



Conecta con el Desarrollo Rural

SEMINARIO PARA PERIODISTAS & COMUNICADORES

Los días 11 y 12 de junio, en El Burgo de Osma, Soria, se celebró el Seminario para Periodistas y Comunicadores, el cual reunió una amplia representación de agentes del ámbito de la comunicación para reflexionar y debatir sobre cómo los medios abordan el reto demográfico en España. A la clausura asistió la Reina Doña Letizia.



FICHA TÉCNICA DE LA JORNADA

Seminario para Periodistas & Comunicadores

- ♦ 11 y 12 de junio de 2019
- ♦ El Burgo de Osma, Soria.
- ♦ Organizado por S.G. de Dinamización Rural. DGDRIPF, MAPA.
- ♦ Profesionales de la información y la comunicación e interesados en el medio rural.
- ♦ <http://www.redruralnacional.es/-/seminario-para-periodistas-comunicadores>
- ♦ [#MediosyRe poblacion](#)

ANTECEDENTES

El territorio rural de España lleva décadas perdiendo población, sin embargo es desde los últimos años cuando los medios de comunicación nacionales han puesto el foco en esta realidad sirviendo de altavoz para reclamar la urgencia que supone actuar frente a este reto.

La comunicación es una herramienta clave para informar a la población creando opinión y produciendo cambios de mentalidad y sociales que permitan frenar el despoblamiento rural y revertir la situación. Es por ello que El Hueco, conjuntamente con la Red Rural Nacional y la Red de Periodistas Rurales, impulsaron la celebración de este Seminario para debatir sobre algunos interrogantes asociados al papel del periodismo en la revitalización de la España Rural.

DESPOBLACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El encuentro reunió a diferentes profesionales y personas interesadas en la información y la comunicación de medios audiovisuales de distinto alcance, destacando la asistencia de la **Reina Doña Letizia y la ministra en funciones para la Transición Ecológica, Teresa Ribera**. Entre otras reflexiones, quedó patente la dicotomía existente en el abordaje de la despoblación entre los medios nacionales y los locales: la selección de historias que se cubren, la frecuencia y el enfoque desde el que se muestra, y la posible figura del periodista como activista.

Los medios de alcance nacional optan por visibilizar el medio rural desde dos enfoques distintos: uno más negativo mostrando la brecha

cada vez mayor entre entornos urbanos y rurales, y otro más positivo a través de iniciativas y casos ejemplares muy marcados por la innovación social. Si bien, a pesar del creciente interés de los medios por tratar esta temática e integrarla en sus agendas, esta sigue apareciendo de forma intermitente, no existiendo una sección clara en los medios dirigida a abordar el medio rural.

Por su parte, quedó patente cómo los medios regionales y locales son reales canales que relatan aquello que acontece en el medio rural, haciendo denuncia y reclamando justicia social. Desde este ámbito de la comunicación también se comentó las dificultades a las que se enfrentan para encontrar corresponsales en los pueblos que permitan cubrir lo que allí sucede, reclamando la figura del cronista oficial y de "antenas" en el territorio.

Las barreras para difundir los diarios en áreas menos pobladas por ausencia de servicios de reparto es también una realidad ante la que se enfrentan los medios locales. En esta línea, un diario local contó cómo han creado sinergias entre medios y comercios locales para facilitar la venta de prensa a través de relaciones humanas directas. Experiencias como esta que son ejemplares deben ser replicadas en otros territorios, como se comentó en los debates del encuentro.

También se debatió sobre qué terminología utilizar para nombrar el reto al que nos enfrentamos y la evolución de los términos que se han ido acuñando

al medio rural: la España vacía, la España vaciada, la España interior, la España abandonada y hablar de despoblación o repoblación. Se concluyó que cada una de estas nomenclaturas vienen a representar un mismo diagnóstico sobre el desequilibrio territorial y la urgencia de hacer frente a ello.



Actualmente la Red Rural Nacional está diseñando un Plan de Comunicación, como explicó Lourdes Barona, Subdirectora Adjunta de Dinamización del Medio Rural de MAPA. Este Plan persigue hacer llegar a la población urbana los valores y potencialidades del medio rural e informar sobre las posibilidades que ofrecen los Programas de Desarrollo Rural para atraer jóvenes y mujeres al medio rural.

CONCLUSIONES:

- ✓ Los medios de comunicación vienen mostrando un interés creciente en visibilizar el medio rural, siendo herramientas clave para contribuir a la mejora la percepción sobre el mismo y la política de desarrollo rural.
- ✓ Es preciso generar un acercamiento entre sendas perspectivas: la que muestran los medios nacionales y los locales.
- ✓ La Red Rural Nacional es una fuente de información de casos ejemplares y buenas prácticas que puede surtir a los medios de comunicación de historias para ser contadas contribuyendo a revitalizar el medio rural.
- ✓ La creación de sinergias entre distintos agentes que inciden sobre la España rural es fundamental para crear una nueva ruralidad a través de la innovación social como combinación eficiente de los elementos existentes en el territorio y así afrontar los retos sociales.