del día 13 de noviembre de 2014, se acordaron las comparecencias siguientes:

### Comparecientes propuestos por el Grupo Parlamentario Popular

1. Josefina Gómez Mendoza  
Catedrática emérita de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y Académica de Número de las Reales Academias de Historia y de Ingeniería.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 368

2. Francisco José Escanciano Escanciano  
Alcalde del municipio leonés de Prioro, que está situado en el parque regional de Picos de Europa.
3. José Antonio Álvarez Cachón  
Alcalde de Candín (León), situado en la reserva de la Biosfera de los Ancares leoneses.
4. Manuel Rodríguez Díez  
Alcalde del municipio leonés de Riello que agrupa a 39 pueblos y está situado en la reserva de la Biosfera de los Valles de Omaña y Luna.
5. Silvia Clemente Muncio  
Consejera de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León.
6. Víctor José Barrio Sena  
Alcalde de Jaca (Huesca).
7. José Manuel Latre Rebled  
Alcalde de Sigüenza (Guadalajara) y Diputado en las Cortes de Castilla-La Mancha.
8. Lucía Enjuto Cárdaba  
Alcaldesa de Mazarate (Guadalajara), Diputada Provincial y responsable de los programas que se realizan desde la Diputación de Guadalajara en favor de los municipios de toda la comarca.
9. Luis Estaún García  
Alcalde de Biescas (Huesca), Senador y miembro de la dirección de la FEMP y de la Asociación de Municipios de Montaña.
10. José Víquez Ruiz  
Alcalde de Yunquera (Málaga), un municipio de montaña enclavado en lo que se denomina Sierra de las Nieves.
11. Vicente Caja Real  
Alcalde de Buenache de la Sierra (Cuenca).
12. Lorenzo Camuñas de la Llave  
Jefe de Servicio Desarrollo Rural de la Consejería de Agricultura de Castilla la Mancha.
13. Luis Antonio Chaves Vélez  
Responsable en el Área de la Dirección General de Infraestructuras de la Consejería de Agricultura de Castilla la Mancha.
14. Juan Diego Requena Ruiz  
Alcalde de Santisteban del Puerto (Jaén) y Técnico en la materia de gestión de montes, favoreciendo los aprovechamientos agrícolas, ganaderos, etc.
15. Modesto Lobón Sobrino  
Consejero de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón.
16. Roberto Bermúdez de Castro Mur  
Consejero de Presidencia y Justicia del Gobierno de Aragón y Presidente del grupo Aramón, Montañas de Aragón.
17. Francisco Burillo Mozota  
Director del proyecto Serranía Celtibérica y catedrático de Ciencias Sociales de la Universidad de Zaragoza.
18. José Arnáez Vadillo  
Experto mundial de la Despoblación y Rector de la Universidad de la Rioja.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 369

19. José Luis Fontaniella Fernández  
Alcalde de Cangas del Narcea (Asturias) y Vicepresidente de la Asociación Española de Municipios de Montaña (esMONTAÑAS).
20. José Manuel González Castro  
Alcalde de Cangas de Onís (Asturias).
21. Manuel Fernández Fernández  
Presidente de la Comisión de Agricultura y Ganadería del PP de Asturias y Ex Consejero de Agricultura del Principado de Asturias.
22. Mercedes Cofreces Martín  
Gerente del Consorcio de Residuos de Palencia.
23. María de Diego Durántez  
Directora General de Relaciones Institucionales y Acción Exterior de la Junta de Castilla y León.

### Comparecientes propuestos por el Grupo Parlamentario Socialista

1. Jesús Casas Grande  
Ex Director General de Desarrollo Sostenible Medio Rural.
2. Jaime Izquierdo Vallina  
Experto en desarrollo rural.
3. M.<sup>a</sup> Josefina Francisca Rodríguez Galdo  
Catedrática de Historia e Instituciones Económicas. Universidad Santiago de Compostela (A Coruña).
4. Fermín Rodríguez Gutiérrez  
Director del Centro de Cooperación y Desarrollo Territorial (CeCodet).
5. Valentín Cabero Diéguez  
Catedrático emérito de Geografía de la Universidad de Salamanca.
6. José María Pérez González  
Presidente de la Fundación Santa María La Real.
7. Eduardo Martínez de Pisón Stampa  
Catedrático Emérito de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM).
8. José Emilio Guerrero Ginel  
Profesor Titular de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos y de Montes (ETSIAM) de la Universidad de Córdoba desde 1982.
9. Eduardo Moyano Estrada  
Ingeniero Agrónomo y Catedrático del Consejo Superior de Investigaciones Científicas-Córdoba (CESIC).
10. Carlos Pinto  
Presidente de la Asociación Europea de Autoridades Políticas de Regiones de Montaña (AEM).
11. Nicolás Evrard  
Secretario General de la Asociación Europea de Autoridades Políticas de Regiones de Montaña (AEM).

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 370

12. Belarmino Fernández Fervienza  
Alcalde de Somiedo (Asturias).
13. Ana Ruiz Conde  
Gerente de la Asociación de Entidades Locales del Pirineo Aragonés (ADELPA) y de la Comarca de Sobrarbe.
14. Joaquín Soler Molés  
Presidente de la Asociación de Ganaderos de Raza Ojinegra de Teruel ( AGROJI).
15. Secundino Caso Róiz  
Alcalde de Peñarrubia (Cantabria).
16. Emiliano Rodríguez Moreno  
Presidente Mancomunidad Sierra Segura (Albacete) y Diputado Provincial de Albacete.
17. José Luis Bergua Sánchez  
Presidente de la Asociación Empresarial Turística de Sobrarbe.
18. Juan Carlos Escuder Narbón  
Presidente de la Asociación empresarial Gúdar-Javalambre (Teruel).
19. Julio Vías Alonso  
Portavoz de las asociaciones conservacionistas de Castilla y León en la Junta Rectora del Parque Natural «Sierra Norte de Guadarrama».

### Compareciente propuesto por el Grupo Parlamentario Catalán en el Senado Convergència i Unió

1. Ferran Miralles i Sabadell  
Responsable d'Actuacions Estratègiques Direcció General d'Ordenació del Territori i Urbanisme.

### Comparecientes propuestos por el Grupo Parlamentario Entesa pel Progrés de Catalunya

1. Fernando Collantes Gutiérrez  
Profesor Titular de Historia e Instituciones Económicas. Universidad de Zaragoza.
2. Juan Carlos Barrabés Cónsul  
Emprendedor y Comunicador.
3. Pedro Medrano Ceña  
Emprendedor Social y Director Técnico de la Asociación Forestal de Soria.
4. Arcadi Castelló Cadena  
Miembro del Consejo Asesor de la Asociación Española de Municipios de Montaña (esMONTAÑAS).
5. Juan Antonio Serrano Iglesias  
Empresario y Consejero del Consejo General del Valle de Arán.

### Compareciente propuesto por el Grupo Parlamentario Vasco

1. Juan Andrés Gutiérrez Lazpita.  
Presidente de la Asociación Europea para la cooperación de las regiones de Montaña (Euromontana).



# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 371

### Comparecientes propuestos por el Grupo Parlamentario Mixto

1. Ricard Riol Jurado  
Presidente de la Associació per a la Promoció del Transport Públic (PTP).
2. Josep Carles Vicente Perelló  
Sindicat Unió de Pagesos de Catalunya.
3. Theo Oberhuber  
Ecologistas en acción.

Ante la Comisión han comparecido las siguientes personalidades:

#### Lunes, 24 de noviembre de 2014:

- D. Roberto Bermúdez de Castro Mur. Consejero de Presidencia y Justicia del Gobierno de Aragón y Presidente del grupo Aramón, Montañas de Aragón.
- D. Jesús Casas Grande. Ex Director General de Desarrollo Sostenible del Medio Rural.
- D. Arcadi Castilló Cadena. Miembro del Consejo Asesor de la Asociación Española de Municipios de Montaña (esMONTAÑAS).
- D. Francisco Burillo Mozota. Director del Proyecto Serranía Celtibérica y Catedrático de Ciencias Sociales de la Universidad de Zaragoza.

#### Lunes, 1 de diciembre de 2014:

- D. Francisco José Escanciano Escanciano. Alcalde de Prioro (León).
- D. Luis Sebastián Estaún García. Alcalde de Biescas (Huesca).
- D. José Antonio Víquez Ruiz. Alcalde de Yunquera (Málaga).
- D. Secundino Caso Róiz. Alcalde de Peñarrubia (Cantabria).

#### Lunes, 15 de diciembre de 2014:

- D. Ricard Riol Jurado. Presidente de la Asociación para la Promoción del Transporte Público (PTP).
- D. Julio Vías Alonso. Miembro de la Junta Rectora del Parque Natural «Sierra Norte de Guadarrama» en representación de las asociaciones conservacionistas de Castilla y León.
- Dña. Josefina Gómez Mendoza. Catedrática emérita de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y Académica de Número de las Reales Academias de Historia y de Ingeniería.

#### Lunes, 12 de enero de 2015:

- D. Eduardo Martínez de Pisón Stampa. Catedrático emérito de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM).
- D. Valentín Cabero Diéguez. Catedrático emérito de Geografía de la Universidad de Salamanca.
- D. José Arnáez Vadillo. Rector de la Universidad de La Rioja.
- D. Fernando Collantes Gutiérrez. Profesor titular de Historia e Instituciones Económicas de la Universidad de Zaragoza.
- Dña. María Josefina Francisca Rodríguez Galdo. Catedrática de Historia e Instituciones Económicas de la Universidad de Santiago de Compostela (A Coruña).
- D. José Emilio Guerrero Ginel. Profesor titular de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos y de Montes (ETSIAM) de la Universidad de Córdoba.

#### Lunes, 19 de enero de 2015:

- D. Modesto Lobón Sobrino. Consejero de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón.
- Dña. Silvia Clemente Municio. Consejera de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 372

- D. Manuel Fernández Fernández. Ex Consejero de Agricultura del Principado de Asturias y Presidente de la Comisión de Agricultura y Ganadería del Partido Popular de Asturias.
- D. Fermín Rodríguez Gutiérrez. Director del Centro de Cooperación y Desarrollo Territorial (CeCodet) de la Universidad de Oviedo (Asturias).
- D. Eduardo Moyano Estrada. Ingeniero Agrónomo y Catedrático del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).
- D. Jaime Izquierdo Vallina. Experto en desarrollo rural.

### Lunes, 9 de febrero de 2015:

- D. Emiliano Rodríguez Moreno. Diputado Provincial de Albacete.
- D. Vicente Caja Real. Alcalde de Buenache de la Sierra (Cuenca).
- D. Juan Diego Requena Ruiz. Alcalde de Santisteban del Puerto (Jaén).
- D. José María Pérez González. Presidente de la Fundación Santa María La Real.

### Lunes, 23 de febrero de 2015:

- D. Josep Carles Vicente Perelló. Miembro de la Comisión permanente nacional de la Unió de Pagesos de Catalunya.
- Dña. María de Diego Durántez. Directora General de Relaciones Institucionales y Acción Exterior de la Junta de Castilla y León.
- D. Carlos Pinto. Presidente de la Asociación Europea de Autoridades Políticas de Regiones de Montaña (AEM).
- D. Nicolas Evrard. Secretario General de la Asociación Europea de Autoridades Políticas de Regiones de Montaña (AEM).

### Lunes, 9 de marzo de 2015:

- D. Juan Andrés Gutiérrez Lazpita. Presidente de la Asociación europea para la cooperación de las regiones de montaña (Euromontana).
- D. José Antonio Álvarez Cachón. Alcalde de Candín (León).
- D. José Luis Fontaniella Fernández. Alcalde Cangas del Narcea (Asturias) y Vicepresidente de la Asociación Española de Municipios de Montaña (esMONTAÑAS).
- D. José Manuel Latre Rebled. Alcalde de Sigüenza (Guadalajara) y Diputado de las Cortes de Castilla-La Mancha.

### Lunes, 23 de marzo de 2015:

- D. Belarmino Fernández Fervienza. Alcalde de Somiedo (Asturias).
- D. Víctor José Barrio Sena. Alcalde de Jaca (Huesca).
- Dña. María Lucía Enjuto Cárdbaba. Alcaldesa de Mazarete (Guadalajara) y Diputada Provincial.
- D. Joaquín Soler Molés. Presidente de la Asociación de Ganaderos de Raza Ojinegra (AGROJI).

### Lunes, 13 de abril de 2015:

- D. José Luis Bergua Sánchez. Presidente de la Asociación Empresarial Turística de Sobrarbe.
- D. José Manuel González Castro. Alcalde de Cangas de Onís (Asturias).
- D. Manuel Rodríguez Díez. Alcalde de Riello (León).
- D. Miguel Cervantes Villamuelas. Director General de Infraestructura y Desarrollo Rural de la Consejería de Agricultura de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

### Lunes, 20 de abril de 2015:

- D. Manuel Pizarro Moreno. Presidente del Patronato del Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido.
- Dña. Ana Ruiz Conde. Gerente de la Comarca de Sobrarbe.
- D. Ferran Miralles i Sabadell. Responsable de Actuaciones Estratégicas del Departamento de Territorio y Sostenibilidad de la Generalitat de Cataluña.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 373

Lunes, 27 de abril de 2015:

- Dña. Mercedes Cófreces Martín. Gerente del Consorcio Provincial de Residuos de Palencia.
- D. Juan Carlos Escuder Narbón. Presidente de la Asociación Empresarial Gúdar Javalambre.
- D. Pedro Agustín Medrano Ceña. Gerente de la Asociación Forestal de Soria (ASFOSO).
- D. Juan Carlos Barrabés Cónsul. Emprendedor.

El **objeto de la Comisión**, como advirtió en su primera sesión el Presidente, no es otro más que el que los comparecientes **«propongan medidas para evitar la despoblación» o, lo que es lo mismo, medidas normativas y administrativas «para que las zonas de montaña puedan progresar», lo que supone atender a la modernización y desarrollo de todos los sectores económicos y, en particular de la agricultura, de la ganadería, de la pesca y de la artesanía, a fin de equiparar el nivel de vida de todos los españoles tal como dispone el artículo 130.1 de la CE, que singularmente establece en su apartado 2 «con el mismo fin, se dispensará un tratamiento especial a las zonas de montaña».**

En relación con el turismo, se tratará de conseguir por medio de ofertas atractivas su **desestacionalización, para evitar la subordinación del turismo de montaña al deporte del esquí, lo que no impide reconocer la importancia de éste.**

En una síntesis de las distintas intervenciones, la Comisión juzga oportuno **someter al Pleno** de la Cámara las siguientes:

### PROPUESTAS

**Primera.** Reconocer el significado estratégico de las zonas de montaña, como territorios de cabecera donde nace la vida (*fons vitae*, en expresión de los clásicos), de lo que son exponente nuestros ríos. Es necesario recuperar la articulación o vertebración del territorio, lo que obliga a considerar, tanto en el marco del territorio español como en zonas transfronterizas, la diversidad de modelos de explotación de los recursos naturales en las diversas zonas de montaña.

Reclamar del conjunto de las Administraciones, una especial atención a la situación de las zonas de montaña impulsando, desde sus diferentes responsabilidades, una acción contundente contra los procesos de despoblación y envejecimiento que aquejan estas zonas. Unos espacios que con sus gentes, sus recursos naturales y el conjunto de su patrimonio cultural, cumplen un papel esencial en la vertebración, preservación y gestión del territorio en el conjunto del Estado.

**Segunda.** Asociar, en una necesaria y razonable alianza de conservación y desarrollo, la recuperación de espacios naturales de montaña y la generación de un empleo estable que contribuya a fijar población, tanto para la gestión de actividades tradicionales como de las de nueva introducción.

Con ello debiera armonizarse el valor cultural del paisaje con las necesidades del territorio en el que la población se asienta y al que, si se prestigia eficazmente el retorno a la montaña, debiera sentirse vinculada.

