

CICLOS DE DEBATE SOBRE DINAMIZACIÓN DEMOGRÁFICA EN CASTILLA Y LEÓN



LA COMUNICACIÓN COMO VÍA DE TRASMISIÓN DE LA IMAGEN DEL MEDIO RURAL: ENTORNO ATRACTIVO Y DE OPORTUNIDADES

10 de septiembre 2025. 12.00 horas. Museo del Pan. Mayorga de Campos (Valladolid)

La situación demográfica de Castilla y León, al igual que en otras Comunidades Autónomas y otros espacios de nuestro entorno europeo, es uno de nuestros principales retos. De una parte, lo es desde el punto de vista de la administración, ya que es la responsable de establecer las medidas adecuadas, y de establecer el marco legal, competencial y normativo adecuado para favorecer un crecimiento demográfico, y por otro lado, también es un reto del conjunto de la sociedad.

La despoblación en Castilla y León presenta un impacto mayor en el medio rural, por varios motivos: pérdida de activos durante las últimas décadas del siglo XX; actividad primaria en permanente reconversión; cambios sociales, etc.

Desde una perspectiva sociológica, Castilla y León puede definirse como una comunidad eminentemente rural, ya no solo por su historia, cultura y tradiciones, sino también por la propia idiosincrasia de sus habitantes, que directa o indirectamente poseen una referencia rural.

Desde esta perspectiva, la comunicación puede convertirse en una herramienta fundamental para deshacer la dicotomía entre la realidad rural y urbana, y para presentar el espacio rural como atractivo y lleno de recursos. Sirva como ejemplo la negatividad que transmite a la opinión pública el término de "España vaciada".

Así mismo, la población joven del medio rural ha sido animada a abandonar el medio rural en busca de oportunidades en entornos urbanos, obviando que éstos, más atractivos aparentemente, también presentan problemas.

En conclusión, la comunicación juega un papel fundamental en la percepción de este problema para el conjunto de la sociedad. La comunicación puede contribuir a la valorización de las zonas rurales, favoreciendo la visualización de sus problemas y potencialidades.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL COLOQUIO

- **Debatir sobre la percepción de la opinión pública sobre el fenómeno del despoblamiento en Castilla y León.**
- **Debatir sobre cómo mejorar la imagen de nuestro medio rural.**
- **Debatir sobre qué medios y acciones de comunicación deben llevarse a cabo al objeto de fijar y atraer población.**



Ponencia marco: JAVIER PÉREZ ANDRÉS

El ponente, periodista con una larga trayectoria profesional vinculada a Castilla y León, ofreció una reflexión profunda y comprometida sobre la situación actual del medio rural, su despoblación y el papel de la comunicación como herramienta de cohesión territorial. Con una visión realista, señaló que la sostenibilidad del medio rural atraviesa un momento crítico y que la pérdida demográfica continúa siendo el principal desafío de la región.

Destacó el papel histórico de los Grupos de Acción Local (GAL), a los que definió como pioneros en la revitalización de los territorios rurales. Reconoció su contribución al desarrollo del turismo rural, la creación de infraestructuras básicas y la puesta en valor de los recursos locales, subrayando que la pervivencia de los pueblos depende en gran medida del mantenimiento de servicios esenciales como la hostelería y el alojamiento. Según afirmó, la excelencia del turismo rural no radica en el lujo, sino en garantizar una oferta de calidad accesible que permita vivir y visitar los pueblos con dignidad.

PROGRAMA:

12.00 HORAS

Intervención marco: Javier Pérez Andrés. Periodista

Debate. Participantes:

- **María Benito. Periodista. Informativos Tele 5 y Cuatro**
- **José Ángel Gallego. Periodista. Grupo Tribuna**
- **Javier Valenzuela. Periodista.**
- **David de la Viuda. Alcalde Mayorga**
- **José Andrés García Moro. Presidente de PRINCAL y Alcalde de Melgar.**

Desde su experiencia periodística, defendió la necesidad de una estrategia de comunicación rural que refuerce la conexión entre comarcas, promueva una imagen positiva del territorio y dé visibilidad a los proyectos locales. Reclamó mayor coordinación institucional y la creación de figuras de comunicación en el ámbito municipal y comarcal para fortalecer la difusión de la realidad rural.

