

## Diputación lanza una campaña para revertir la despoblación en el medio rural

Con el lema, “Los tiempos cambian, el territorio permanece”, la campaña incide en las posibilidades de desarrollo personal y profesional que ofrece la vida en los pueblos

viernes 20 de enero 2023



## Diputación lanza una campaña para revertir la despoblación en el medio rural

*La Diputación de Granada iniciará el lunes una campaña para poner en valor el medio rural. Con el lema, “Los tiempos cambian, el territorio permanece”, la campaña incide en las posibilidades de desarrollo personal y profesional que ofrece la vida en los pueblos. Y lo hace contando la historia de cuatro protagonistas que han dejado su vida en ciudades (o elegido quedarse en su pueblo) para iniciar nuevos proyectos vitales en el medio rural.*

Elisa de la Torre, una de las protagonistas de la campaña, ha vivido en muchos sitios del mundo: Granada, Valencia, Sofía, Atlanta... hasta que sintió la necesidad de volver a casa. "La echaba muchísimo de menos", cuenta.

Hace unos pocos años decidió comprar Metálicas Hertosa, la empresa familiar, y comenzar a construir en Cuevas del Campo, su pueblo natal, su propio futuro con su familia.

"En este punto de mi vida no podría estar en otro sitio mejor: vamos andando al cole, todo lo que puedas necesitar del día a día lo tienes a mano, la gente se conoce, mis hijas juegan en la calle con los vecinos como yo jugaba cuando era pequeña. Y eso para mí es muy cómodo".

Lurdes Brugal y Artur Alarcó dejaron atrás Barcelona hace unos 6 años para mudarse al pequeño pueblo de Bátor-Olivar, en pleno Geoparque de Granada. En la actualidad regentan un alojamiento rural formado por 6 casas cueva en un entorno de badlands propicio para vivir una vida sin prisas. A Lurdes le encanta cocinar y se encarga de elaborar el desayuno de los inquilinos. Artur es amante de la literatura y es raro no verle por los diferentes rincones de la enorme casa con un libro en la mano. Juntos, su tarea diaria es limpiar, ordenar y organizar esta particular "mansión" de casas-cueva rodeada de naturaleza. Lo mejor, coinciden, es que vivir en Bátor-Olivar les permite hacer otras cosas que les apasionan y conocer a personas muy interesantes.

María José Cara Fernández, hija de emigrantes granadinos, nació y creció en Pamplona. Eligió estudiar en la Universidad de Granada y a unas cuantas curvas de allí, en Juviles, encontró el amor y su futuro. Junto a Rafa fundó una empresa, Jamones Abuxarra, y una familia (Ainhoa y Samu), que han crecido a la par. "No volvería a vivir en una ciudad", confiesa, y señala un árbol junto a un mirador desde el que asomarse al paisaje espectacular de la Alpujarra. "Aquí quiero que traigan mis cenizas cuando me muera", sentencia. Internet y las redes sociales han sido el aliado perfecto para consolidar y hacer crecer su negocio. Los jamones de María José y Rafa son 2.0 y viajan a todos los rincones de España gracias al comercio electrónico.

Laura Sánchez Alameda tiene 27 años y una maleta cargada de sueños. Estuvo a punto de irse con ella a Madrid, cuando surgió la posibilidad de aplicar su formación de arquitecta en un proyecto fruto de la colaboración entre Diputación de Granada y la UGR, PUENTES, para prácticas extracurriculares en municipios que están implementando Agendas Urbanas. Durante seis meses estuvo trabajando en la catalogación de viviendas vacías del casco histórico de Montefrío para valorar sus posibilidades de rehabilitación. Ahora trabaja, junto a técnicos de la institución provincial, en la creación de una oficina comarcal de la vivienda para la revitalización de los cascos históricos de la comarca de los Montes Occidentales – Fortalezas de Occidente, una labor que compatibiliza con su nuevo empleo, como técnico de urbanismo en el Ayuntamiento de Moclín, gracias al Programa de Empleo Joven. "Tenía la opción de irme o quedarme", asegura. Laura optó por quedarse, cerca de los suyos, en un trabajo en el que se siente útil y al que le ve muchas posibilidades de desarrollo profesional.

## Estrategia Provincial ante el Reto Demográfico y la Despoblación

La campaña, que se desarrollará en medios (on line y off line) y en redes sociales, se prolongará hasta el 30 de marzo. La diputada de Empleo y Desarrollo Sostenible, Ana Muñoz, ha explicado que la Diputación ha puesto en marcha numerosas acciones para frenar la despoblación. En este sentido, se ha referido a la Estrategia Provincial ante el Reto Demográfico y la Despoblación, el documento marco que guiará durante los próximos diez años las acciones que la institución, junto a los ayuntamientos, va a impulsar para revertir los procesos de despoblamiento de la provincia. Tal y como ha señalado la diputada de Empleo y Desarrollo Sostenible, el documento, denominado “Granada se puebla”, plantea siete desafíos, “desde el impulso de una nueva gobernanza institucional al empoderamiento de la mujer rural o la conexión del talento joven con el territorio; pasando por la transformación del modelo productivo, la atracción de nuevos pobladores o el acceso a la movilidad, conectividad y la existencia de servicios públicos necesarios para desarrollar una vida de calidad en el entorno rural”.

Muñoz ha recordado que la Estrategia Provincial ante el Reto Demográfico y la Despoblación se apoya en tres pilares fundamentales: mujeres, población joven y nuevos residentes.

“Las protagonistas de la campaña son mujeres”, ha precisado la diputada. “Hemos optado por historias de personas con nombre y apellidos que han elegido quedarse en su pueblo, volver a él o elegir vivir en un entorno rural aunque no sean originarios del mismo para desarrollar su proyecto de vida y de trabajo aprovechando las ventajas de las TIC”, ha indicado.

Según ha señalado, los objetivos de la campaña son concienciar a la ciudadanía de la provincia de Granada del problema de despoblamiento que sufre el territorio rural, informar sobre las acciones que está desarrollando la Diputación de Granada para revertir dicha situación a través del Plan Estratégico para lo que la gráfica para anuncios impresos contiene un código QR dirigido al Plan de Acción "Granada se puebla"; incidir en las posibilidades de desarrollo personal y profesional que ofrece el entorno rural y transmitir un mensaje positivo y proactivo a través de casos reales de personas y familias granadinas de distintos municipios de la provincia que ya están contribuyendo a revertir la despoblación rural.

“Más allá del problema de despoblación que experimentan los territorios rurales, queremos transmitir la idea de que no son los lugares sino las personas. El espacio como tal sigue siendo el mismo. Lo que aporta valor a un territorio es lo que hacen con él y en él las personas que lo habitan”, ha indicado para subrayar que por ello la campaña pone el acento en las personas y en todo aquello que se puede hacer, sentir y vivir en dichos pueblos. “El territorio sigue estando en el mismo lugar, con los mismos recursos pero con muchas más oportunidades: todas las que ofrecen el entorno digital y un nuevo mundo globalizado donde empieza a importar más el qué y el cómo, que el dónde”, ha añadido al aludir al claim: “Los tiempos cambian, pero el territorio, la esencia del mismo, los valores, y la cultura, continúan”.