**Tercera.** Aumentar, a través de los programas de I+D, la competitividad de los sectores tradicionales, agrícola, ganadero y forestal, impulsando el desarrollo de actividades más recientes como es la gestión de la biomasa, así como diversificando la actividad turística, tanto estacionalmente como mediante la atención a las diversas especialidades deportivas o de otra naturaleza. Todo ello en el marco de un proyecto modernizador que defina objetivos e instrumentos jurídicos, administrativos y económicos, además de ser un espacio de convergencia de la necesaria intervención pública con las diversas iniciativas de la sociedad civil. Ello implica priorizar las políticas destinadas a impulsar proyectos económicos sostenibles en las zonas de montaña capaces de asentar la población en el territorio.

**Cuarta.** Impulsar la calidad de vida en el medio rural de montaña, como premisa ineludible para el crecimiento demográfico, que es inseparable siempre de una presencia y participación de la mujer en la vida económica, política y social en igualdad de oportunidades. Para ello deberá atenderse a la diversidad del medio, así como reconocerse la importancia de las iniciativas de ámbito local, propuestas por las organizaciones rurales, que deberán ser estimuladas y reconocidas, con un espíritu de sinergia y coordinación con las Administraciones públicas competentes.

Con ese objetivo, es esencial elaborar una estrategia para las zonas de montaña con una perspectiva integral, no impuesta sino fruto de una efectiva participación ciudadana, tras un debate entre los actores concernidos; debate que debería conducir, ante todo, a visualizar la realidad del territorio y a dotar a éste

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 374

de los equipamientos sociales necesarios, incluida la introducción de las nuevas tecnologías, para hacerlo sostenible y atractivo.

En este ámbito, la prestación de los servicios públicos, en las zonas de montaña, ha de ser considerado, tanto en sus costes como en sus prestaciones un elemento esencial para evitar la despoblación y por tanto, asumir las dificultades de dicha prestación inherentes a zonas de población dispersa y malas comunicaciones, que conllevan entre otros aspectos, mayores costes y disminución legal de las ratios de población para su prestación.

**Quinta.** Reforzar el apoyo al transporte y la mejora de las infraestructuras viarias y ferroviarias de carácter básico y propiciar la modernización de las explotaciones y servicios para la transformación y comercialización de los productos mediante el fomento de cooperativas o asociaciones de productores agrarios o ganaderos, comprometidos en el apoyo a la investigación y promoción de nuevos productos basados en la calidad, la seguridad y la salubridad; salvaguardando siempre las garantías medioambientales.

**Sexta.** Vertebrar el territorio a través de buenas comunicaciones y con la introducción selectiva de nuevas tecnologías (telefonía móvil e Internet), asociando siempre los intereses de la población actual al desarrollo del territorio y reconociendo las dificultades para el relevo generacional. Este principio ha de ser una prioridad en las zonas de montaña, en las que no habrá futuro si no existe una conectividad digital planificada. Por ello, ha de fomentarse en las empresas y la administración el incremento de la cobertura territorial, disminuyendo así la brecha digital.

Recomendar la existencia de una planificación de movilidad básica, para facilitar el desplazamiento de los ciudadanos.

Garantizar el acceso a la banda ancha y a unos precios similares a los pagados en zonas no de montaña, como factor indispensable para que las zonas de montaña no estén al margen de la sociedad de la información y la comunicación. Ello, conjuntamente con las ventajas de vivir en zonas rurales, es un factor necesario para atraer a los profesionales que realizan o puedan realizar el teletrabajo.

**Séptima.** Atender, para preservar la integridad del medio de montaña, a una coordinada ordenación del territorio, que singularmente garantice la calidad de los planes de ordenación urbanística, teniendo en cuenta el impacto de las necesarias infraestructuras de transporte y de la posible instalación de industrias y servicios. Éstas deberán orientarse a generar productos de calidad, como es el caso de la agroindustria o de la transformación de carne en cuanto proyectos de inversión atractivos para la población joven. A ello se suma la necesidad de racionalizar la explotación del recurso hídrico.

**Octava.** Impulsar una pedagogía del medio que describa y defina con precisión las zonas de montaña, ilustrando sobre su realidad, sus problemas y sus legítimas expectativas. Ello implica la introducción de buenas prácticas factibles, y por ende sostenibles, que no pueden limitarse a propósitos o intenciones efímeras de fin de semana.

En este sentido, debería contemplarse la gestión integrada de servicios a través de programas comunes vinculados a espacios comarcales, superadores de la clásica visión endógena, que sean objeto de una normativa transversal movilizadora de iniciativas y recursos, nacionales y europeos, superadora de toda inercia burocrática y sujeta efectivamente al principio de subsidiariedad. Es el caso de los programas en los que se introducen servicios de transporte adaptado, comida a domicilio, préstamo de ayudas técnicas, biblioteca móvil y podología.

Esta normativa deberá atender a la garantía de permanencia de la población y de las actividades productivas en espacios objeto de especial protección, en especial, los incluidos en Red Natura 2000 u otros programas internacionales, como el de Reservas de la Biosfera. Entendiendo que la garantía de permanencia debe referirse e incluir y asegurar las actividades industriales, allí donde son señas de identidad.

No debe olvidarse que el medio ambiente y los espacios naturales protegidos deben constituirse realmente en un factor de desarrollo para estos territorios. Así se debería impulsar el desarrollo de actividades en espacios naturales protegidos con medidas para las siguientes actuaciones:

- Programación de actividades ligadas a los espacios, y no sólo actuaciones de conservación e infraestructuras, con el fin de dinamizarlos y atraer visitantes.
- Agricultura/ganadería.
- Transformación agroalimentaria.
- Empresas turísticas.

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 375

**Novena.** Objeto irrenunciable, desde una perspectiva demográfica, debe ser garantizar la cohesión social, indisociable de la cohesión territorial, en las zonas de montaña. Ello obliga a considerar la introducción en nuestro ordenamiento jurídico de medidas de discriminación positiva en las políticas sociales de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y demográficas aplicables al mundo rural, singularmente en la financiación local.

**Décima.** Concienciar a la sociedad de la importancia de las zonas de montaña en su contribución a la resolución de problemas de carácter global que afectan al futuro de la humanidad. En los Planes de lucha contra el Cambio Climático se tendrá en cuenta cómo mantener estos espacios y la población que los gestionan, así como compensar a aquéllos con medidas para evitar su deterioro.

**Undécima.** Así mismo resulta inaplazable una simplificación de los marcos administrativos y legislativos para adaptarlos a las realidades rurales y a las zonas de montaña, modulando los requisitos y obligaciones de los emprendedores a sus entornos y a las expectativas de estas empresas. Muy especialmente cuando la función social de un negocio en los pueblos de montaña debería, en muchas ocasiones, ser considerado como un bien social y por tanto establecer criterios de fiscalidad que se ajusten a la realidad de estos entornos.

**Duodécima.** Considerar conjuntamente las estrategias adoptadas sobre población, así las agendas autonómicas para la población, en periodos limitados y el impacto del trabajo en red en el ámbito europeo de comunidades autónomas y regiones. Ello es condición del éxito de las políticas transversales que pretenden un desarrollo y un crecimiento sostenible que posibilite el progreso en el medio rural, en concreto en los municipios de alta montaña. Esta estrategia requiere una adecuada ordenación del territorio que considere la concurrencia de colectivos poblacionales, como los jóvenes, las mujeres, los inmigrantes y las familias. Todo ello teniendo en cuenta la necesaria consideración conjunta de los tres pilares fundamentales que definen el desarrollo sostenible: la dimensión económica, la dimensión social y la dimensión medioambiental. Pilares que apuntan siempre al hecho controvertido de que la montaña es un recurso natural indispensable para mantener la calidad de vida de los centros urbanos lo que implica superar la «reducción urbanita» de su consideración. Ello obliga también a considerar la existencia de instrumentos financieros europeos y otros, que obligan a definir análisis comunes y a tener una visión macrorregional de los territorios de montaña. Por todo ello, desde el conjunto de las administraciones públicas, se deben impulsar acciones de sensibilización del medio urbano hacia las zonas rurales, en especial las zonas de montaña, siguiendo el ejemplo de las iniciativas denominadas de «ingeniería territorial» impulsadas en países como Francia.

**Decimotercera.** Racionalizar la distribución de los mercados y de los propios canales de distribución, con especial atención a la promoción de la industria agroalimentaria, de indiscutible importancia sectorial para la definición y gestión de una eficaz política demográfica.

Esta transversalidad de los principios debe también traducirse en una actuación de las distintas administraciones competentes, desde la Unión Europea a la más cercana administración local, en una renovada visión interdisciplinar del territorio de montaña como exponente de la moderna ruralidad, que va unida a una activa rehabilitación agroecológica de la montaña. Ello conduce a prefigurar un espacio político de consenso en el que se haga balance de la trayectoria seguida hasta ahora, en la línea del Protocolo aprobado por la Unión Europea para el reconocimiento de la marca de los productos de montes.

**Decimocuarta.** Reconocer la labor de los municipios, Comunidades Autónomas, Diputaciones Forales, Diputaciones Provinciales, Comarcas y de los respectivos Consorcios y Mancomunidades de interés general por los servicios, ayuda y apoyo que prestan a los municipios de zonas de montaña. Entre los servicios más básicos deberían mejorarse los centros educativos, incluidos los de educación infantil, impulsando medidas que aborden con eficacia el fracaso escolar, así como los servicios relacionados con la conciliación de la vida personal, familiar y laboral sin perjuicio de las competencias autonómicas, además de consultorios médicos y centros residenciales de mayores. Igualmente deberá apostarse también por el turismo de calidad.

**Decimoquinta.** Gestionar el bosque, tratando de que el valor añadido, a través de las correspondientes transformaciones industriales y mediante adecuados sistemas de comercialización, permanezca dentro del propio territorio. Ello obliga a priorizar el apoyo a la gestión sostenible de los bosques, en beneficio de la colectividad y de la propiedad, en orden a mejorar el valor añadido de los productos forestales, con atención a las actividades de observación, fotografía y deportes diversos.

El ámbito forestal es, en consecuencia, el espacio para el desarrollo de actividades de deporte y ocio, en especial de la caza y pesca deportiva, tan importantes para una atractiva oferta de turismo rural, lo que obliga a considerar conjuntamente la normativa aplicable. Debería potenciarse la formación especializada en profesiones próximas al territorio y relacionadas con el monte, como prevención de

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 376

incendios, reforestación, limpieza, custodia de especies protegidas, aprovechamiento del corcho, cultivo de plantas aromáticas, entre otras actividades, buscando siempre la incorporación voluntaria de los jóvenes y las mujeres al aprendizaje.

Asimismo, debe añadirse una valoración efectiva de la certificación forestal, con el objeto de proporcionar calidad a los productos empresariales de esa naturaleza.

En consecuencia, deberá impulsarse la gestión del patrimonio forestal a través de los proyectos de ordenación del monte, introduciendo singularmente una estrategia para el impulso del recurso de la biomasa, con las correspondientes desgravaciones fiscales y medidas de discriminación positiva para los bosques de las zonas de montaña.

**Decimosexta.** Fomentar, en los ámbitos educativo, laboral y social, la presencia de entidades propias de la sociedad civil (asociaciones, fundaciones y cooperativas) en sinergia y en red con las administraciones. Así, debiera tenerse en cuenta el impacto ya conseguido por las escuelas taller, talleres de empleo y casas de oficios, en orden a fomentar una cultura de emprendimiento solidario, que debería verse complementada, para reforzar la fijación de la población en el territorio, con la creación de centros residenciales de mayores, de espacios activos de tiempo libre y dinamización cultural, y de centros educativos, incluidos los de educación infantil. Especial interés tiene la introducción de programas de formación continua *online*.

Singularmente, debe fomentarse la creación de asociaciones de montaña, así como impulsarse el diálogo con las existentes, para alcanzar consensos con los territorios de montaña y sus representantes.

**Decimoséptima.** Racionalizar el impacto de la PAC, de acuerdo con las previsiones del marco nacional, reforzando la figura del llamado agricultor activo. A ello debería sumarse una concesión de incentivos fiscales para quien obtenga más del cincuenta por ciento de sus ingresos de la actividad agraria y viva en una zona de montaña. Objetivo concurrente debiera ser el de potenciar y dinamizar la ganadería ecológica.

**Decimooctava.** Considerar el cambio de modelos productivos, cada vez más virtuales, en los que la producción física es menos importante a veces que la de naturaleza intelectual. Ello obliga a entender el medio montañoso no como un problema sino sobre todo como fuente de nuevas oportunidades. La innovación y adaptación al cambio conducirá a definir un nuevo sistema de producción que permita deslocalizar y singularizar ésta.

Este nuevo modelo debería contrastarse con experiencias ya consolidadas como las de Suiza y de Francia, que constituyen un buen ejemplo de gobernabilidad; en el segundo caso a través de la institución de los Comités de Macizo. Igualmente, por su proximidad, debería considerarse la experiencia de los consells comarcales catalanes. Experiencias que responden a una visión sinérgica y holística, ejemplo de convivencia entre ámbitos competenciales diferentes, con el punto de mira en el territorio y no en el ámbito sectorial.

En el contexto de esa visión, la despoblación afecta a la casi totalidad de las zonas rurales, por lo que su superación debiera abordarse a nivel nacional o incluso europeo. Así en la definición integrada de la necesidad de infraestructuras, de aligeramiento de trámites administrativos y de la adopción de una discriminación positiva que se traduzca en incentivos que permitan el lanzamiento de una marca de identidad para la promoción de industrias agroalimentarias vinculadas al territorio, con el impulso de la sociedad civil (grupos de acción local y desarrollo rural).

**Decimonovena.** Favorecer escenarios de eficiencia y sostenibilidad que permitan la recuperación de industrias y de arqueología industrial, así como de los oficios tradicionales, como el de aprovechamiento de los pinares resineros o la recuperación de la arquitectura tradicional. Ello obliga a la introducción de programas de formación continua *online*. Especial interés tiene la recuperación de la arquitectura tradicional, hoy totalmente abandonada.

Impulsar los recursos destinados a I+D en zonas de montaña para desarrollar acciones específicas y mejorar la eficiencia en los productos locales.

**Vigésima.** Incentivar la presencia de empresas tecnológicas que contribuyan a cubrir las necesidades esenciales de la ciudadanía, superando el problema de la dispersión de población en los territorios de montaña. A ello deberá sumarse el fomento del autoempleo, la formación profesional y la educación.

**Vigésima primera.** Favorecer la generación de «la economía y el empleo verde» para lograr la conservación de los hábitats, manteniendo los usos tradicionales e incentivando actividades vinculadas a la naturaleza. Ello obliga a considerar la relevancia de los espacios naturales protegidos, con sus correspondientes puestos de trabajo, directos e indirectos. Presupuesto ineludible es siempre la obtención de consensos que vinculen la protección del medio ambiente a los intereses económicos de personas

# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 377

y de pueblos, siempre desde la visión transversal de las soluciones y de la singularidad de cada uno de los espacios considerados. Como regla para las decisiones políticas que se adopten en materia de despoblación, cabría decir que «lo que funciona, solo hay que dirigirlo y encauzarlo, interviniendo solo en lo que no funciona».

**Vigésima segunda.** Impulsar la introducción de energías renovables, en cuanto constituyen una oportunidad de desarrollo para las zonas de montaña por aportar la mayoría de los recursos.

A ello debe sumarse la garantía de la compensación legal prevista, en su caso, para los supuestos de caducidad o extinción de la concesión de aprovechamientos hidráulicos existentes en esos territorios.

**Vigésima tercera.** Aplicar la regulación establecida por el Real Decreto 1336/2011, de 3 de octubre, sobre el contrato territorial, como instrumento a suscribir entre la Administración Pública y los titulares de explotaciones agrarias en orden a orientar su actividad al desarrollo sostenible en el medio rural.

**Vigésima cuarta.** Considerar la relevancia de la actividad económica a la hora de definir la ordenación del territorio de montaña y, en particular, la forma de desarrollar la protección de estos espacios naturales. En consecuencia, deben considerarse las experiencias orientadas hacia una estrategia de planeamiento territorial que apueste por una red de pequeñas ciudades pirenaicas, con el objeto de integrar las políticas sectoriales en torno a proyectos estratégicos, sin limitarse a sumarlas o superponerlas.