Asimismo, hizo un llamamiento a preservar y divulgar el patrimonio histórico y cultural de Castilla y León, poniendo en valor figuras y obras frecuentemente olvidadas. Concluyó apelando al compromiso colectivo y a la implicación de las nuevas generaciones para garantizar el relevo y la continuidad de la vida rural. En un tono simbólico y esperanzador, afirmó que, solo fomentando la vida, la familia y la educación se podrá asegurar el futuro de los pueblos.



MESA PANEL

DAVID DE LA VIUDA. ALCALDE DE MAYORGA

El alcalde de Mayorga de Campos, destacó la relevancia de la comunicación como herramienta estratégica para la promoción y atracción de nuevos habitantes hacia el medio rural. Señaló que uno de los principales desafíos para los ayuntamientos es el coste asociado a la difusión de información: “Cualquier acción publicitaria en medios o cobertura informativa requiere recursos económicos. Salvo situaciones excepcionales, los medios no suelen visibilizar de manera natural los aspectos positivos de nuestros municipios”. Subrayó que las estrategias tradicionales, como cuñas de radio o reportajes en prensa, tienen un alcance limitado debido a su frecuencia puntual, y resaltó la importancia de las redes sociales como vehículo de comunicación continua y cercana. Asimismo, enfatizó la necesidad de contar con personal capacitado en la gestión digital, capaz de mostrar las ventajas de vivir en cada localidad: infraestructura, servicios y oportunidades disponibles, aspectos que muchas veces son desconocidos para quienes residen en áreas urbanas. En este sentido, el alcalde enfatizó el papel de las instituciones públicas: “Las diputaciones y la Junta deben proveer las infraestructuras y recursos necesarios para fortalecer la comunicación de los municipios y facilitar la difusión de sus atractivos”. Destacó, además, la labor de quienes dinamizan la comarca mediante plataformas digitales, como redes sociales y páginas web, contribuyendo a visibilizar los recursos y oportunidades locales.

Finalmente, manifestó un enfoque proactivo y sostenido en la promoción de Mayorga de Campos: “Mantenemos una comunicación constante con los medios y buscamos alianzas con diferentes plataformas, desde youtubers hasta iniciativas institucionales, con el objetivo de mostrar de manera efectiva las cualidades de nuestro municipio”. Subrayó que la comunicación estratégica constituye un elemento esencial para garantizar la sostenibilidad del medio rural, atraer nuevos habitantes y consolidar la vitalidad de los pueblos.

MARÍA BENITO

María Benito, periodista, ofreció una reflexión profunda sobre la comunicación del medio rural en Castilla y León, destacando que uno de los errores históricos de los medios nacionales ha sido la construcción del concepto de “España vaciada”. Según Benito, este enfoque negativo ha contribuido a una percepción distorsionada del medio rural, en la que la sociedad urbana desconoce el impacto real de la despoblación: la pérdida patrimonial, cultural y económica que supone el abandono de los pueblos. Subrayó la necesidad de modificar esta narrativa, mostrando no solo los desafíos, sino también las oportunidades y valores que ofrecen estas comunidades.

La periodista señaló que, aunque existen jóvenes dispuestos a asumir retos urbanos, pocos consideran trasladarse a pueblos donde existen ayudas para la vivienda y oportunidades de emprendimiento. Puso ejemplos concretos, como bares que se alquilan por un euro al mes o viviendas disponibles, demostrando el potencial desaprovechado de estas localidades. Según Benito, el reto es comunicar el medio rural desde la positividad, destacando su patrimonio, calidad de vida y posibilidades de desarrollo económico y social. Advirtió que actualmente Castilla y León se percibe, en ocasiones, como un parque temático: la comunicación turística ha generado visibilidad, pero no siempre refleja la vida real de los pueblos. “No es habitual que para un reportaje haya que señalar los elementos más evidentes del entorno rural”, indicó, haciendo hincapié en la necesidad de transmitir una visión integral y auténtica del territorio.

Su propuesta central fue promover la positividad y la confianza desde los medios de comunicación y desde los propios habitantes, enfatizando las ventajas de vivir en el medio rural: disponibilidad de viviendas, proximidad a la naturaleza, calidad de vida, menor estrés y posibilidades de teletrabajo. Concluyó señalando que es fundamental dejar de asociar los pueblos únicamente con carencias o despoblación, y comunicar su valor real como espacios habitables y sostenibles.