Igualmente deben considerarse aquellos proyectos que aporten soluciones a la despoblación y subdesarrollo de las zonas de montaña, con un enfoque territorial integrado, como es el proyecto «Serranía Celtibérica», al que se asocia la creación del Instituto de Investigación y Desarrollo, con especial atención a aquellos instrumentos que permitan obtener inversiones de la Unión Europea.

Asimismo, deberán considerarse experiencias que han conseguido recuperar y hacer valer el modelo de gestión denominado «Montes de Socios», de conformidad con la Ley 43/2003, que introduce la figura de las Juntas Gestoras. Este modelo ha puesto el acento en la fijación de población en zonas de montaña, sin obviar problemas graves como el del envejecimiento y con el objetivo de garantizar el mantenimiento de sus paisajes, entendidos éstos en su globalidad y en su complejidad, y dentro de un equilibrio entre los sectores primario, secundario y de servicios. Todo ello de acuerdo con un principio de mínima intervención administrativa, que traslada a la sociedad civil el protagonismo en el trabajo de reconstrucción del territorio.

**Vigésima quinta.** Garantizar un medioambiente sostenible, lo que obliga a configurar el modelo de planificación en un sentido integral y no sectorial, con el fin de acoger y cohesionar pequeñas iniciativas y proyectos, con la participación de todos y la consideración permanente de que la persona es el elemento prioritario.

**Vigésima sexta.** Considerar conjuntamente los procesos de ordenación territorial, a nivel europeo y estatal, en orden a garantizar la cohesión territorial mediante el apoyo al transporte y a la mejora de las infraestructuras viarias y ferroviarias de carácter básico. Todo ello en consideración a los graves desequilibrios que hay entre las distintas regiones de montaña de nuestro continente.

**Vigésima séptima.** Vincular la modernización de las explotaciones y servicios a la transformación y comercialización de los productos mediante el fomento de cooperativas o asociaciones de productores agrarios o ganaderos, comprometidos en el apoyo a la investigación y promoción de nuevos productos basados en la calidad, la seguridad y la salubridad; siempre salvaguardando las garantías medioambientales.

Impulsar medidas específicas para comercializar como sello de calidad los productos agrarios, ganaderos, artesanales, turísticos y de otro tipo producidos en los municipios de montaña.

**Vigésima octava.** Facilitar el acceso a la vivienda en territorio rural efectivamente vinculado a espacios de producción asentados en territorios de montaña, garantizando y manteniendo servicios públicos de calidad en el medio rural, como la sanidad y la educación.

A ello se suma el mantenimiento de las cooperativas de crédito, o entidades de similar naturaleza, que permitan dar respuesta a las necesidades de crédito de las zonas rurales, superando los límites de la banca convencional.

**Vigésima novena.** Potenciar proyectos en este entorno tales como Escuelas de Negocio, actividades ligadas al mundo universitario o la celebración de congresos profesionales. A ello se asocia la puesta en valor del patrimonio cultural, material e inmaterial, de las zonas de montaña, como motor fundamental de generación de empleo.

**Trigésima.** Priorizar los proyectos económicamente sostenibles que reviertan de manera directa en la situación socioeconómica de las zonas de montaña frente a las simples subvenciones.

**Trigésima primera.** Crear redes creativas de cooperación, lo que implica articular una sociedad civil cohesionada e interconectada en el marco de una nueva legislación de montaña asentada en las necesidades individuales y familiares, así como en la opinión de la población montañesa.

**Trigésima segunda.** Recomendar la aprobación de la correspondiente legislación de montaña que favorezca e integre acciones eficaces en favor de estos territorios.

Analizar el impacto de la aplicación de la Ley 27/2013, de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local, con el fin de posibilitar un mejor apoyo de las administraciones a la situación de los municipios pequeños situados en zonas de montaña.

**Trigésima tercera.** Plantear en el ámbito de la Unión Europea el desarrollo de una estrategia europea para luchar contra la despoblación y mantener activos los espacios rurales y de montaña.

**Trigésima cuarta.** Proceder a la apertura de un debate con los representantes de los territorios de montaña y Administraciones competentes con la finalidad de establecer las bases del desarrollo normativo del vigente artículo 130.2 de la CE.

**Trigésima quinta.** Pedir a las administraciones local, provincial, autonómica, estatal y europea que adopten las medidas fiscales, sociales y financieras, estableciendo los incentivos económicos necesarios que permitan apoyar a los emprendedores y empresas que se quieran asentar de forma permanente en territorios de montaña, así como a las personas, profesionales, funcionarios y empresas que estén ya asentados, con el objeto de evitar la despoblación de aquellos.

La ejecución, en su caso, de las medidas propuestas en el presente informe se llevará a cabo con un absoluto respeto a las competencias que en este ámbito corresponden a las Comunidades Autónomas.

### RECOMENDACIONES FINALES

#### 1. ORDENACIÓN DEL TERRITORIO

— Tener en cuenta en las políticas de ordenación del territorio las necesidades concretas de las gentes y los territorios de montaña.

— Desarrollar dichas políticas de ordenación, compatibilizándolas con la protección integral del paisaje, con la creación de empleo y la prestación de servicios públicos de calidad.

#### 2. COMUNICACIONES

— Estrategia para la mejora de las infraestructuras y de las comunicaciones, con la introducción selectiva de las nuevas tecnologías de la información (telefonía móvil e internet) en todos los territorios de montaña.

#### 3. RECURSOS Y ESPACIOS NATURALES

— Aprovechamiento sostenible de los recursos naturales.

— El agua es un recurso limitado, por lo que es necesario mantener la racionalización de su uso, en beneficio de las poblaciones de montaña.

— Evitar la degradación de los ríos, a través de las inversiones pertinentes.

— Dar prioridad a los espacios naturales, parques nacionales o reservas de la biosfera, a la permanencia de la población, reconociendo el importante valor del paisaje, así como del patrimonio natural y cultural de estos territorios.

#### 4. SERVICIOS PÚBLICOS

— Posibilitar una gestión integrada de servicios públicos que se ajuste a las competencias de las administraciones correspondientes.

— Facilitar el acceso a la vivienda y los programas de rehabilitación.

— Garantizar en las zonas de montaña el mantenimiento de servicios públicos de calidad en ámbitos como la sanidad, la educación y la dependencia.

#### 5. EMPLEO

— Potenciar la competitividad del sector primario, impulsando la ganadería y la agroindustria, así como la promoción de sus productos.

— Potenciar la industrialización de las zonas de Alta Montaña de una manera sostenible.



# BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

## SENADO

Núm. 550

26 de junio de 2015

Pág. 379

- Incentivar la gestión forestal de las zonas de montaña, la transformación integral de la madera, así como la prevención de incendios, la limpieza y ordenación del monte, la producción de biomasa, resina, la gestión de la caza y la pesa y de los recursos micológicos.
- Potenciación de la economía y del empleo verde, así como de la ganadería y agricultura ecológicas.
- Primar la potenciación del empleo para la mujer y los jóvenes.
- Fomentar el cooperativismo y las agrupaciones de productores agropecuarios.
- Aplicar a las medidas de la PAC una singular atención a las zonas de montaña.

### 6. MEDIDAS FISCALES

- Abordar el desarrollo de la vigente fiscalidad, en orden a favorecer el régimen de la población residente en los municipios de montaña, con especial atención a los emprendedores, impulsando entre otros los beneficios en el IRPF, impuesto de sociedades, autónomos, módulos e I+D.

### 7. MEDIDAS ECONÓMICAS

- Discriminación positiva en políticas sociales y demográficas.
- Dotación económica suficiente para garantizar la aplicación de la Ley de Desarrollo Sostenible del Medio Rural.
- Apostar por las Cooperativas de Crédito y las Sociedades de Capital Riesgo, para impulsar la actividad económica.
- Impulsar proyectos estratégicos generadores de empleo a través de sociedades mixtas de capital público-privado.
- Impulsar empresas de actividades tecnológicas.
- Potenciar la formación, la innovación y el talento, a través de escuelas de negocios, universidades y congresos profesionales.
- Hacer valer el turismo relacionado con el patrimonio natural y cultural de estos territorios.

### 8. MEDIDAS Y MODELOS DE GESTIÓN

- Desarrollar políticas transversales de dimensión económica, social y medioambiental, teniendo en cuenta, de manera preferente, la concurrencia de la mujer y de los jóvenes.
- Simplificar los trámites administrativos, en orden a favorecer el desarrollo de los territorios de montaña.
- Considerar la actividad de los Grupos de Acción Local para apoyar eficazmente las iniciativas de desarrollo de las zonas de montaña.
- Fomentar la cultura del emprendimiento.
- Impulsar redes de municipios de montaña, con especial atención a la arqueología industrial y al turismo.
- Impulsar fórmulas para captar inversiones para las zonas de montaña.

Palacio del Senado, 22 de junio de 2015.—El Presidente de la Comisión, **Ricardo Luis Gabriel Canals Lizano**.—El Secretario Primero de la Comisión, **Francisco Boya Alós**.

# DOCUMENTO 3



---

## Población y despoblación en España 2016

El 50% de los municipios españoles, en riesgo de extinción

---

COMISIÓN DE DESPOBLACIÓN



FEDERACION ESPAÑOLA DE  
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

# Población y despoblación en España

Documento de trabajo de la Comisión de Despoblación de la FEMP, a partir del análisis de los últimos datos de población por municipios certificados por el INE y publicados en diciembre de 2016.

**Federación Española de Municipios y Provincias. Enero de 2017.**

## Un problema creciente, una cuestión de Estado

El presente documento analiza en detalle la evolución demográfica registrada en España entre 2015 y 2016, a partir de los últimos datos de población por municipios publicados por el INE. Es un repaso pormenorizado a la realidad que se está dando, provincia a provincia, con especial detenimiento en las áreas rurales, que son las que están sufriendo de forma más acentuada la crisis demográfica y que sitúa cada vez a más municipios españoles tras la línea roja del peligro de extinción.

Los resultados que se recogen en este informe confirman una triple realidad: de un lado, la crisis demográfica de conjunto en la que está inmersa España; en segundo lugar, la cada vez más crítica situación de las provincias más azotadas, desde hace décadas, por la despoblación; y, en tercer lugar, la cada vez más preocupante situación de las áreas rurales, castigadas por el éxodo rural, por la falta de renovación generacional, por una pérdida continua de habitantes y un envejecimiento de sus censos.

Se trata de una realidad de conjunto que evidencia un problema sociopolítico de primer orden, el de la crisis demográfica -y en particular la despoblación de las áreas rurales- que requiere de la aplicación de urgentes políticas de Estado.

Que más de 4.000 municipios españoles, más de la mitad de todos los que hay en el Estado, se encuentren actualmente en un riesgo más o menos severo de extinción a medio o largo plazo es uno de los datos que avalan la consideración de este problema como una cuestión de Estado.

**JUAN ANTONIO SÁNCHEZ QUERO**  
**Presidente de la Comisión de Despoblación de la FEMP**

# 36 provincias o autonomías uniprovinciales han perdido habitantes durante el último año

Los últimos datos de población actualizados por el INE y publicados a finales del pasado diciembre revelan que la inmensa mayoría de las provincias o autonomías uniprovinciales españolas han perdido habitantes durante el último año. Un total de 36 han visto caer sus censos demográficos, y lo han hecho -en algunos casos- en porcentajes que superan el 1% en solo doce meses.

El **ránking de provincias que más población han perdido** en el último año lo encabeza Zamora (-1,57%), seguida -por este orden- de Ávila (-1,24%, Orense (-1,22%), Ciudad Real (-1,11%), León (-1,10%), Teruel (-1,06%), Segovia (-1,05%), Soria (-0,99%) y Salamanca (-0,97%).

Solo Guipúzcoa, Girona, Álava, Navarra, Sevilla, Alicante, Murcia, Santa Cruz de Tenerife, Almería, Las Palmas, Málaga, Baleares, Barcelona y Madrid han logrado incrementar -en mayor o en menor medida- su censo demográfico durante el último año. Los mayores aumentos -en porcentaje- se han producido en las Baleares y en la Comunidad de Madrid.

En cuanto a los territorios que siguen perdiendo habitantes de forma acusada, abundan las provincias que acumulan décadas de acusado declive demográfico y que hace años que se sitúan entre las provincias más despobladas de España y con mayor número de municipios en riesgo de extinción por

Total	Población 2016	Población 2015	Diferencia	%
			Diferencia	Dif. %
Asturias	1.040.681	1.049.875	-9.194	-0,88
Ciudad Real	508.454	514.143	-5.689	-1,11
Zaragoza	961.072	966.605	-5.533	-0,57
Jaén	646.611	652.132	-5.520	-0,85
Valencia	2.517.569	2.523.040	-5.471	-0,22
León	475.053	480.331	-5.278	-1,10
Coruña	1.124.412	1.128.694	-4.282	-0,38
Orense	314.835	318.739	-3.904	-1,22
Badajoz	682.726	686.092	-3.366	-0,49
Córdoba	792.393	795.703	-3.310	-0,42
Salamanca	338.694	342.001	-3.307	-0,97
Pontevedra	945.202	948.302	-3.100	-0,33
Vizcaya	1.134.034	1.137.120	-3.087	-0,27
Cáceres	402.463	405.531	-3.068	-0,76
Valadolid	524.489	527.395	-2.906	-0,55
Zamora	181.278	184.174	-2.896	-1,57
Cantabria	582.571	585.359	-2.787	-0,48
Castellón	571.747	574.460	-2.713	-0,47
Lugo	336.219	338.921	-2.702	-0,80
Burgos	360.263	362.913	-2.649	-0,73
Cuenca	204.038	206.594	-2.556	-1,24
Toledo	690.165	692.544	-2.379	-0,34
Taqrragona	790.921	793.155	-2.234	-0,28
Lérida	428.509	430.661	-2.151	-0,50
Ávila	163.684	165.741	-2.057	-1,24
Albacete	392.973	394.928	-1.955	-0,50
Segovia	156.281	157.938	-1.657	-1,05
Palencia	164.255	165.806	-1.552	-0,94
Huesca	220.589	222.084	-1.495	-0,67
Teruel	136.260	137.715	-1.454	-1,06
Granada	917.816	919.139	-1.323	-0,14
La Rioja	312.622	313.569	-947	-0,30
Soria	90.872	91.780	-908	-0,99
Huelva	521.330	522.136	-806	-0,15
Guadalajara	254.199	254.558	-359	-0,14
Cádiz	1.248.315	1.248.584	-269	-0,02
Guipúzcoa	707.454	707.316	138	0,02
Gerona	740.781	740.373	408	0,06
Álava	321.139	320.663	475	0,15
Navarra	637.002	636.402	600	0,09
Sevilla	1.940.806	1.939.412	1.394	0,07
Alicante	1.843.589	1.842.174	1.415	0,08
Murcia	1.465.258	1.463.773	1.484	0,10
S.C. Tenerife	1.022.890	1.019.907	2.983	0,29
Almería	695.538	691.155	4.383	0,63
Las Palmas	1.110.777	1.106.236	4.540	0,41
Málaga	1.638.952	1.631.357	7.594	0,47
Baleares	1.134.657	1.124.972	9.684	0,86
Barcelona	5.443.667	5.432.802	10.865	0,20
Madrid	6.433.221	6.385.298	47.924	0,75

sus escuálidos censos y el envejecimiento. Es el caso, entre otros, de **Teruel, Cuenca o Soria, casos paradigmáticos de provincias convertidas hace tiempo en "desiertos demográficos"**.

Los últimos datos del INE confirman la tendencia de pérdida de

población que se ha ido produciendo en el conjunto de España en los cinco últimos años y que ha supuesto, para la mayoría del territorio nacional, perder el avance que se produjo entre finales de los años 90 y principios de la década de 2000 ayudados por la inmigración.