MESA PANEL

JOSE ANGEL GALLEGO

José Ángel Gallego, periodista de larga trayectoria en el medio rural, inició su intervención destacando la relevancia de reconocer los esfuerzos de quienes promueven la comunicación y el desarrollo de los pueblos. Se presentó como profesional originario de un pueblo, que tras trabajar en Madrid decidió regresar y continuar su carrera desde el medio rural, subrayando la importancia de visibilizar la realidad cotidiana de estos territorios. Narró un ejemplo que marcó su vocación periodística: la dificultad de un niño para asistir a la escuela debido a la falta de transporte. Esta experiencia le permitió comprender la necesidad de una comunicación que no solo refleje acontecimientos extraordinarios o problemáticos, sino que visibilice las necesidades y desafíos diarios de los habitantes rurales. A partir de ello, desarrolló el proyecto Telerrural, una serie documental que sigue la labor de profesionales itinerantes —panaderos, carniceros, pescaderos, veterinarios— cuya actividad es fundamental para garantizar servicios básicos en los pueblos, destacando su rol como elementos esenciales para la vida comunitaria.

Señaló también las dificultades estructurales y burocráticas que enfrentan los municipios, incluyendo problemas de conectividad, infraestructuras y gestión administrativa, que limitan tanto la llegada de nuevos habitantes como la actividad económica local. Pese a estas dificultades, enfatizó que la vida rural ofrece ventajas significativas, como la tranquilidad, el contacto con la naturaleza y la calidad de vida, aspectos que deben ser comunicados de manera efectiva.

Asimismo, destacó la necesidad de un seguimiento constante de las noticias positivas, evitando que se concentren únicamente en situaciones puntuales o llamativas. La comunicación del medio rural, según José Ángel, requiere un enfoque integral que combine visibilidad, continuidad y precisión, mostrando tanto los desafíos como las oportunidades de vivir en estas comunidades. Su intervención subraya que una estrategia de comunicación efectiva es clave para fomentar la permanencia de la población, atraer nuevos habitantes y fortalecer la percepción del medio rural en el conjunto del país.

JAVIER VALENZUELA

Comenzó su intervención planteando que, desde su perspectiva, el mundo rural tiene un futuro sólido, y Castilla y León está llamada a desarrollarse y prosperar. Si bien existen retos que requieren atención y mejora, es fundamental mantener una visión positiva y constructiva sobre el potencial de nuestra región. La comunicación constituye un elemento estratégico para este desarrollo. En la actualidad, las redes sociales representan un canal fundamental, especialmente para llegar a la población joven, que constituye un actor esencial en la proyección futura de nuestros territorios. Es necesario emplear los medios adecuados para transmitir nuestra realidad y nuestras oportunidades, aprovechando tanto los medios tradicionales como los canales digitales, sin imponer mensajes que no conecten con las audiencias a las que queremos llegar. La labor comunicativa requiere constancia y esfuerzo: es un proceso continuo que combina planificación, contacto directo y seguimiento. Los medios reciben un volumen considerable de información, por lo que la persistencia y la claridad en la transmisión de los mensajes son esenciales. Asimismo, es importante comunicar de manera positiva, resaltando oportunidades y fortalezas, incluso frente a situaciones adversas, para fomentar el sentido de comunidad y la resiliencia de los ciudadanos. Comunicar no debe considerarse un gasto, sino una inversión estratégica con impacto a corto, medio y largo plazo. Contar con los propios habitantes como embajadores locales es clave: su implicación activa puede posicionar a nuestros municipios como destinos de interés y generar un efecto multiplicador en la promoción de la región. Ejemplos recientes, como la proyección del Lago de Truchillas gracias a iniciativas locales en redes sociales, demuestran la eficacia de esta estrategia. En conclusión, Castilla y León cuenta con recursos, talento y una ciudadanía comprometida que, adecuadamente comunicada y promovida, puede asegurar un futuro sostenible y próspero para el medio rural. La coordinación, la constancia y la comunicación positiva son instrumentos fundamentales para lograrlo.