## La sangría demográfica se ceba con las áreas rurales

Entre 2015 y 2016, en solo doce meses, **España ha perdido 67.374 habitantes en total. Sin embargo, la suma de población de las capitales de provincia ha aumentado en 14.000, lo que significa que la sangría demográfica se ha concentrado en los municipios situados fuera de las grandes urbes** y de las grandes áreas metropolitanas o su territorio inmediato de influencia.

El repaso detallado a los últimos datos del INE confirma este hecho: las mayores pérdidas de población se concentran en las áreas rurales, mayoritariamente en municipios que ya están afectados desde hace años -generalmente décadas- por acusados procesos de despoblación.

Aunque ha habido capitales de provincia que también han visto reducidos sus censos durante el último año, las mermas han sido porcentualmente muy escasas. Donde se han producido los mayores retrocesos han sido en el medio rural.

Hay una relación directa entre mercado laboral y despoblación. Pese a la recuperación económica y al aumento en la masa total

de afiliados a la Seguridad Social en España, hay provincias en las que los incrementos netos de empleo son realmente mínimos. Entre esos casos se encuentra Teruel, quizás el caso paradigmático de correlación entre baja creación de empleo y despoblación.

Lo anterior es sintomático de lo que ocurre en los pequeños municipios, en los que la falta de oportunidades laborales conduce a una espiral de pérdida de habitantes progresiva. De ahí la importancia de arbitrar medidas de fomento del empleo en las áreas rurales, que contribuyan a frenar la despoblación y a favorecer dinámicas inversas de fijación de habitantes y captación de nuevos pobladores.

# En catorce provincias, más del 80% de todos sus municipios no pasan de 1.000 habitantes

Hace cinco años, de todos los municipios que tiene España eran el 59,8% los que no superaban los 1.000 habitantes. Ahora representan el 61%. Se ha acentuado el acusado minifundio demográfico de las áreas rurales, lo que supone un problema creciente en términos sociales y económicos.

La situación es especialmente preocupante en provincias como Soria, Teruel, Zamora, Ávila o Burgos, en las que en estos momentos más del 90% de todos sus municipios tienen menos de 1.001 habitantes.

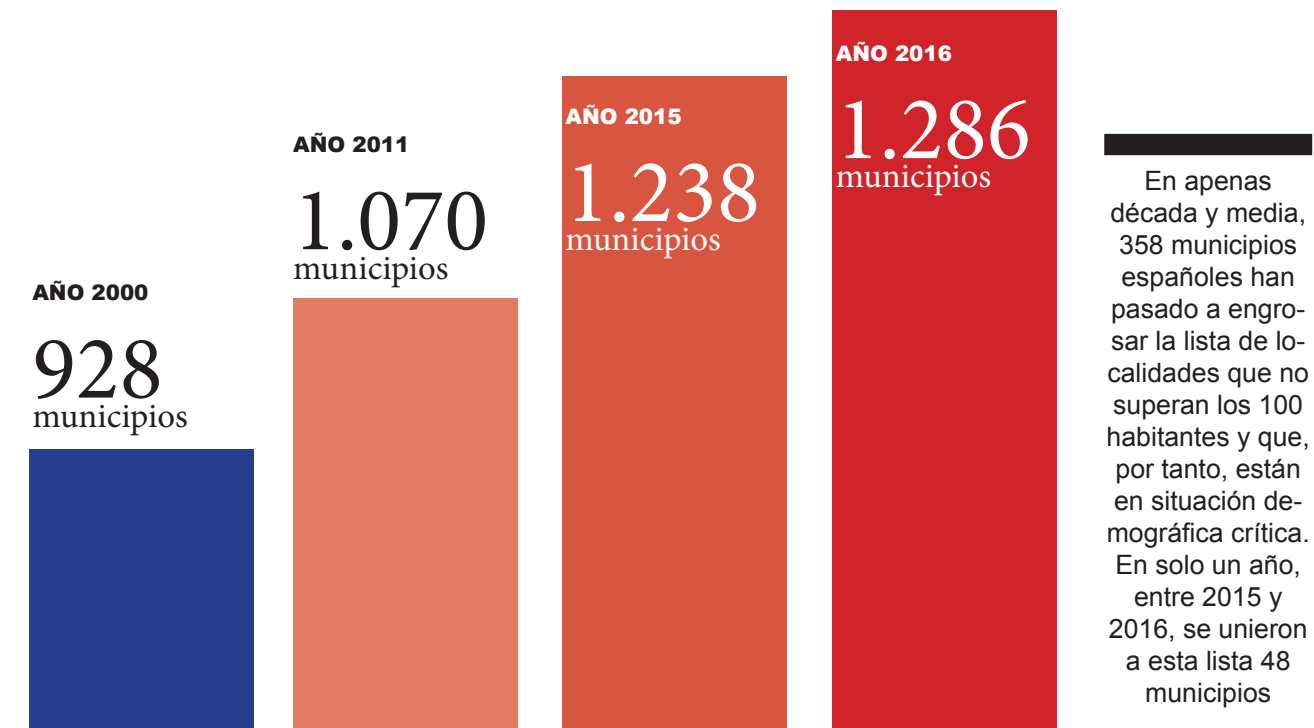
Todas ellas han empeorado esta ratio respecto al año 2011. Y, durante el último ejercicio certificado por el INE, han seguido esa misma senda de aumento de las localidades que quedaban bajo la peligrosa barrera de los 100 empadronados.

Así, en la provincia de Soria el 94% de todas sus localidades no sobrepasan los 1.000 empadronados. En la provincia de Burgos representan el 92,7% de todo su mapa municipal; el 92,4% en la provincia de Ávila, el 92,3% en la de Zamora y el 92% en la de Salamanca.

Poco mejor es la situación que se da en las provincias de Guadalajara y Palencia, en las que -respectivamente- el 89,2% y el 89% de todos sus municipios están por debajo de los 1.001 empadronados. Las provincias de Zaragoza,

% DE MUNICIPIOS DE MENOS DE 1.000 HABITANTES		
	2016	2011
<b>Total Nacional</b>	<b>61,0</b>	<b>59,8</b>
Albacete	49,4	46,0
Alicante	36,2	34,8
Almería	49,5	49,0
Álava	56,9	56,9
Asturias	21,8	20,5
Ávila	92,3	91,1
Badajoz	35,2	31,7
Baleares	9,0	9,0
Barcelona	30,2	29,9
Bizkaia	34,8	35,7
Burgos	92,7	92,2
Cáceres	68,2	66,5
Cádiz	6,8	6,8
Cantabria	33,3	29,4
Castellón	65,2	63,0
Ciudad Real	41,2	39,2
Córdoba	14,7	14,7
Coruña	0,0	0,0
Cuenca	87,0	84,5
Guipuzkoa	36,4	36,4
Girona	59,3	58,4
Granada	39,0	35,1
Guadalajara	89,2	88,5
Huelva	32,9	31,6
Huesca	86,6	84,7
Jaén	16,5	15,5
León	69,7	67,8
Lleida	71,4	70,1
Lugo	7,5	6,0
Madrid	26,3	26,8
Málaga	27,2	24,8
Murcia	6,7	4,4
Navarra	69,1	68,4
Ourense	26,1	16,3
Palencia	89,0	88,0
Las Palmas	2,9	2,9
Pontevedra	1,6	1,6
La Rioja	83,3	82,2
Salamanca	92,0	92,0
Sta.Cruz Tenerife	0,0	0,0
Segovia	88,0	88,0
Sevilla	4,8	4,8
Soria	94,0	92,9
Tarragona	52,7	51,6
Teruel	91,9	91,1
Toledo	44,1	41,7
Valencia	31,2	30,5
Valladolid	81,8	81,3
Zamora	92,3	91,9
Zaragoza	80,2	79,2

En los cinco últimos años se ha incrementado el número de municipios con menos de mil vecinos. Las provincias que estaban en una posición más delicada han visto empeorada su situación en este apartado



## Solo el 3,15% de la población vive en el 61% de los municipios

Entre 2015 y 2016 se ha agravado el desequilibrio demográfico-territorial en España. Cada vez son más los municipios que pierden población y que subsisten con menos de mil habitantes. Sin embargo, su peso poblacional en el conjunto del mapa español es progresivamente menor. En estos momentos, el 61% de los municipios españoles concentran, entre todos ellos, a tan solo el 3,15% de los habitantes del país.

Exactamente, de los 8.125 municipios que España tiene en total, 4.995 tienen censos que no pasan de los mil empadronados. Y, entre todos estos municipios de menos de mil habitantes, suman apenas millón y medio de vecinos.

La desproporción es demoledora en las localidades que no pasan de cien empadronados. En España hay actualmente 1.286 municipios en esta situación. Suponen, por tanto, el 16% del total de municipios que hay en España. Sin embargo, entre esas 1.286 localidades suman únicamente 74.943 vecinos. Es decir, tan solo el 0,16% de toda la población española. Además, se trata de localidades con censos demográficos altamente envejecidos.

Valladolid, Segovia, Huesca y Cuenca, así como la comunidad autónoma de La Rioja, presentan también tasas que superan el 80%. Es decir, en todos esos territorios más de ocho de cada diez municipios subsisten con menos de mil habitantes censados, lo que amenaza seriamente su supervi-

vencia a medio plazo salvo que se consiga invertir su acentuado declive demográfico.

En el conjunto de España, en estos momentos 1.286 municipios tienen menos de 1.001 empadronados. Suponen el 16% de todos los municipios que hay en España.

La cifra va en aumento. En el año 2000 eran 928 los municipios que se encontraban en esta situación, pero la lista no deja de aumentar año tras año. Cada vez son más las localidades españolas que pasan a estar situadas por debajo de esa peligrosa barrera demográfica.



# La mitad de los municipios españoles, en peligro de extinción

En el año 2000 eran 3.800 los municipios españoles que subsistían con menos de 500 habitantes. Ahora, según los últimos datos del INE, son prácticamente 4.000 los que están en esta situación. Representan casi la mitad de todos los municipios que hay en España. Pero a ellos hay que sumar también los que aguantan con pocos más de 500 habitantes y siguen perdiendo habitantes año tras año

En 2016 se ha agrandado la lista de municipios que están en riesgo de extinción por su precaria situación demográfica. La gran mayoría de localidades situadas en el medio rural han seguido perdiendo habitantes. Si se compara con la realidad que se daba hace quince años, el resultado es demoledor: no solo ha aumentado significativamente el número de municipios con menos de mil habitantes, sino que cada vez son más los que aguantan ya con censos mínimos, por debajo de los cien empadronados.

El análisis de las cifras del padrón municipal de habitantes evidencia una dinámica preocupante: los pueblos pequeños son cada vez más pequeños, cada vez más despoblados. En el año 2000 había en España 3.807 municipios de menos de 500 habitantes; ahora son ya 3.938 los que están en esa situación. Pero es que, además, en el año 2000, de todos esos municipios que subsistían con menos de 500 vecinos, «solo» el 24,4% contaban con menos de

100 empadronados. Ahora, sin embargo, de todos los municipios españoles que hay con menos de 500 habitantes, el 32,7% cuentan con menos de 100 vecinos.

Es decir, la situación ha empeorado de forma muy acusada, y en el último año ha seguido haciéndolo. En el censo publicado por el INE a finales de 2015 había en España 1.238 municipios con menos de 100 empadronados; en el que publicó a finales de diciembre de 2016 la lista se elevaba a 1.286 localidades.

Cada vez son más los pueblos que caen por debajo de la barrera que les hace asomarse al riesgo de extinción. En el año 2000 había en España exactamente los mismos municipios que ahora con menos de 1.000 habitantes, un total de 4.955 localidades. Sin embargo, en aquel momento había 131 municipios más que ahora que aguantaban con entre 501 y 1.000 empadronados; y había 227 localidades más que ahora con entre 101 y 500 vecinos. ¿Qué ha sido de todos

esos municipios? Que han perdido habitantes de forma acusada y han pasado a engrosar el grupo de los pueblos con menos de 100 empadronados. Exactamente, en esta situación se encuentran 358 municipios más de los que había en el año 2000.

Es decir, el problema se ha agravado por partida doble, y lo ha hecho especialmente de cinco años a esta parte: hay más municipios pequeños, y cada año que pasa son todavía más pequeños.

El riesgo de extinción es un escenario al que se asoman ya más de 4.000 municipios, la mitad de todos los que hay en España. La cifra, en sí misma, es demoledora. Es peor que la que se daba en 2015 y mucho peor que la que se registraba hace cinco años.

La evolución que se está produciendo pone de manifiesto, todavía con más claridad, que el problema de la despoblación del medio rural es una cuestión de Estado, un problema de primer

	Nº de municipios	Población
menos de 101 habitantes	1.286	74.943
Entre 101 y 500 habitantes	2.652	663.286
Entre 501 y 1.000 habitantes	1.017	727.784
Entre 1.001 y 5.000 habitantes	1.870	4.328.044
Entre 5.001 y 10.000 habitantes	551	3.869.029
Entre 10.001 y 20.000 habitantes	347	4.914.991
Entre 20.001 y 50.000 habitantes	259	7.668.118
Más de 50.001 habitantes	143	5.854.053

## España, con menos habitantes y más concentrados en las ciudades

La brecha demográfica entre el medio rural y el urbano volvió a agrandarse en 2015. El conjunto de España perdió población entre 2015 y 2016, pero esa pérdida se concentró en los municipios de menor tamaño, mientras que las urbes más pobladas han aguantado mejor el retroceso demográfico. El resultado ha sido que se ha agravado el desequilibrio territorial: más peso demográfico de las

grandes ciudades en detrimento del medio rural. En estos momentos, el 12,6% de la población española se concentra en el 1,76% de municipios: las 143 ciudades de más de 50.000 habitantes concentran un total de 5.854.053 empadronados. Sin embargo, entre los 4.955 municipios españoles de menos de mil habitantes no llegan a sumar un millón y medio de vecinos.

España tiene actualmente 143 municipios de más de 50.000 habitantes; 259 de entre 20.001 y 50.000 habitantes; 347 de entre 10.001 y 20.000; 551 de entre 5.001 y 10.000; y 1.870 de entre 1.001 y 5.000 habitantes. El resto, 4.955 municipios, tienen menos de mil empadronados.

orden al que es preciso responder con celeridad.

La lista de municipios que están ya en una situación crítica es enorme. Son 1.286 las localidades que subsisten con censos de menos de 100 empadronados (28 más que en 2015). Pero a ellos se añaden

otros 2.652 municipios que tienen entre 101 y 500 habitantes, que en su inmensa mayoría siguen perdiendo población y que se asoman también a la peligrosa frontera de la supervivencia como pueblos habitados a medio y largo plazo. Además, la sangría demográfica atenaza también

a la mayoría de los otros 1.017 municipios españoles que cuentan con entre 501 y 1.000 habitantes empadronados.

En suma, la amenaza de la extinción demográfica afecta, en mayor o menor grado, a más de 4.000 municipios españoles.

# SÍNTESIS DE DATOS

# -67.374

habitantes en un año

Entre 2015 y 2016, España ha perdido 67.374 habitantes, un considerable **retroceso demográfico que se ha cebado mayoritariamente en las áreas rurales**. Son, proporcionalmente, las que más han perdido población. El conjunto de capitales de provincia españolas han ganado unos 14.000 habitantes, lo que demuestra que el declive demográfico sigue concentrado y acentuado en los municipios situados fuera de las grandes ciudades, y especialmente en las poblaciones de menos de 5.000 habitantes.

# 36

provincias pierden población

La inmensa mayoría de las provincias españolas han perdido población durante el último año. En varios de los territorios que más habitantes han perdido se observa una clara correlación entre débil dinamismo del mercado laboral y regresión demográfica. En el último año se agravó el problema demográfico en provincias especialmente azotadas desde hace décadas por esta realidad, caso de Cuenca, Soria o Teruel.



# 1.286

municipios con menos de 100 vecinos

Se ha disparado el número de localidades españolas que están en situación demográficamente crítica. Ya son 1.286 los municipios que subsisten con menos de 100 empadronados, lo que les sitúa en máximo riesgo de extinción. Son 48 municipios más que en 2015 y 358 más si se comparan con las cifras que se daban en el año 2000.

# 4.000

municipios en  
peligro de extinción

Ya son más de 4.000 los municipios españoles que se encuentran en riesgo muy alto, alto o moderado de extinción: los 1.286 que subsisten con menos de 100 habitantes, los 2.652 que no llegan a 501 empadronados y una parte significativa de los más de mil municipios con entre 501 y 1.000 habitantes. En 14 provincias españolas, más del 80% de sus municipios tienen menos de mil habitantes.



**FEDERACION ESPAÑOLA DE  
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS**

# DOCUMENTO 4



## **DOCUMENTO DE ACCIÓN** **COMISIÓN DE DESPOBLACIÓN**

Listado de medidas para luchar contra  
la despoblación en España



# **Índice**

## **1. Introducción. Consideraciones previas**

## **2. Marco general de propuestas**

## **3. Metodología de trabajo**

- 3.1. Medidas organizativas
- 3.2. Áreas de trabajo

## **4. Medidas concretas por áreas**

- 4.1. Medidas institucionales y financiación
- 4.2. Economía y Empleo
- 4.3. Infraestructuras
- 4.4. Servicios Sociales
- 4.5. Vivienda
- 4.6. Incentivos demográficos
- 4.7. Cultura, identidad y comunicación



# 1. Consideraciones previas

La **regresión demográfica se ha convertido en un problema de Estado** y como tal ha de responderse a él desde una perspectiva de gobernanza multinivel que, en la práctica, conlleva la implicación de todas las administraciones públicas en todos sus frentes de acción.

La **despoblación del medio rural** es una de las realidades más severas de las que confluyen en este marco de regresión demográfica nacional, pero con peculiaridades estructurales que deben ser tenidas en cuenta.

En los últimos años, España ha registrado pérdidas en la población residente, un hecho excepcional en la historia reciente; ahora bien, aunque incipiente, las proyecciones demográficas plantean un escenario en el que la caída de la población nacional puede ser sostenida si no cambian las variables de dinámica interna y externa. Si el crecimiento socioeconómico de España desde finales de los noventa y hasta mediados de la década pasada propiciaron el aumento demográfico más intenso de su historia, el ajuste demográfico derivado de la crisis económica ha provocado, en sentido contrario, la pérdida de población por saldos migratorios negativos, con la salida de una población inmigrante que no se arraigó suficientemente al territorio, y más aún al ámbito rural. A ello se están uniendo, a escala del país, saldos vegetativos negativos en el último año.

Si el crecimiento de la población de principios del siglo XXI alejó del debate los problemas demográficos de los espacios rurales en España, muy severos desde los años noventa, la caída de la población de los últimos años ha puesto en primer plano la realidad de la despoblación del medio rural. Aunque este proceso es largo, y son significativas las pérdidas demográficas registradas por el éxodo desde el campo hacia las ciudades españolas a partir de los años sesenta del siglo XX, los desafíos demográficos de los espacios rurales se han agudizado en las dos últimas décadas, cuando los riesgos demográficos directamente relacionados con la despoblación se han intensificado y entrelazado drásticamente: el envejecimiento, la salida de población joven, la caída de la natalidad y la baja densidad demográfica. Con distintas intensidades o grados, las cuatro variables suponen una “tormenta perfecta” de la despoblación del medio rural, de tal forma que todas ellas generan un círculo vicioso en el que los valores no sólo no tienden a corregirse sino que, sin medidas correctoras específicas, llevarán a la





inviabilidad demográfica de buena parte de los municipios rurales españoles a corto o medio plazo.

El vaciamiento de la mayor parte del territorio español, además de provocar un grave problema de desequilibrio socioterritorial, compromete también las cuentas públicas –encarecimiento de los costes de prestación de servicios públicos y sostenimiento de infraestructuras-, y supone una pérdida de potenciales activos de riqueza por el desaprovechamiento de recursos endógenos.

El Estado de las autonomías no ha supuesto una ruptura con el modelo territorial español de concentración de población en el centro y el eje mediterráneo, ni con la polarización rural-urbana, ni ha generado modelos territoriales nuevos capaces de fortalecer la capacidad de fijar y atraer población de los núcleos intermedios prestadores de servicios de ámbito supramunicipal, a partir de la activación económica de las potencialidades de sus territorios.

Hoy los riesgos demográficos se acumulan en función de la ruralidad de las provincias y comarcas, y de su exposición al efecto de atracción y concentración de las capitales de provincia, de comunidad y a las áreas metropolitanas.

Por ello, constituye un error considerar que invertir en el reequilibrio territorial y en la lucha contra la despoblación es un coste. Ha de ser entendido en términos de derechos de la ciudadanía a la igualdad de oportunidades y a su propia “tierra”, y de los territorios a contribuir con sus mejores fortalezas al crecimiento de su comunidad y su país. Es, pues, una inversión en cohesión social y territorial y en fortaleza y sostenibilidad del modelo económico y social.

La realidad que se da en estos momentos –y las negras estimaciones a futuro confirmadas por las proyecciones demográficas del INE– es demoledora. El análisis de dichos datos, recogidos en un reciente informe emitido por la FEMP («Población y despoblación en España 2016»<sup>1</sup>), revela que **la mitad de todos los municipios españoles se encuentran ya en riesgo de extinción**; en 14 provincias españolas, más del 80% de todos sus municipios no <sup>1</sup>pasan de 1.000 habitantes; **en apenas década y media, 358 municipios han pasado a engrosar la lista de localidades que no superan los 100 empadronados** (ya son un total de 1.286 municipios en esta situación); y durante el último año certificado por el INE, 36 provincias han perdido población por una dinámica de regresión demográfica que sigue cebándose mayoritariamente en las áreas rurales.

---

<sup>1</sup> Población y Despoblación en España 2016. (Documento de trabajo de la Comisión de Despoblación de la FEMP. Enero de 2017)



Si una imagen vale más que mil palabras, cuatro figuras pueden explicar los desafíos demográficos a los que hay que enfrentarse multidimensional y multiescalarmente:

1. La baja densidad
2. El envejecimiento
3. La caída de la natalidad
4. La pérdida continuada de la población

Los datos no hacen más que subrayar la urgencia de poner en marcha decididas políticas de Estado que pasen de las palabras a los hechos, con un riguroso planteamiento de medidas prácticas e incorporando la lucha contra la despoblación como un principio a tener en cuenta en todos los planes y líneas de acción de las administraciones públicas.

Ante este nuevo horizonte, la FEMP ha tomado la iniciativa de abordar, en un proceso de debate político y técnico en profundidad y de consenso, la redacción de un documento que permita avanzar con rapidez en esa dirección. Ayuntamientos, diputaciones, cabildos y consejos insulares han tomado la palabra a través de la FEMP para poner en valor su condición de máximos conocedores de la realidad demográfica, de primera línea de lucha contra el problema y de actores decisivos en las estrategias que han de plantearse para abordar el reto demográfico en España. Esta condición de actores decisivos ha sido asumida por las entidades locales, a través de la FEMP, para impulsar este documento que pretende ser la piedra de toque y punto de partida de una nueva estrategia estatal en la que municipios y diputaciones han de contar con un papel protagonista junto al resto de administraciones públicas.

**El presente documento de propuestas es fruto de meses de debate y análisis en el seno de la Comisión de Despoblación creada por la FEMP, y debe ser un punto de partida para la interlocución con el Gobierno, las comunidades autónomas y la sociedad civil.**

Este carácter referente de las entidades locales, representadas en la FEMP, ha sido refrendado por la Conferencia de Presidentes Autonómicos reunida el 17 de enero de 2017, y adquiere un valor añadido tras la decisión del Gobierno de España de crear un Comisionado del Gobierno frente al Reto de la Despoblación. Estas iniciativas convergen así con la Comisión de Despoblación de la FEMP, que desde su constitución en 2016 viene reclamando la adopción de una Estrategia Nacional contra la despoblación y la inclusión de este grave problema en la agenda política permanente de nuestro país.



## 2. Marco general de propuestas

---

Municipios y diputaciones provinciales deben ser partícipes directos en **la estrategia estatal** para la lucha contra la regresión demográfica y, en particular y muy especialmente, para frenar el fenómeno de la despoblación del medio rural, objeto nuclear del presente documento de propuestas de la FEMP.

En este sentido, para conseguir un sólido acuerdo de Estado contra la despoblación debería armonizarse con una **estrategia europea específica** frente a los desafíos demográficos. En este sentido, cabe recordar que el Acuerdo de Asociación para los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos 2014-2020 ya incluía una referencia al Foro de Regiones Españolas con Desafíos Demográficos. Por ello, es preciso profundizar el trabajo en esta dirección, para dotar de la debida dimensión europea a los problemas demográficos.

Es necesario **que la despoblación se incorpore como un criterio a la hora de distribuir fondos a escala europea, nacional y autonómica**. Es necesario también que en su programación operativa y en su gestión participen activamente las entidades locales, para fortalecer en la práctica el principio de subsidiariedad y garantizar su aplicación con criterios efectivos de equilibrio territorial.

La necesidad de articular, de forma urgente, un plan de medidas concretas que desarrollen a corto-medio plazo las acciones, obliga, en primer lugar, a definir una metodología de trabajo que permita articular tanto las actuaciones y competencias de los diferentes actores implicados (Administración del Estado, administraciones autonómicas y entidades locales, sin olvidar el concurso que ha de tener la UE), como las propuestas detalladas que surjan. Por ello, también han de definirse y concretarse las áreas de trabajo en las que han de agruparse las propuestas.

Por tanto, una parte fundamental consiste, como punto de partida, en articular un **organigrama de trabajo** que coordine a todos los actores implicados. A continuación, se definen las áreas de trabajo en las que trabajar, y, finalmente, se proponen medidas detalladas, que se plantean como una primera batería de acciones concretas a desarrollar, agrupadas por dichas áreas.



# 3. Metodología de trabajo

---

La intensidad de los desafíos demográficos, junto con la complejidad de las acciones necesarias para enfrentarse a ellos, y la necesidad de actuar en un plazo de tiempo lo más ajustado posible hace necesario definir una metodología de trabajo que haga que las actuaciones que se planteen desde la FEMP sean lo más efectivas posibles.

Por ello, deben plantearse dos cuestiones metodológicas previas. En primer lugar, debe diseñarse una estructura orgánica bien definida, que integre multiescalarmente todas las actuaciones, que facilite la coordinación de las administraciones y los agentes sociales y económicos, y concentre los esfuerzos reduciendo duplicidades y solapamientos en la lucha contra la despoblación.

En segundo lugar, deben definirse las áreas de trabajo o perspectivas desde las que enfrentarse al desafío de la despoblación en el medio rural. Si bien algunas son fácilmente identificables (empleo, infraestructuras, servicios públicos, etc.), cuanto más multidimensional sea la aproximación a los desafíos demográficos, mayor posibilidad de afrontarlos habrá.

## 3.1 Medidas organizativas

Para sistematizar el trabajo práctico, es preciso disponer de una estructura orgánica claramente definida, que se encargue de articular las medidas concretas.

Para ello se propone promover desde la FEMP una mesa estatal contra la despoblación, en la que, junto a ayuntamientos y diputaciones –actores fundamentales en el medio rural– estén representados la Administración del Estado y las CCAA. Debe ser un grupo eminentemente práctico, que combine perfil político y técnico, capaz de tomar decisiones y ejecutarlas, pero también de evaluar resultados.

Asimismo, debe incorporar a los principales agentes económicos y sociales, en la forma en la que sea conveniente y adaptada a las singularidades de cada ámbito territorial y escala.



Se plantea una estructura a dos escalas básicas:

**Mesa Estatal Contra la Despoblación.** Se encargará de impulsar medidas marco estatales. Ha de servir para implicar al Estado en las medidas presupuestarias, fiscales y de incentivo que sean de su competencia exclusiva o compartida; e implicar a las autonomías en medidas marco nacionales.

**Grupos de Trabajo Regionales contra la Despoblación.** Velarán por la aplicación de las medidas estatales marco en sus territorios, de implementarlas con otras específicas que «personalicen» la lucha contra la despoblación a las características y singularidades de este problema en sus respectivas autonomías. Aprobarán y velarán por la ejecución de las medidas en sus territorios y de evaluar sus resultados.

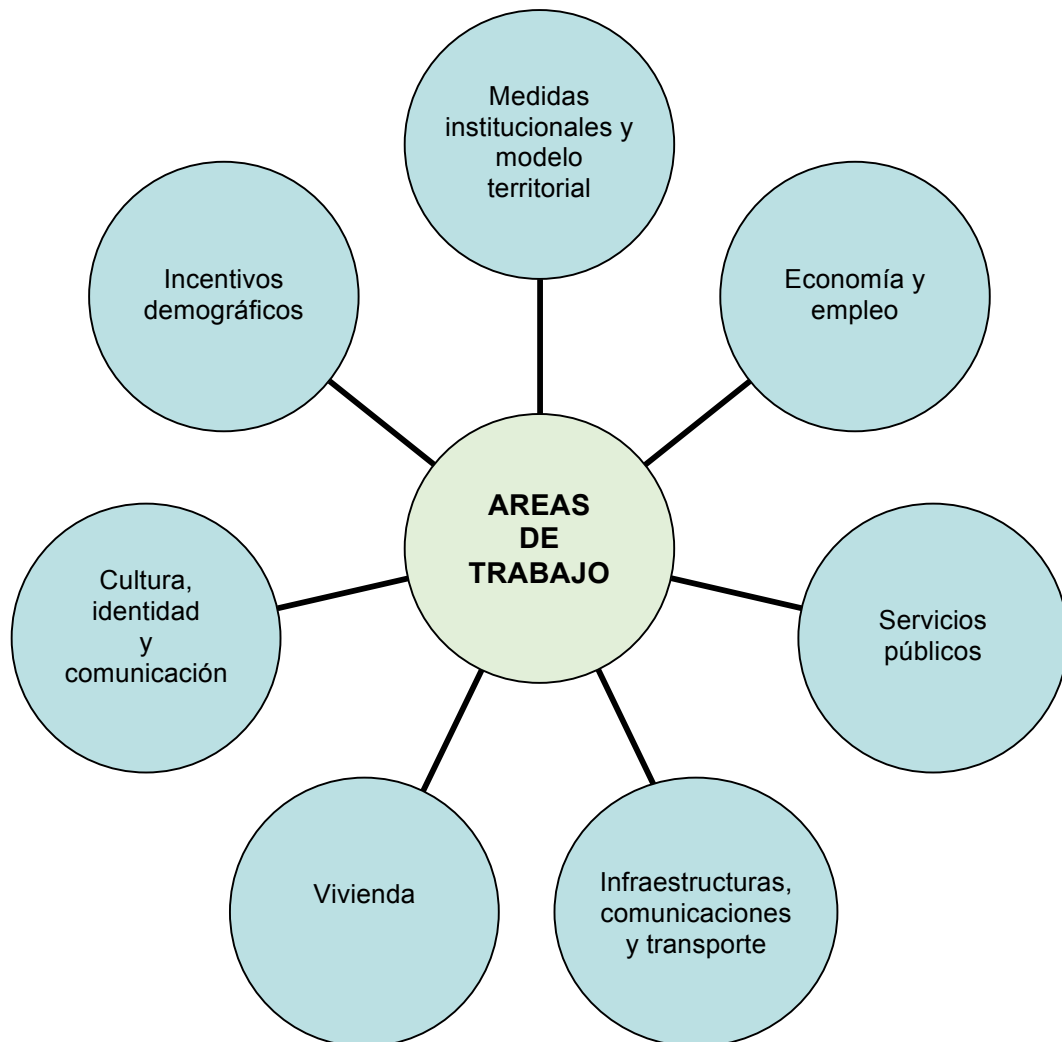
## 3.2 Áreas de trabajo

Las actuaciones que se promuevan desde la FEMP para enfrentarse a la despoblación del medio rural serán tanto más eficaces cuanto mejor se adapten a las características de los distintos espacios rurales y, por ende, a las prioridades demográficas que se detecten en ellos, y para ello es preciso definir, a priori, las principales áreas de trabajo en las que organizar las medidas que se planteen.