MESA PANEL

JOSÉ ANDRÉS GARCÍA MORO

José Andrés García Moro, presidente de PRINCAL y alcalde de Melgar, inició su intervención destacando la importancia de contar con medios adecuados para comunicar la realidad del medio rural. Señaló que muchas iniciativas locales no llegan a la población de toda la comarca debido a limitaciones de cobertura televisiva y mediática. Subrayó el papel de los Grupos de Acción Local (GAL), que durante 35 años han demostrado la capacidad de sumar esfuerzos y recursos locales para generar proyectos significativos, contribuyendo a visibilizar la riqueza cultural, patrimonial y económica del entorno rural.

Enfatizó la necesidad de cambiar la percepción histórica del medio rural, marcada por estereotipos de atraso y despoblación. Destacó que los pueblos actuales ofrecen oportunidades y calidad de vida, con servicios, infraestructura y patrimonio que permiten desarrollar actividades sostenibles, desde turismo ornitológico hasta restauración de patrimonio etnológico. Señaló que comunicar estas iniciativas requiere coordinación, confianza y ejemplos concretos que muestren que la vida rural ha evolucionado y es viable para jóvenes y familias. El alcalde de Melgar insistió en que la sostenibilidad de los pueblos depende de mantener servicios básicos, vivienda accesible, comunicaciones adecuadas y oportunidades de empleo, incluyendo la posibilidad de teletrabajo. Subrayó la importancia de generar un flujo de información entre lo urbano y lo rural, mostrando la vida en el pueblo de forma realista, sin idealizarla ni reducirla a clichés. Ejemplos como los “Museos Vivos” o iniciativas gastronómicas locales ilustran cómo se puede poner en valor el patrimonio y generar actividad económica y cultural.

Finalmente, defendió que la relación entre ciudad y pueblo no es solo deseable, sino necesaria. La ciudad requiere desconexión y contacto con la naturaleza, mientras que los pueblos necesitan visibilidad, apoyo institucional y comunicación constante. Su intervención concluyó subrayando que lo rural debe consolidarse como un modelo de vida sostenible en el tiempo, que combine calidad de vida, oportunidades económicas y conservación del patrimonio, garantizando así su pervivencia y desarrollo.



CONCLUSIONES

Las conclusiones que se incluyen suponen propuestas de intervención que directamente o indirectamente afectan a las políticas demográficas, y se plantean desde la perspectiva del desarrollo rural y local.

1. Desde el punto de vista de la comunicación, convendría abandonar el término de “España Vacía”, ya que refleja una realidad parcial del medio rural desde una perspectiva negativa.
2. Conviene evitar generar para el conjunto de la sociedad la imagen de que el medio rural es un entorno de esparcimiento y ocio, más parecido a un espacio bucólico-pastoril que a su realidad como un ámbito productivo y capaz de generar actividad.
3. La comunicación del conjunto del medio rural, y en especial la comunicación referida a la realidad del entorno rural, como un entorno atractivo para desarrollar un proyecto de vida, se debe diseñar y planificar desde un enfoque positivo.
4. Sociológicamente, el conjunto de la sociedad de Castilla y León presenta de manera directa e indirecta un fuerte arraigo a su ámbito rural, por lo que es necesario, para fortalecer las estrategias y acciones demográficas, aprovechar este aspecto.
5. La comunicación del medio rural, en clave demográfica, debe basarse en la generación de noticias, y en este sentido, lograr ser más proactivos en el empleo de las herramientas comunicativas y en la focalización de noticias en ejemplos concretos de acciones o proyectos que refuercen el desarrollo demográfico del medio rural.
6. En el trabajo de comunicación, tanto los ayuntamientos como los propios grupos de acción local, unos en el plano local y otros en el plano territorial, deben convertirse en referencias comunicativas para los medios de comunicación y para el conjunto de la opinión pública.
7. Desde un punto de vista estratégico, es necesario aprovechar las nuevas tecnologías (RR.SS.) para desarrollar acciones de comunicación capaces de transmitir la realidad del medio rural como un entorno atractivo.
8. En relación con los nuevos canales de comunicación, es necesario valorar y aprovechar la función de los influencers como prescriptores de opinión.
9. En el conjunto de las estrategias comunicativas en el plano local y territorial en el medio rural, la figura de los corresponsales de los medios sigue siendo importante y destacable.
10. La generación de eventos comunicativos también favorecerá la mejora de la imagen del conjunto del medio rural.



PRINCAL

Avda. Madrid 9, Ofc 2.

47140 Valladolid

Teléf.: 609 888 011

princal@redestatal.eu

princal.es