Aunque estos ámbitos temáticos pueden ser modificados o adaptados según las necesidades, se señalan 7 áreas principales sobre las que ordenar las medidas que se plantean:

- Medidas institucionales y modelo territorial
- Economía y empleo
- Servicios públicos
- Infraestructuras, comunicaciones y transporte
- Vivienda
- Cultura, identidad y comunicación
- Incentivos demográficos





# 4. Medidas por áreas

---

## 4.1 Medidas institucionales, financiación y modelo territorial

Una de las áreas de trabajo prioritarias es la que hace referencia a la transformación de las relaciones institucionales y a la adaptación del modelo territorial a los desafíos demográficos que convergen en la despoblación del medio rural.

Estas actuaciones desbordan, en la mayor parte de los casos, las competencias de las EE.LL., pero es evidente que desde los municipios, provincias, islas, etc. han de plantearse los cambios necesarios para que, a través del consenso que salga de los órganos de coordinación como la mesa estatal contra la despoblación o los distintos grupos de trabajo regionales, las medidas del resto de las áreas temáticas tengan un impacto real en el medio rural.

Para ello, se plantean las siguientes medidas a considerar:

1. Diseñar y poner en marcha una Estrategia Estatal contra la Despoblación.
2. Dicha Estrategia Estatal tendrá como objetivo desarrollar una política integral de lucha contra la despoblación que, en los casos territoriales más extremos, deberán desplegar políticas activas de repoblación.
3. **Elaborar un mapa de las zonas de prioridad demográfica y unidades funcionales demográficas.** Deberán definirse las zonas de prioridad demográfica, a partir de criterios objetivos de cálculo que establezcan los ámbitos de aplicación de los paquetes de medidas y el grado de cobertura según la realidad de cada zona (p.ej. zonas de riesgo extremo, zonas de riesgo alto y zonas de riesgo medio). Estos criterios de cálculo se fijarán atendiendo a la combinación de factores de densidad demográfica, envejecimiento, natalidad y pérdida de población. La definición de las zonas se establecerá, como mínimo, a escala zonal para dotarla del máximo rigor y eficacia en la aplicación de las medidas.



4. **Redefinición de la categoría europea de Zonas Escasa y Muy Escasamente Pobladas.** Extender el acceso a esa catalogación, y a la implantación de fondos especiales de inversión con aportaciones europea, estatal y autonómica, a los territorios azotados por la despoblación. Para un acceso justo, los indicadores demográficos de referencia no pueden ser los provinciales sino descender a un nivel territorial inferior, para que no resulten discriminadas extensas áreas duramente castigadas por la despoblación y que, sin embargo, arrojan indicadores demográficos medios relativamente elevados por efecto de la presencia de grandes urbes que distorsionan dichas medias y esconden la problemática real del resto de la provincia.
5. **Reforzar el papel de las Diputaciones** Provinciales, Cabildos y Consejos Insulares, como entidades de referencia y liderazgo en las políticas de sostenimiento de municipios y entidades locales menores, atención a la población rural y representación de las entidades locales. Intensificar la orientación de las políticas de las Diputaciones hacia la corrección de desequilibrios demográficos en su ámbito territorial, mediante la garantía de los servicios públicos de competencia local y el fomento del desarrollo económico y social de carácter endógeno.
6. **Recuperar, de forma efectiva, la Ley de Desarrollo Sostenible por su impacto en las políticas de apoyo al medio rural.** Recuperar los **planes de zona de la Ley de Desarrollo Sostenible.** Estos planes de zona pueden ser una escala de análisis y de intervención adecuada (estadísticas, agencias de desarrollo...) para aquellos territorios en los que no exista una delimitación supramunicipal, previa que funcione de forma operativa.
7. A la hora de decidir las **medidas a aplicar**, tanto a nivel estatal-marco como a nivel autonómico, **definir con claridad a quién corresponde la competencia** (sea única o compartida) y, por tanto, establecer el compromiso por parte de esos agentes a poner en marcha dichas acciones.
8. Promover activamente un proceso de simplificación administrativa y burocrática, y de revisión legislativa, para erradicar los frenos existentes en estos momentos para el desarrollo de proyectos e iniciativas públicas y privadas que contribuyen a la reactivación del medio rural.
9. **Incorporar de forma explícita a los presupuestos de cada ejercicio de todas las AAPP una estrategia demográfica**, en la que se identifiquen los objetivos anuales en esta materia, los medios y recursos disponibles para alcanzarlos, así como una evaluación de la gestión y resultados del ejercicio anterior.





10. Incorporar al procedimiento de **elaboración de los proyectos de ley, reglamentos de carácter general, y otros instrumentos normativos, incluyendo las ordenanzas y reglamentos locales** de carácter general, así como al conjunto de los instrumentos de planificación de la Administración, un **informe ex -ante sobre el impacto demográfico**.
11. Dotar en los presupuestos estatales, autonómicos y provinciales de un **programa de incentivos adicionales** a los actualmente existentes para promover **la implantación de actividades económicas**, con elevada creación de empleo, relacionadas con los recursos, la tradición o el entorno económico de las zonas de prioridad demográfica. Las políticas activas para la aplicación de este programa y su correspondiente convocatoria se llevarán a cabo en cooperación con las Entidades Locales (ayuntamientos con capacidad de gestión y diputaciones provinciales, con el concurso activo de los ayuntamientos).
12. **Anualmente se presentará un informe de ejecución presupuestaria para cada línea de acción aprobada y una evaluación de sus efectos** socioeconómicos en las zonas de aplicación. En base a ese informe se realizará un debate plenario sobre la situación demográfica (en los Grupos de Trabajo Autonómicos y en la Mesa Nacional Contra la Despoblación). El informe de resultados será tenido en cuenta para, en el ejercicio siguiente, incrementar el esfuerzo en las medidas que se hayan demostrado más eficaces.
13. **Revisar el modelo de financiación de las entidades locales** en aras a que se reajuste el criterio de reparto para que los municipios y entidades locales menores que sufren la despoblación no salgan perjudicados –como ocurre ahora– por tener pocos habitantes, sino primados para garantizar su suficiencia financiera. Que el criterio de la despoblación pese en el reparto de los fondos de financiación destinados a las entidades locales y, de esa forma, se responda también al sobre coste que supone la prestación de servicios públicos básicos en núcleos de población de reducido tamaño. En la medida en que se acometa la reforma de la financiación local, la despoblación será especialmente considerada como variable correctora y compensatoria a los territorios con riesgos demográficos.
14. Promover ante la Unión Europea, el Gobierno de España y las CCAA que la autoridad de **gobernanza y gestión de los fondos europeos sea liderada por las entidades locales en las partidas destinadas al medio rural**, y compartida en el resto de líneas sectoriales cofinanciadas por la UE. Todo ello para garantizar sus objetivos de convergencia y cohesión territorial, y evitar procesos de centralización.



15. Promover ante el Gobierno de España y las instituciones de la UE que en los futuros debates sobre la nueva reglamentación de la **política de cohesión se promueva un reajuste de criterios, en aras a que la asignación y cofinanciación de fondos comunitarios tengan en cuenta variables demográficas** en escalas territoriales adecuadas (las medias provinciales, a menudo, aparecen desvirtuadas por la «bonanza» demográfica de grandes ciudades).
16. **Abrir una línea de financiación estatal** de acciones socioeconómicas vinculadas contra la despoblación, dotada de un fondo propio con el que financiar tanto incentivos sociales como inversiones públicas y privadas en zonas de prioridad demográfica.
17. Realizar, a través de la FEMP y con financiación estatal, un **estudio de los costes para el sostenimiento de los servicios públicos locales** en poblaciones de reducido tamaño, zonas de baja densidad, envejecidas o con núcleos dispersos, a efectos de su consideración en la financiación local con cargo a los tributos del Estado y de cada Comunidad Autónoma. Este estudio debe tener en cuenta tanto los servicios obligatorios por tamaño demográfico, como aquellos no obligatorios pero esenciales que están siendo prestados desde los municipios y las diputaciones.
18. Adaptar y redefinir el **concepto de “población vinculada”** a los municipios con un mínimo periodo de residencia anual, que sirva para evaluar y cuantificar el coste del acceso a todos derechos y servicios locales tanto de los residentes como de la población temporal.
19. Promover desde las Diputaciones, en coordinación con las CC.AA., el refuerzo de los Grupos de Acción Local, para que funcionen como auténticas **agencias de desarrollo zonal**, como escala esencial para la puesta en marcha de políticas activas, de movilización y atracción de iniciativas en el medio rural.
20. Con carácter general, todas aquellas **líneas de subvención existentes en cada Comunidad Autónoma serán reforzadas específicamente** cuando los beneficiarios sean **residentes en zonas de prioridad demográfica**.
21. Evaluar, y, en su caso, promover la creación de **incentivos** económicos y de carrera profesional para los **empleados públicos que fijen su residencia habitual en el municipio o zona rural** en la que presten servicio.
22. Considerar la creación de un fondo de guarda y custodia del territorio.



## 4.2. Economía y Empleo

Los cambios necesarios en la economía nacional afectan a todo el territorio, pero el medio rural, y particularmente las entidades locales de menor dimensión demográfica, requieren de una recuperación económica que vaya más allá de las cifras de empleo y paro, y que signifique una recuperación de las condiciones laborales y de vida de la población.

En el marco de la despoblación del medio rural, cualquier cambio en la pauta demográfica que está llevando a la salida de la mayor parte de la población joven formada hacia las ciudades, exige de estabilidad en el empleo, de equiparación de salarios entre los trabajos del medio rural y de las ciudades, de posibilidad de conciliación de la vida laboral y familiar, etc. Sin estabilidad, cualquier expectativa de mejora de los indicadores demográficos -como el incremento de la natalidad o un saldo migratorio positivo- no se sostiene.

Para ello, cualquier mejora, aunque positiva, será insuficiente si no viene dada, por un lado, de un cambio sistémico del modelo productivo, que apueste no solo por la I+D+i, en todas sus dimensiones, sino también, y en mayor medida en el medio rural, por la sostenibilidad como principio rector de las actuaciones y políticas; por un cambio del modelo territorial, que posibilite la creación de polos de innovación en todas las provincias, asociados a los potenciales endógenos diferenciales, entendidos como base de fortalezas y oportunidades en el modelo territorial; y, por una mejora en las condiciones laborales de la población.

El problema de la despoblación rural no es una consecuencia directa y unívoca de los problemas de la economía del medio rural, dado que inciden otros factores sociales y culturales, pero sin duda ha habido y sigue habiendo una relación causa-efecto entre declive productivo y pérdida demográfica. Todo ello, evidentemente, teniendo en cuenta que es imposible fijar y atraer población activa a un territorio carente de oportunidades laborales. Por ello, actuar en el fomento de las actividades económicas y el empleo es prioritario, con medidas a distintas escalas y que fomente la diversificación económica.

1. Establecer **bonificaciones/deducciones especiales en impuestos de actividades profesionales y empresariales**, así como en **subvenciones a la contratación y en bonificaciones de cuotas a la Seguridad Social**, para quienes desarrollen su actividad y tengan su residencia habitual en zonas de prioridad demográfica y, con carácter general, en municipios rurales de menos de 5.000 habitantes.
2. Establecer **bonificaciones/deducciones en el IRPF** para los residentes en el medio rural, que incentiven la atracción de nuevos



pobladores y que consoliden los censos demográficos ya existentes. Además de contribuir a servir de revulsivo demográfico, estas medidas servirán para reconocer a los pobladores del medio rural el sobrecoste que les conlleva residir en pequeños municipios alejados de los núcleos urbanos.

3. Aprobar **los Programas Territoriales de Fomento**, con dotación presupuestaria, para zonas en las que concurren necesidades especiales de reindustrialización, ya se trate de zonas en declive o en las que proceda fomentar la implantación industrial, contando con la participación de las entidades locales en la elaboración y gestión de dichos programas (a financiar entre el Estado y las CCAA, con la concurrencia de fondos europeos).
4. Promover un modelo PAC orientado a la producción de alimentos de calidad, basado en la agricultura territorial y en el modelo social basado en las explotaciones familiares, que tenga entre sus prioridades la incorporación de jóvenes, de investigación y tecnología al sector para incrementar su productividad y su sostenibilidad, y que favorezca la internacionalización de las empresas agropecuarias locales.
5. Promover la incorporación y el acceso efectivo de las áreas rurales a los fondos y recursos del **programa Ris3** de Especialización Inteligente de Unión Europea.
6. Incrementar los fondos de incentivo e implantar **servicios de asesoramiento técnico para favorecer el relevo generacional en las explotaciones** agropecuarias, la incorporación de jóvenes agricultores y ganaderos, tanto para dar continuidad a actividades ya existentes como para ampliarlas con la puesta en marcha de nuevas.
7. Poner en marcha **planes especiales de apoyo a autónomos y emprendedores** del medio rural.
8. **Incorporar en la regulación del sistema financiero** la obligación de las entidades de **garantizar el acceso al sector bancario en el medio rural**, en el marco de la garantía de derechos de la ciudadanía ante las instituciones financieras.
9. **Reforzar la financiación estatal y autonómica de las diputaciones provinciales y los ayuntamientos para que pongan en marcha nuevos planes de empleo local** en obras y servicios de interés público, y refuercen los ya existentes, llevados a cabo en coordinación con los municipios y adaptados a sus demandas y necesidades.



10. Promover, apoyar e incentivar iniciativas de **mejora de la competitividad de la producción agropecuaria y agroindustrial** (a pequeña y mediana escala), que permita incrementar el valor añadido en la cadena de comercialización.
11. Impulsar **sellos de calidad territorial para la producción local**, que sean conocidos y reconocidos en la cadena de consumo, e incentivar la incorporación de esas producciones locales a los establecimientos de distribución (supermercados, grandes superficies...).
12. Poner en marcha **programas públicos de detección de nuevos yacimientos de empleo y nichos de oportunidades empresariales** complementarias o alternativas a las tradicionales en las distintas áreas rurales, a fin de diversificar la economía rural. Recuperar o fomentar la relación entre comercialización y cercanía con el lugar de producción agropecuaria y de productos locales en general, fomentando su presencia en los mercados locales.
13. Implantar líneas de **apoyo, incentivo y asesoramiento para recuperar el pequeño comercio en las áreas rurales**, que garantice el derecho de acceso a los alimentos, desde una perspectiva supramunicipal, de forma que se fomente la cobertura de las necesidades de consumo en los distintos municipios, al margen de su tamaño.
14. Establecer **acciones que permitan garantizar complementos de renta a los activos residentes en el medio rural, favoreciendo su incorporación laboral a planes de empleo** en obras y servicios locales y primando a aquellas empresas adjudicatarias de contratos públicos en el medio rural que contraten a activos residentes en dichas zonas.
15. En zonas de fuerte presencia del **sector forestal, desarrollar planes específicos de apoyo al empleo** en este ámbito, con incentivos para el autoempleo, contratación de trabajadores y aprovechamiento de recursos endógenos (apicultura, madera, mueble, micología, resina, piñón...).
16. Reforzar las líneas de **incentivos a la creación de empresas y empleo en el sector turístico**, apoyado en los recursos naturales y patrimoniales de dichos territorios.
17. Avanzar en políticas que permitan una verdadera eficacia del **fomento de la cotitularidad de las explotaciones agrarias** y desarrollar las medidas del Plan para la promoción de las **mujeres** en el medio rural.



18. Desarrollar medidas orientadas a la **formación y a facilitar el retorno** o la búsqueda de oportunidades en las áreas rurales, apoyándose en el Fondo Social Europeo.
19. Adaptar el **Plan de Garantía Juvenil** a la realidad rural.
20. **Reducir las cargas administrativas** para la puesta en marcha de nuevos negocios o actividades productivas, impulsando servicios oficiales de proximidad a modo de ventanilla única y asesoramiento.
21. Promover la creación de **fondos público-privados de concesión de avales y créditos blandos** específicamente dirigidos a proyectos de emprendimiento en el medio rural. Implicación de inversores privados y entidades financieras, junto a administraciones públicas, en la dotación de dichos fondos (programa de Business Angels, entidades de capital-riesgo, capital-inversión...).
22. Reforzar las líneas de apoyo técnico, formativo y económico para potenciar la efectiva **inserción laboral, profesional y empresarial de las mujeres** del medio rural.
23. Extender y desarrollar programas de capacitación profesional en el sector agropecuario, y fomentar la figura del «contrato del territorio» que promueva y extienda las fórmulas de cooperación entre emprendedores-empresarios y la Administración. Todo ello a fin de incentivar y apoyar técnica y económicamente con recursos públicos a empresas y profesionales que contribuyen a crear empleo, a fijar población y a cuidar el patrimonio cultural y medioambiental del medio rural.



## 4.3 Servicios públicos y sociales

La lucha contra la despoblación del medio rural debe centrar una parte importante de los esfuerzos de las administraciones en asegurar la plena igualdad en la calidad de los servicios públicos y de los servicios sociales, con las adaptaciones necesarias en función de sus características territoriales.

La falta de servicios específicos, la menor calidad media y la dificultad de acceso afectan de forma directa a la percepción en cuanto a la calidad de vida de la población del medio rural, y constituye otra de las causas objetivas de salida de población del medio rural, en particular de las familias.

La implantación de servicios sociales de proximidad, así como la garantía de una mejor accesibilidad y calidad de los servicios básicos de Sanidad y Educación son esenciales para la consolidación demográfica -y crecimiento, en coordinación con las demás áreas de trabajo- en las áreas rurales.

1. Establecer, legislativamente, una **carta de servicios públicos garantizados** para los ciudadanos, y evaluar las dificultades de acceso a dicha cartera en el medio rural, con el fin de asegurar unas condiciones equiparables a las del medio urbano.
2. Diseñar, de acuerdo con las CCAA y las Diputaciones, y con la participación del Estado, **planes provinciales de cobertura de servicios públicos (Sanidad y Educación como prioritarios) y sociales** que garanticen el acceso a dichos servicios por parte de la población rural. El diseño de los modelos bajará al nivel supramunicipal, a fin de que responda a las peculiaridades y necesidades de cada territorio.
3. Establecimiento de **fondos presupuestarios anuales para garantizar la prestación de servicios públicos y sociales en el medio rural**, incardinados con la estrategia de lucha contra la despoblación. Los presupuestos de las CCAA en gasto social deberán establecer anualmente una evaluación de impacto demográfico y de ubicación en el medio rural, a fin de que los recursos económicos disponibles se gestionen teniendo en cuenta, como uno de los criterios esenciales de gestión, la lucha contra la despoblación.
4. Potenciar particularmente, en las zonas de prioridad demográfica, aquellos **servicios sociales que favorecen la permanencia en el domicilio habitual, con la incorporación de TIC** (caso de las prestaciones de ayuda domiciliaria, entre otras, y nuevos mecanismos que puedan definirse a futuro). Establecer a medio plazo un objetivo de



incremento del 20% en la financiación a las entidades locales en esta materia, y estudiar el establecimiento de bonificaciones para el acceso a estos servicios en las zonas de prioridad demográfica.

5. **Garantizar el acceso de la Educación de 0 a 3 años**, con medidas específicas en las zonas de prioridad demográfica, incluyendo un programa de subvenciones a las familias para facilitar el acceso en todos los núcleos que no cuenten con este servicio.
6. Dotar un **plan de acogida e integración a la población inmigrante** extranjera –y evaluar los casos concretos de acogida a refugiados– con un programa de subvenciones a las entidades locales que se impliquen, en colaboración con las ONG y con la participación activa de los servicios públicos de la comunidad autónoma respectiva.
7. Como medida estructural, **descentralizar la red de recursos asistenciales públicos** –tales como residencias de ancianos públicas o incentivos especiales a la apertura de geriátricos privados–, para crear una malla de centros asistenciales descentralizados –infancia, juventud, ancianos, ayuda domiciliaria, residencias, centros de día...– que, además de permitir acercar la prestación de esos servicios a la población rural, suponga también un entramado de centros que contribuyan a acercar el empleo social a esos territorios.
8. **Reactivar las líneas presupuestarias de la Ley de la Dependencia**, para superar los recortes realizados en su aplicación tanto en el marco normativa como de financiación.
9. Recuperar la dotación de **las prestaciones económicas a las personas en situación de dependencia que optan por los cuidados en el entorno familiar**, así como la incorporación a la Seguridad Social de los cuidadores no profesionales.





## 4.4 Infraestructuras, comunicaciones y transporte

La lucha contra la despoblación del medio rural requiere, entre las muchas acciones necesarias, la reducción de la brecha en cuanto a accesibilidad entre estos espacios y las áreas urbanas.

Aunque las infraestructuras son una condición necesaria pero no suficiente para asegurar la dinamización socioeconómica de un territorio, la política de transporte e infraestructuras tiende a concentrar las inversiones allí donde la demanda real (o potencial) es mayor, y a infradotar a los espacios con mayores dificultades por razones demográficas -poca población y envejecida- o geográficas -baja densidad, complejidad física-. Eso perjudica la instalación o el mantenimiento de actividades o de la población en general, penalizando a estos espacios doblemente.

La accesibilidad en condiciones de igualdad a bienes y servicios de toda la población del medio rural es condición básica e imprescindible para poder hacer frente a los desafíos demográficos. Ello conlleva no sólo la garantía de unas adecuadas infraestructuras físicas, sino también la existencia de servicios adaptados a las condiciones sociodemográficas del medio rural.

El transporte debe convertirse en el medio rural en un servicio público básico, en la medida en que dota de accesibilidad y de calidad de vida a la población rural, sobre todo a la más envejecida y con menores posibilidades de movilidad individual. La revisión de los modelos de transporte público debe garantizar no sólo una estructura económicamente viable sino, sobre todo, una prestación de calidad para evitar los desequilibrios territoriales.

Esta accesibilidad debe ser física y digital, para reducir la brecha que existe actualmente entre los núcleos urbanos y los rurales en ese acceso a los mecanismos de desarrollo y de calidad de vida.

1. Realizar un **análisis exhaustivo de estado de la red viaria** de la que dependen las áreas rurales, para establecer prioridades y compromisos plurianuales de inversión en mantenimiento, reparación y nuevas infraestructuras.
2. Realizar un **mapa de distancias** -espacial y temporal- **de acceso a los servicios básicos** (sanidad, educación, servicios sociales y comerciales) y a las grandes infraestructuras (autopistas, autovías y ferrocarriles) para establecer un plan de prioridades en la ejecución de nuevas infraestructuras de acceso, concertado entre las AAPP competentes.



3. **Establecer objetivos específicos de inversión anual para inversiones en la red viaria**, de forma que quede garantizado un porcentaje mínimo en los capítulos presupuestarios que a tal fin aprueba cada Comunidad Autónoma.
4. **Fijar las prioridades de inversión plurianual con el concurso de las diputaciones provinciales y los ayuntamientos**, a partir de criterios técnicos objetivos.
5. Implantar **programas coordinados Estado/CCAA/diputaciones para la recuperación del patrimonio monumental de las áreas rurales**, evitando la actual dispersión de programas inconexos y reforzando las líneas de inversión de conjunto en este apartado.
6. **Plan digital**. Reducir la brecha digital y disponer de redes de muy alta velocidad de alta calidad, con el objetivo de que antes de 2020 todos los hogares y empresas puedan disponer de conectividad con banda ancha de al menos 30 Mbps en, al menos, todos los municipios. Y que, como mínimo, en el mismo plazo, todos los municipios de más de 1.000 habitantes tengan conexiones de más de 100 Mbps.
7. Garantizar la universalidad del **acceso telefónico y la calidad de las conexiones móviles**, velando por favorecer el acceso a estos servicios a los colectivos más desfavorecidos en condiciones de igualdad.
8. Fomentar la **formación digital de la población rural**, especialmente de colectivos actualmente más alejados de las TIC.
9. **Planes de aceleramiento de la implantación y desarrollo de la administración electrónica y extensión de las TIC** en actividades educativas, culturales, empresariales y de ocio.
10. **Revisar los actuales modelos de transporte público**, para adaptarlos a las condiciones reales de la demanda del medio rural, garantizar la movilidad de la población, y corregir los déficits de servicios e infraestructuras en estos espacios.
11. Instar a las AA.PP. competentes a que, en el menor plazo posible, cumplan con las determinaciones de la **Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social**, en lo que se refiere al derecho a la vida independiente y a la garantía de la movilidad de las personas y a la accesibilidad al transporte, sobre todo en los servicios para el medio rural.



## 4.5 Vivienda

El derecho a la vivienda se convierte en retórica si no se garantiza su acceso en cualquier territorio. Además, la política de vivienda debe servir para potenciar los atractivos de las áreas rurales, contribuyen tanto con el objetivo de mantener vivos núcleos que, en su gran mayoría, incluyen también un patrimonio a conservar por su interés cultural.

La revitalización residencial obliga a planificar acciones que faciliten la conservación de estos municipios, muchos de ellos afectados por acusados procesos de abandono de inmuebles, que constituyen un problema para las entidades locales. Ahora bien, estas labores de conservación no deben ir en menoscabo de facilitar la revitalización y la adaptación del caserío a las nuevas necesidades de la población residente o vinculada.

Por sus especiales características, el mercado inmobiliario de los pequeños municipios adolece de falta de dinamismo (abandonos, herencias, concentración en pocos propietarios, escasa cultura del alquiler...) y requiere de actuaciones públicas que posibiliten a la población, en particular los jóvenes y las familias, poder asentarse o permanecer en el medio rural

1. Reforzar, y personalizar a las necesidades de cada territorio, las líneas de **subvención para adquisición y rehabilitación de viviendas** que sean primeras residencias.
2. Impulsar a nivel autonómico la adaptación de la normativa local de los pequeños municipios a la legislación urbanística vigente.
3. Promover, desde las comunidades autónomas, **planes municipales de regeneración urbanística** para pequeños municipios. Incorporar soluciones técnicas y económicas ante casas abandonadas y en situación de ruina.
4. **Captar viviendas vacías y gestionar bolsas de viviendas** a nivel provincial a ofertar a aquellos que deseen asentarse en el medio rural, incluso como segunda residencia –estableciendo normas que eviten la especulación en las transmisiones a particulares desde la Administración–.
5. **Rehabilitación de inmuebles de la bolsa pública de vivienda rural** anteriormente indicada, estableciendo líneas de ayudas específicas bajo estrictos principios de prudencia y viabilidad técnica. Es decir, con



cupos realistas y limitados de viviendas, y tras una previa valoración de costes para determinar la viabilidad técnico-económica de cada operación. La rehabilitación pública de inmuebles –y privada con incentivos públicos– abriría otra línea de creación de empleo para el mantenimiento o incluso atracción de pobladores al medio rural.

6. Elaborar **planes específicos de acceso a la vivienda y rehabilitación en las zonas de prioridad demográfica**, con una convocatoria adaptada a las necesidades de la población y a las características del medio.



## 4.6 Incentivos demográficos

Reducir el elevado índice de envejecimiento y sobreenvjecimiento que lastra a las áreas rurales, de forma creciente, ha de ser un objetivo de interés estatal por las repercusiones sociales y económicas que actualmente conlleva la falta de relevo generacional, especialmente acusada en el medio rural.

1. Instar a las AA.PP. competentes a establecer **ayudas especiales a la natalidad**.
2. Las **ayudas e incentivos a la natalidad** podrán tener en cuenta las **características de los espacios rurales** en cuanto a su **prioridad demográfica**.
3. Estudiar, a nivel estatal y autonómico, **bonificaciones impositivas para familias con hijos residentes en el medio rural**, en zonas de prioridad demográfica. Se fijarán criterios objetivos para poder acceder a estas ayudas (tiempo mínimo de residencia, tiempo de permanencia, umbrales máximos de renta...), a fin de hacerlas socialmente justas y demográficamente eficaces.
4. Fomentar **servicios de guardería de proximidad** para garantizar la conciliación de la vida familiar y laboral, y sondear servicios de atención infantil similares a los de ayuda a domicilio para ancianos, en aquellas zonas en las que haya demanda suficiente.



## 4.7 Cultura-identidad-comunicación

Además de los problemas económicos, de falta de servicios públicos de calidad, de carencia de infraestructuras, de dificultades para el acceso a la vivienda, etc. que se han señalado, el medio rural –y más aún sus pequeños municipios– se sitúa en una situación de inferioridad respecto a las áreas urbanas en la identificación de la población con el territorio en el que vive.

Existen tres percepciones generalmente extendidas que perjudican la imagen del medio rural. La primera de ellas es que hay una notable diferencia en cuanto a la calidad de vida en el medio rural respecto a las ciudades. Sobre todo si los indicadores o estándares utilizados hacen referencia, por una parte, a la dotación de servicios e infraestructuras por habitante y, por otra, a la facilidad o dificultad en el acceso a servicios específicos.

La segunda percepción es la falta de oportunidades para desarrollar una carrera profesional en el medio rural, sobre todo en el caso de la población femenina. Más allá de los problemas derivados de la excesiva concentración de población y actividades en un cada vez más reducido número de centros urbanos, se extiende la idea de que sólo en las grandes ciudades existe la posibilidad de acceder a una carrera profesional, obviando –de una parte– las dificultades y los costes derivados de dicha concentración, y –de otra– las potencialidades existentes en el medio rural.

La tercera idea extendida es la de una supuesta insostenibilidad de los pequeños municipios, la sensación de que el medio rural se mantiene subsidiado, sostenido artificialmente desde las áreas urbanas, idea que no se sustenta en ningún tipo de evaluación real y objetiva de esa situación. La externalización de los costes ambientales de las ciudades y las aglomeraciones, y el valor real de la custodia del territorio más extenso del país no son tenidos en cuenta en esta idea.

1. **Mejorar la comunicación** de la realidad territorial del medio rural.
2. Potenciar, con **estrategias territoriales de comunicación**, la difusión de esa realidad y de las ventajas competitivas –sociales y económicas– de las áreas rurales.
3. **Poner comunicativamente en valor la lucha contra la despoblación del medio rural como fuente de riqueza** patrimonial, económica y medioambiental para el conjunto del país.
4. **Promover acciones educativas** que contribuyan a difundir la realidad y los valores del medio rural, fomentando el tratamiento de esta materia en las aulas, así como sensibilizar a la población en su conjunto.



# DOCUMENTO 5



[Inicio](#) -> [Actualidad](#) -> [España Vacía](#) -> [Plataformas en la Revuelta de la España Vacía](#)

## Plataformas en la Revuelta de la España Vacía

🕒 19 MARZO 2019 / ✍️ AUTOR: TERUEL EXISTE /

📁 CATEGORIAS: ESPAÑA VACIADA

La Revuelta de la España Vacía impulsada por Soria Ya! y Teruel Existe está siendo secundada por decenas de plataformas ciudadanas todo el país, y no paran de sumarse. Todos tenemos claro que Juntos somos más fuertes, y que la injusticia y desigualdad abalan nuestra movilización.

Listado por orden de adhesión. Actualizado el 30/03/2019. Somos 93!!

### Plataformas

- 1 **TERUEL EXISTE** (Teruel)
- 2 **SORIA YA !!!** (Soria)
- 3 **JAEN MERECE MÁS** (Jaén)
- 4 **«LA OTRA GUADALAJARA »** (Guadalajara)

- 5 PLATAFORMA CÍVICA POR CUENCA (Cuenca)
- 6 PLATAFORMA VIRIATOS ZAMORA (Zamora)
- 7 PLATAFORMA POR TREN DIGNO» MILANA BONITA «  
(Extremadura)
- 8 AMIGOS DEL FERROCARRIL COMARCA DE BAZA  
(Granada)
- 9 PAISANOS DE SANCHO EN CAMPO DE MONTIEL  
(Ciudad Real)
- 10 COMARCA DE GUADIX POR EL TREN (Granada)
- 11 CÁCERES SE MUEVE (Cáceres)
- 12 TODOS A UNA POR LINARES (Jaén)
- 13 ASOCIACIÓN REPUEBLA ( Zonas Pinares y Arlanza.  
Burgos-Soria)
- 14 PLATAFORMA A11 PASOS (Peñafiel. Valladolid)
- 15 ASOCIACIÓN AMIGOS DEL FERROCARRIL DE JAÉN  
(Jaén)
- 16 PLATAFORMA JAÉN POR EL TREN (Jaén)
- 17 PLATAF. EN DEFENSA DEL FERROCARRIL POR JAÉN  
(Jaén)
- 8 PLATAF. A FAVOR DE LA A-32: Linares-Albacete  
(Albacete)
- 19 ÁVILA RESISTE (Ávila)
- 20 ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA LA DESPOBLACIÓN  
(Nacional)



- 21 **ASOAF ASOCIACION SORIANA AMIGOS DEL FERROCARRIL** (Soria)
- 22 **SALVEMOS BÉJAR** (Salamanca)
- 23 **CUENCA AHORA** (Cuenca)
- 24 **S.O.S CAMEROS LA RIOJA** (Rioja)
- 25 **PIRINEO BIZIRIK** (Navarra. Nacional)
- 26 **FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ENTIDADES LOCALES MENORES** (Nacional)
- 27 **S.O.S TALAVERA Y COMARCA** (Toledo)
- 28 **CEAV (Confederación estatal de Asociaciones vecinales)** (Nacional)
- 29 **AGRUPACIÓN JÓVENES DE LA ZONA DEL CAMINO DE SANTIAGO** (Palencia)
- 30 **PLATAF. EN DEFENSA Y DESARR. DEL FERROCARRIL EN TERUEL** (Teruel)
- 31 **TÚ HACES COMARCA TIERRA DE CAMPOS** (Palencia)
- 32 **PLAT. FERROCARRIL DIRECTO MADRID-ARANDA-BURGOS** (Burgos)
- 33 **CODINSE Coordinadora para el desarrollo integral del Nordeste de Segovia**
- 34 **COLECTIVOS DE ACCIÓN SOLIDARIA (17 colectivos rurales, 3 urbanos)** (Segovia)
- 35 **ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO ZAMORA 10** (Zamora)
- 36 **DAROCA Y SU COMARCA SE RESISTEN** (Zaragoza)

- 37 PLATAF. RURAL-ALIANZAS POR UN MUNDO RURAL VIVO
- 38 PLATAFORMA BUREBA ES FUTURO BURGOS (Burgos)
- 39 ASOC. CULTURAL Y RECREATIVA DE BAILO (ACURBA) (Huesca)
- 40 ACCIÓN LOCAL SIERRA NORTE DE MADRID (Madrid)
- 41 UNIÓN DE CAMPESINOS DE SEGOVIA (Segovia)
- 42 COCEDER (Confederación de centros de desarrollo rural) (Segovia)
- 43 RURAL MINERAS (Cuencas Mineras. Teruel)
- 44 SEGOVIA SUR (Segovia)
- 45 MESA POR LA RECUPERACIÓN DE TALAVERA Y SU COMARCA (Toledo)
- 46 ARGAREAL RURAL (Ávila)
- 47 ASOCIACIÓN LOS CUATRO CAÑOS (ARBANCÓN-GUADALAJARA) (Guadalajara)
- 48 ISMUR Iniciativa social de mujeres rurales (Segovia)
- 49 ESCUELAS CAMPESINAS DE SEGOVIA (Segovia)
- 50 GRUPOS DE ACCIÓN LOCAL GUADALAJARA (Guadalajara)
- 51 COORDINADORA RURAL DE ZAMORA (Zamora)
- 52 PASTORAL RURAL MISIONERA DE ZAMORA (Zamora)
- 53 MJRC MOVIMIENTO DE JÓVENES RURALES CRISTIANOS (Nacional)

- 54 CDR OVISO LODOSELO ( Sarreaus. Ourense)
- 55 CDR PORTAS ABERTAS ARZÁDEGOS ( VILARDEVÓS )  
(Ourense)
- 56 UNION DE UNIONES ( CASTILLA Y LEÓN ) (Castilla-  
León)
- 57 ASOCIACIÓN CULTURAL RADIO VALDIVIELSO (Burgos)
- 58 PLATAF. PASARÓN MERECE ( Pasarón de la Vera.  
Cáceres)
- 59 ASOC. MEDIO RURAL PUEBLOS DE GUADALAJARA  
(Guadalajara)
- 60 ASOC. CULTURAL EL OLMO Y LA VEGA DE FUENTE EL  
OLMO DE FUENTIDUEÑA (Segovia)
- 61 ABRAZA LA TIERRA ( 11 GAL ) (Castilla-León / La  
Mancha y Aragón)
- 62 UCCL UNIÓN DE CAMPESINOS (Castilla-León)
- 63 ISMUR CASTILLA Y LEÓN (Castilla-León)
- 64 UNIÓN DE MUJERES AGRICULTORAS Y GANADERAS  
(Castilla-León)
- 65 PLATAF. DE LAS SUBCONTRATAS Y EL FUTURO DE LA  
COMARCA DE ANDORRA (Teruel)
- 66 ARANDA Y LA RIBERA DEL DUERO BURGALESA QUIEREN  
FUTURO (Burgos)
- 67 GRUPO DE ASOCIACIONES DE TIERRA DE PINARES  
FUENTE EL OLMO DE FUENTIDUEÑA (Segovia)

- 68 **COLECTIVO DE MUJERES POR EL TREN DE GRANADA**  
(Granada)
- 69 **FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES VECINALES LA RIOJA**  
(La Rioja)
- 70 **PLATAFORMA 102 PORTO (ALTA SANABRIA)** (Zamora)
- 71 **PLATAFORMA AMIGOS DE JOSÉ LUIS IRANZO** (Teruel)
- 72 **CLM STOP MACROGRANJAS ( JÁVAGA)** (Cuenca)
- 73 **UNIÓN DE CAMPESINOS DE BURGOS** (Burgos)
- 74 **ISMUR BURGOS** (Burgos)
- 75 **FAS TIRÓN ( FEDERACION DE ASOCIACIONES DEL TIRÓN**  
) (Burgos)
- 76 **PLATAFORMA PROVINCIAL DE BURGOS** (Burgos)
- 77 **MRC MOVIMIENTO RURAL CATÓLICO DE ACCIÓN**  
**CATÓLICA** (Nacional)
- 78 **MAREA GRANATE** (Nacional)
- 79 **ASOCIACIÓN ESPAÑOLA MUNICIPIOS DE MONTAÑA** (Nacional)
- 80 **COMOFUR COMISIÓN DE MUNICIPIOS FORESTALES**  
**ESMONTAÑAS**
- 81 **(MEUD) MOVIMIENTO ESTUDIANTIL EUROPEO UNIVERSITARIO**  
**A DISTANCIA MADRID**
- 82 **COLECTIVO CIUDADANOS REINO DE LEÓN** (León)
- 83 **NÓS TERRA MAIRE** (León – Zamora – Salamanca)
- 84 **SERRANIA CELTIBÉRICA**
- 85 **ASOCIACIÓN CULTURAL DE PENDONES DEL REINO DE LEÓN**

86 PLATAFORMA CONTRA EL FRACKING DE GUADALAJARA

87 FUNDACIÓN CEPAIM (Nacional)

88 ASOC. PARA LA RECUPERACIÓN DE OLIVOS YERMOS DE  
OLIETE (Teruel)

89 PLATAF. PARA LA DEFENSA DEL FERROCARRIL DE LA ZONA DE  
PINARES (Ávila)

90 SSPA ÁREAS ESCASAMENTE POBLADAS DEL SUR DE EUROPA  
(Cuenca – Soria y Teruel)

91 PLATAFORMA HUESCA SUENA (Huesca)

92 COORD. DE SALAMANCA NO A LA MINA DE URANIO POR UN  
MUNDO RURAL VIVO (Salamanca)

93 STOP URANIO PLATAFORMA DEL CAMPO CHARRO  
(Salamanca)

94. No a la mina de la sierra de Yemas (Ávila)

[Cartel Revuelta España Vacía personalizar](#) [Descargar](#)

**GRACIAS A TODOS porque juntos somos más fuertes. La  
injusticia y desigualdad abalan nuestra movilización,  
porque SER POCOS NO RESTA DERECHOS**

Información Revuelta de la España Vacía

# *El elevado coste de ignorar a la España interior*

13 AGO. 2018 02:30



Viajeros en el tren regional de Madrid a Soria. ÁNGEL NAVARRETE

Delibes dejó escrito que el confort ha llegado a los pueblos cuando en éstos ya no queda nadie para vivir. Este aserto explica por qué ni la lluvia de fondos de cohesión de la UE, ni las ayudas a la política agraria común, ni el sector turístico han revertido el **proceso de abandono del agro**. La decisión de potenciar la industria en los corredores urbanos, particularmente Madrid y la periferia, provocó un éxodo rural durante los 60 que aún hoy sigue sin frenarse. Tal como revela la serie de reportajes que hoy empieza a publicar EL MUNDO, la España vacía sigue desangrándose: **Teruel y Soria pierden 1.000 habitantes al año**, la mitad de los municipios españoles -cerca de 4.000- corre riesgo de extinción y la densidad de población en la Serranía Celtibérica, una comarca que agrupa diez provincias en los Montes Universales, apenas supera los siete habitantes por kilómetro cuadrado, menos que Laponia. Tal descapitalización humana, que alcanza al 53% de la superficie nacional, tiene consecuencias demoledoras como la **desvertebración territorial**, la desertización del campo y la laminación de un legado cultural larvado a lo largo de siglos.

España no puede permitirse el coste de prolongar esta agonía. No sólo por un elemental equilibrio demográfico, sino para reducir la factura que supone prestar servicios públicos en las áreas con **unapoblación escasa, envejecida y dispersa**. Castilla-La Mancha, por ejemplo, necesita mantener más de una treintena de ambulatorios en Cuenca para atender a una población similar a la de Fuenlabrada. De ahí que varias comunidades exijan **incorporar el criterio demográfico en el próximo modelo de financiación autonómica**. En todo caso, cualquier mejora en la dotación presupuestaria de estas CCAA debería tener un carácter finalista, lo que garantizaría que el dinero llega a las comarcas afectadas.

Los pueblos no deben reducirse a meros suministradores de ocio para quienes residen en las ciudades. Urge, por tanto, aplicar políticas para poner coto a la despoblación y el envejecimiento. Para ello **es necesario que el Gobierno pase de las palabras a los hechos** a través del Comisionado para el Reto Demográfico, pero también acometer una planificación que atienda las prioridades que han diagnosticado plataformas como Teruel Existe, Soria ¡Ya! o LaOtra Guadalajara: **mejora de las infraestructuras**, extensión de la banda ancha real -en aras de cubrir las *zonas de sombra* con nula o deficiente cobertura- y articulación de una fiscalidad que ampare una discriminación positiva para las provincias depauperadas. **Lo que resulta inadmisibile es seguir parapetado en la inacción y la inoperancia**. Sólo la voluntad política del conjunto de las administraciones públicas evitará el desastre de consumir el vaciamiento de la España rural interior.

**EDITORIAL** Opinión **i** DOCUMENTO 6.1***El medio rural requiere un pacto de Estado***

**La descapitalización humana amenaza con extinguir la mitad de los 8.116 municipios españoles, con extender la desertización del campo y ahondar en la desvertebración territorial**



Imágenes de la manifestación La España vaciada. CHEMA MOYA

**Actualizado** Lunes, 1 abril 2019 - 02:35

Ver 31 comentarios

Hartos de que sus reclamaciones no alcancen los oídos del Gobierno central, decenas de miles de manifestantes protestaron ayer en Madrid bajo el lema "la España vaciada" reclamando una solución urgente contra la despoblación. Según la Delegación del Gobierno, el mundo rural concentró en la Plaza de Colón 50.000 personas: más de 90 plataformas se adherieron a la marcha en representación de hasta 24 provincias, síntoma inequívoco de que estamos **ante un asunto de envergadura nacional**. La insatisfacción y el cansancio de quienes llevan años exigiendo medidas eclosionaron ayer con fuerza. Y es clave para entender por qué en las últimas semanas todos los partidos sin excepción han girado su atención al agro. Pues si alguien es capaz de capitalizar tal descontento, podría obtener de cara al 28-A la mayor parte del botín en juego en las circunscripciones más pequeñas: 99 escaños. Mas ante algunos burdos intentos de politización de la marcha, los organizadores ya habían avisado de que "bienvenido es todo el mundo, pero no queremos signos ni pancartas partidistas".



La descapitalización humana amenaza con extinguir la mitad de los 8.116 municipios españoles, con extender la desertización del campo y ahondar en la **desvertebración territorial**. Por ello las reivindicaciones escuchadas ayer giraron en torno a falta de infraestructuras y telecomunicaciones, denunciando la ausencia de inversiones reales y de subvenciones finalistas que ayuden a garantizar la cohesión social. "Que en Europa tomen nota y que los políticos se abran a articular un pacto de Estado", pedían.

Y eso es lo que le achacan a los políticos: **estrechez de miras y partidismo** al afrontar una cuestión que requiere un pacto de Estado y una hoja de ruta a largo plazo. Los convocantes tenían muchas esperanzas puestas en el plan en el estaba trabajando el Gobierno, del que esperaban medidas económicas de calado y una dotación de recursos públicos sin precedentes: desde mejoras para la vivienda, pasando por deducciones fiscales o permitir que sean las provincias y no las autonomías quienes gestionen los fondos europeos. Pero la Estrategia Nacional para el Reto Demográfico aprobada el viernes por el Consejo de Ministros ha resultado ser un conjunto de obviedades y de propuestas vacías que, como todo lo aprobado en los viernes electorales, ni tiene el apoyo del resto de partidos. El campo pide igualdad en el acceso a servicios y de oportunidades: desde una cobertura digna de internet y telefonía móvil a la articulación de una fiscalidad especial para las provincias más castigadas. Y para ello es imprescindible **un acuerdo de país que pivote sobre la necesidad de dinamizar la economía y generar empleo de calidad**.

# DOCUMENTO 6.2

## *La despoblación: un reto de Estado sin atender*

27 ENE. 2018 03:11



Edelmira Barreira, Comisionada para el Reto Demográfico. ARABA PRESS

Con el propósito de corregir los desequilibrios de la pirámide de población, el Gobierno creó hace un año el Comisionado para el Reto Demográfico, a petición de las comunidades autónomas en la última Conferencia de Presidentes. El nombramiento de la ex senadora del PP Edelmira Barreira para este cargo elevó el rango de la consideración política hacia este asunto. Sin embargo, **aún no se ha traducido en iniciativas concretas y en una dotación presupuestaria dirigida a potenciar el desarrollo rural** y a atender el resto de prioridades en esta materia, como el envejecimiento o la inmigración.

Frenar el éxodo rural debería ser atendido como una cuestión estratégica. Primero porque no afecta sólo a las comarcas despobladas, sino al conjunto del país en la medida que el equilibrio demográfico es un factor clave para la sostenibilidad. Y, segundo, porque **un desafío de este calibre sólo puede acometerse desde una planificación coordinada entre las distintas administraciones y con visión de largo alcance**. El Gobierno, tal como revela hoy EL MUNDO, ultima una estrategia demográfica nacional, con especial atención a la pérdida de habitantes en el campo. Ello exige **priorizar la prestación de servicios públicos**, articular una fiscalidad especial para las zonas rurales y potenciar las

infraestructuras viarias y de telecomunicaciones. Resulta inaudito que aún haya comarcas que sufran averías continuadas en la línea de teléfono fijo y en la cobertura móvil.

Según todos los indicadores, alrededor de la mitad de los más de 8.000 municipios españoles se encuentran en peligro de extinción. **Urge una política de Estado que reactive la Ley de Desarrollo Rural(2007) y un plan que, específicamente, afronte por primera vez la gravísima sangría demográfica de la España interior.**